

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک 1 در اقتصاد جهانی با نگاهی به ایران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و سامانه های مالی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

علی حسنی - عضو هیات علمی دانشکده علوم انسانی دانشگاه علم و فرهنگ

ابراهیم نبیونی - عضو هیات علمی دانشکده علوم انسانی دانشگاه علم و فرهنگ

زینب صمیمی - کارشناس مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک، کاربرد تکوین یافته فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در اقتصاد و تجارت است و در واقع مفهوم آن نقش محوری دانش در فرایندهای کسب و کار و تجارت است. کاربرد تجارت الکترونیک علاوه بر تقویت بنگاه های داخلی، به جهانی شدن آنها کمک می کند و در مجموع سبب تقویت رقابت مندی اقتصاد ملی می شود. مراحل پیدایش و تکامل تجارت الکترونیک به پنج مرحله قابل تقسیم است که از تبادل الکترونیکی داده ها (EDI) در محدوده شبکه های خصوصی و محدود آغاز شده و به تعریف وب به عنوان جایگاه اصلی تجارت الکترونیک و مدل های بنگاه با بنگاه (B2B) و بنگاه با مشتری (B2C) می رسد. تجارت الکترونیک دارای مزایا و محدودیت هایی است که از آن جمله می توان به مزایایی همچون ارتباط تمام وقت 24 ساعته، بازار مجازی جهانی، کاهش هزینه های بالاسری نگهداری کالا، افزایش بهره وری و کارایی و اثربخشی، اصلاح فرایندهای مدیریتی، تعدیل قدرت بین مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و محدودیت هایی همچون نبود امنیت و اعتماد کافی، استاندارد ها و پروتکل های ارتباطی، پهنای باند ناکافی برای ارتباطات از راه دور، تغییر و تکامل سریع ابزار توسعه نرم افزاری، حل نشدن بسیاری از مسائل قانونی مربوط به تجارت الکترونیک، اصلاح نشدن مقررات و استانداردهای دولتی برای بسیاری از موقعیت ها، ارزیابان کیفی یا متخصص های شایسته در زمینه مالیات دهی در تجارت الکترونیک و نیز رسوبات فرهنگی مبنی بر عدم اعتماد مشتریان نسبت به مبادلات الکترونیکی اشاره نمود

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، اقتصاد جهانی، اینترنت، پول الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/390234>

