

عنوان مقاله:

The elements influencing the online price dispersion on Iranian electronic retailers

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

Mahmoodreza Arefi, - *M.Sc in E-commerce*

خلاصه مقاله:

According to some recent studies frictionless electronic commerce is a made -up story and online price dispersion is high and steady.

کلمات کلیدی:

Intermediary, E-commerce, Information economics, E-tailing, Pricing

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/100428>

