

## عنوان مقاله:

انسجام فناوری در تجارت تلفن همراه

## محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

محمد بانسی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

امیر رضا استخریان حقیقی - استادیار گروه فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

## خلاصه مقاله:

با پیروی از اصول اول به تحقیقات پذیرش و توزیع، محققان پذیرش تجارت الکترونیکی بر اساس این اصول اقدام به توسعه مدل هایی کردند که شامل متغیرها و مفاهیم مختلف برگرفته از روانشناسی سیستم های اطلاعاتی، جامعه شناسی، بازاریابی، اقتصاد و سایر زمینه ها بود. یکی از مبانی اصلی همه تحقیقات پذیرش و انتشار از این مفهوم ناشی می شود که انسان ها تمایل دارند طبق مقاصد از پیش تعیین شده خود رفتار کنند. اهداف با تجمع نگرش های مثبت و منفی نسبت به یک شیء (خدمات، محصول، شخصیت) شکل می گ یرد. این مطالعه به دیدگاه های مصرف کنندگان در مورد خدمات تجارت الکترونیک می پردازد. در این فرایند، عوامل کلیدی ترجیح و عملکرد مصرف کننده با انجام منظم مطالعات مرتبط بررسی می شوند. با ادغام این مطالعات، این مطالعه انتظار می رود که بر محدودیت های احتمالی یک مطالعه فردی غلبه کرده و دانش رفتارهای مصرف کنندگان را در مورد پذیرش خدمات تجارت الکترونیکی افزایش دهد. علاوه بر این، این مطالعه چارچوبی را پیشنهاد می کند که به درک نحوه تاثیر عوامل تعیین کننده کلیدی بر استفاده مصرف کنندگان از خدمات تجارت موبایل کمک می کند.

## کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی، تجارت همراه، انسجام فناوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1326501>

