

عنوان مقاله:

بررسی تجارت الکترونیک و جایگاه آن در ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

نرگس کیانیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی-پیام نور مرکز تهران غرب-ایران

حسن رشیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی-پیام نور مرکز بین الملل قشم-ایران

خلاصه مقاله:

تحولات تازه قرن بیست و یکم و جهانی شدن بازار و به دنبال آن، بروز شیوه های تازه تجارت و بازاریابی که تحت تأثیر پیشرفت سریع و همه جانبه علم و فناوری به وجود آمده و بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و آینده نگران را بر این باور داشته که در سال های اخیر انقلابی شبیه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است. امروزه استفاده از اینترنت و کسب و کارهای حاصل از این فناوری توسط شرکت ها، به وسیله ای برای کسب مزیت رقابتی در کسب و کارها تبدیل شده است. این انقلاب، جهان را وارد عصر اطلاعات کرده و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشری را دستخوش تحولی عمیق ساخته و با بهره گیری از فناوری های نوین، به سطحی تازه و غیرقابل تصور از پویایی و تغییرپذیری دست یافته است. تجارت الکترونیک انجام کلیه فعالیت های تجاری با استفاده از شبکه های ارتباطی کامپیوتری، به ویژه اینترنت است. به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل و نقل کالاها، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی با شتاب بیشتر انجام خواهد شد. شرکت ها برای ارتباط با یکدیگر محدودیت های فعلی را نخواهند داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده تر و سریع تر صورت می پذیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان نیز می تواند به صورت یک به یک با هر مشتری باشد. پژوهش حاضر با روش توصیفی و تحلیلی-اسنادی و با هدف بررسی جایگاه تجارت الکترونیک در ایران به این مقوله اساسی می پردازد. نتیجه گیری بررسی های تحقیق نشان از جایگاه ویژه و مهم تجارت الکترونیک در کشور ایران دارد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک-فناوری-اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495122>

