

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر موفقیت کیفیت وب سایت های تجارت الکترونیک بنگاه به بنگاه (B2B)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

آتنا صبری رزم - دانشگاه حضرت معصومه قم

خلاصه مقاله:

پیشرفت و تحول تجارت الکترونیک در محیط وب سایت ها ، باعث تغییر نوع تجارت از شکل سنتی به شکل مدرن و مبتنی بر وب تبدیل شده است . چراکه شرکتها و مشتریان با انبوه اطلاعات و صفحات وب در فضای سایبری مواجه شدهاند که جستجو، جمع آوری و پردازش اطلاعات برای تامین نیازمندی هایشان کاری بسیار طاقت فرسا است. از سویی دیگر امروزه در دنیای مدرن باقیماندن در محیط رقابتی حال حاضر کسب و کارها، صرفا به تنهایی ارائه محصولات یا خدمات، در بازاری که سازمانها با سرعت فزایندهایی به دنبال پیشی گرفتن از یکدیگر در حرکت هستند، کافی نمی باشد. زیرا شرکت های رقیب تنها بایک کلیک با یکدیگر فاصله دارند بنابراین حیاتی است که شرکت ها و سازمان ها به دنبال ارتقای کیفیت وب سایت های خود باشند تا بدین وسیله مقدمات بازگشت مراجعه کنندگان به وب سایت خود را در دفعات بعدی فراهم کنند. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر موفقیت کیفیت وب سایت های می باشد که می تواند نقش عمده ای در موفقیت آن داشته باشد. نتایج یافته ها نشان می دهد که عواملی از قبیل کیفیت اطلاعات، قابلیت اعتماد وب سایت ، سهولت جستجو ، قابلیت چند رسانهای، جذابیت بصری، کیفیت خدمات ، ارائه اطلاعات متناسب با نیاز مشتریان، پشتیبانی و امنیت وب سایت ها و دقت اطلاعات ارائه شده منجر به موفقیت کیفیت وبسایت های تجارت الکترونیک B2B می شود.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، کیفیت وب سایت، تجارت الکترونیک B2B

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1233343>

