

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک در توسعه صادرات

محل انتشار:

اولین همایش ملی کارآفرینی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

بهزاد حسن پور - دانشجوی مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه طبرستان چالوس

منوچهر مکی - عضو هیئت علمی دانشگاه طبرستان چالوس

خلاصه مقاله:

رشد فعالیت های تجاری و توسعه بازار در مقایسه با فعالیت های تولیدی در دهه های اخیر سبب شده تا در شرکت ها و موسسات بزرگ اقتصادی در دنیا دست به سرمایه گذاری های هنگفتی در زمینه خدمات تجاریبزنند و برای کسب منافع و جلب مشتری بیشتر از بهترین و مدرن ترین امکانات استفاده کنند. تجارت الکترونیکی در حقیقت از طریق کوتاه تر کردن مدت زمان لازم برای صادرات و واردات و کم کردن تعداد اسناد و هزینه های صادرات و واردات، سبب بهبود وضعیت تسهیل تجاری خواهد شد. تجارت به عنوان دروازه تجاری، از دیرباز نقش بسزایی در تجارت خارجی و به تبع آن، اقتصاد کشورها داشته است. هدف از بکارگیری تجارت الکترونیک، ارایه روشی جدید در انجام امور بازرگانی می باشد. به واسطه این روش، تاجران قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تمام وقت و به تمام خریداران در سرتاسر جهان مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملت ها عرضه کنند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک ، توسعه صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/805759>

