

## عنوان مقاله:

تاثیر تجارت الکترونیک در توسعه صادرات محصولات کشاورزی

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

سولماز کاظمی - دانشجوی دوره کارشناسی موسسه آموزش عالی نبی اکرم (ص) تبریز

## خلاصه مقاله:

موضوع بازاریابی و دسترسی به خریدار می باشد که این امر نیز به دلیل پراکندگی مناطق روستایی و دوری آن از مراکز فروش می باشد. از دیر باز عرضه ی محصولات روستایی چه محصولات کشاورزی و دامداری و چه صنایع دستی روستایی از طریق واسطه هایی صورت می گرفت. گردش جریان محصولات به این صورت باعث می شد که سودمندی روستاییان از تولید محصولات روستایی به حداقل برسد و واسطه ها بیشترین سود را کسب نمایند. از دیگر معضلات تولید محصولات روستایی، عدم اطلاع کافی از تقاضای بازار است. در نتیجه گاهی شاهد کمیابی برخی از محصولات در بعضی از سال ها هستیم و گروهی دیگر از محصولات، مازاد تقاضای بازار عرضه می گردند. در سالیان اخیر، فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه ی تجارت، بسیاری از این چالش ها را از پیش رو برداشته است. از تجارت الکترونیک می توان در توسعه ی بخش کشاورزی و برای بازاریابی محصولات کشاورزی استفاده نمود، قابلیت استفاده از اینترنت در عرضه ی محصولات کشاورزی به بازار از مزایای قابل توجه این فن آوری جدید می باشد. در این راستا، تجارت الکترونیکی به عنوان یکی از مهمترین ابزارهایی است که تا حد زیادی شاخص هایی نظیر افزایش کارایی تجاری، آزادسازی و شفاف سازی اطلاعات و توسعه روابط علمی، فرهنگی و تجاری در سطح بین الملل را در راستای جهش و توسعه صادراتی برای کشور تامین می کند و مزایای رقابتی وسیعی را در اختیار کشورمان قرار می دهد. برای آنکه بتوانیم از تجارت الکترونیکی به عنوان یک ابزار موثر در توسعه و جهش صادرات استفاده کنیم، باید بیشتر با تجارت الکترونیکی آشنا شویم، لذا در این نوشتار سعی داریم، تعریفی از تجارت الکترونیکی ارائه دهیم و تاثیر آن را در توسعه و جهش صادرات بررسی نماییم.

## کلمات کلیدی:

توسعه، صادرات، تجارت الکترونیکی، بهبود، روابط بین الملل

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676532>

