

عنوان مقاله:

ارتباط عوامل موثر بر اعتماد و میزان تحصیلات در مشتریان تجارت الکترونیک

محل انتشار:

پنجمین همایش ملی تجارت الکترونیک (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

سمیه دهقانی فیروزآبادی - دانشگاه شیراز دانشکده آموزشهای الکترونیکی

محمد قاسم زاده - دانشگاه یزد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر

ولی درهمی - دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

امنیت یکی از عوامل برقراری اعتماد بین افراد در فضای سایبر است با توجه به عدم گسترش تجارت الکترونیک در ایران به منظور دستیابی به شاخصهای امنیت و اعتماد یکی از روشهای سنجش جمع اوری اطلاعات از طریق پرسشنامه می باشد پرسشنامه ای با محورهای امنیت، سیاستهای حریم خصوصی، میزان و نحوه استفاده از وب سایت تجاری و سطح آگاهی کاربران از روشهای پرداخت و فناوریهای امنیتی طراحی و در بین جوامع مختلف توزیع گردید. نتایج این تحقیق نشان میدهد که متفاوت بودن عوامل موثر بر اعتماد در گروههای مختلف تحصیلی مشخص کننده ارتباط تحصیلات افراد با میزان آگاهی نسبت به روشهای امنیتی و اعتماد وب سایت می باشد هرچه تحصیلات فرد بیشتر باشد عوامل امنیتی و بکارگیری روشهای نوین امنیتی و تایید سایت توسط مرکز اعتماد و عدم سو استفاده وب سایت از اطلاعات شخصی را مهمتر از عوامل دیگر می داند و در مقایسه افرادی که تحصیلات پایین تری دارند عوامل دیگری غیر از امنیت مانند راحتی استفاده از وب سایت، قیمت و خدمات پس از فروش را مهم و با ارزش میدانند اگر اطلاعات جامع از امنیت وب سایت به افرادی که تحصیلات پایین تری دارند آموزش داده شود عوامل موثر بر میزان اعتماد آنها به وب سایت می تواند تغییر یابد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، امنیت، اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/102333>

