

فصلنامه مطالعات نوین بانکی

ISSN: 2645-5420 (شماره نهم-زمستان ۱۳۹۹) شماره مجوز: 83289

تجارت الکترونیک و نقش خدمات آنلاین و فضای مجازی در کسب و کار نوین

(تاریخ دریافت ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ ، تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۰۲/۲۰)

کوثر ماری

چکیده

کسب و کار الکترونیکی به عنوان یکی از زیرمجموعه های فن آوری اطلاعات و ارتباطات در دهه گذشته رشد بالایی را تجربه کرده است. به طور کلی رویکرد سیاست اکثر موسسات تجاری در پذیرش و به کارگیری کسب و کار الکترونیک در جهت ورود به بازارهای جهانی و جذب مشتریان جدید و موثر و کارا در این راستا می باشد. به عقیده زواس کسب و کار الکترونیکی عبارت است از تبادل اطلاعات از طریق شبکه اینترنتی در هر واحدی از زنجیره عرضه، چه در درون یک شرکت یا بین شرکتها، بین شرکت و مشتری و یا چه بین بخش خصوصی و عمومی اقتصاد، چه توام با پرداخت پول باشد یا اینکه پرداختی صورت نگیرد. تحقیقات نشان داده است که از عوامل موثر بر شکست یک کسب و کار الکترونیک فقدان دانش پایه ای کسب و کار، تبلیغ غیر موثر، تدارات ناکافی، ناتوانی در برآورده سازی نیاز مشتریان، استفاده نابجا از منابع مالی و بروز تغییر در رفتار مشتریان می باشد و از سوی دیگر کسب و کارهای موفق اغلب از نوع ترکیبی حقیقی و مجازی بوده و که از زنجیره تامین قوی و همچنین دامنه ای از مشتریان موجود بهره می برده اند. در این مقاله سعی بر آن است که عوامل مؤثر بر موفقیت در بکارگیری کسب و کار و تجارت الکترونیک با بهره مندی از خدمات فضای مجازی به واسطه استفاده از اینترنت مورد مذاقه و بررسی عمقی و دقیق قرار گیرد.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیک، کسب و کار الکترونیکی، سایت های تجاری، فن

آوری اطلاعات

