

عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل موثر بر موفقیت سایت های فروش اینترنتی با رویکرد تصمیم گیری چندمعیاره

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیده لیلا ساداتیان شرفدارکلایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه روزبهان، ایران،

بردیا بهنیا - استادیار گروه مدیریت و مهندسی صنایع، دانشگاه روزبهان و مدیر دفتر فناوری ارتباطات و مدیریت اطلاعات شرکت برق منطقه ای مازندران،

داود درویشی سلوکلیایی - استادیار گروه ریاضی، دانشگاه پیام نور، گروه ریاضی، تهران، ایران،

خلاصه مقاله:

در حال حاضر اینترنت به عنوان یک بستر وسیع و عظیم برای انجام بسیاری از معاملات تجاری و رسانه ای جهت بازاریابی تبدیل شده است. تعداد کاربرانی که از اینترنت استفاده می کنندو تمایل به خریدوفروش از طریق اینترنت دارند، بسیار افزایش یافته است. کسب وکارها به سوی الکترونیکی شدن پیش می روند و تجارت الکترونیک هرروز جلوه جدیدتری می یابد. در این پژوهش به بررسی عوامل موفقیت سایت های فروش اینترنتی با استفاده از تکنیک تصمیم گیری چندمعیاره تحلیل سلسله مراتبی پرداخته شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داده است که سه عامل پرداخت امن با میزان اهمیت ۰.۱۰۳، اعتماد ۰.۰۹۰ و بازگشت آسان محصول ۰.۰۸۲ به ترتیب بیشترین و معیار سوالات متداول با میزان اهمیت ۰.۰۳۳، کمترین اهمیت معیارهای ارزیابی را داشته اند.

کلمات کلیدی:

عوامل موفقیت، سایت های فروش اینترنتی، تصمیم گیری چند معیاره.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1391702>

