

## عنوان مقاله:

شفافیت اطلاعات در تجارت الکترونیک

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مهندسی برق، کامپیوتر، مکانیک و مکاترونیک در ایران و جهان اسلام (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 70

## نویسنده:

سعید خوشقدم - مهندسی فناوری اطلاعات - تجارت الکترونیک، سمینار کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک

## خلاصه مقاله:

مصرف کنندگان به دلیل عدم وجود شفافیت اطلاعات در وب سایت های تجارت الکترونیک، خرید آنلاین خود را رها می کنند. شفافیت اطلاعات مصرف کنندگان را در وب سایت تجارت الکترونیک مشخص کرده و اثرات آن را بر قصد مصرف کنندگان برای خرید آنلاین بررسی می کنیم. داده های این پژوهش را در محیط کتابخانه ای و با استفاده از یک پژوهش مبتنی بر سناریو جمع آوری کردیم. ما دریافتیم که ( ۱ ) شفافیت محصول، شفافیت فروشنده و شفافیت معامله به صورتی معنادار بر شفافیت اطلاعات تاثیر می گذارند؛ ( ۲ ) شفافیت اطلاعات درک شده به صورتی معنادار قصد مصرف کنندگان را برای خرید آنلاین افزایش می دهد؛ و ( ۳ ) ریسک در نظر گرفته شده در میان تاثیر شفافیت اطلاعات بر قصد خرید قرار دارد.

## کلمات کلیدی:

شفافیت اطلاعات، شفافیت محصول، شفافیت فروشنده، شفافیت معامله، ریسک در نظر گرفته شده و قصد خرید

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1306790>

