

عنوان مقاله:

تحلیل گزینه های استراتژیک مربوط به حریم خصوصی و اعتماد در تراکنشهای تجارت الکترونیک

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

عبدالرحمان نوزاد - مدرس گروه کامپیوتر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز علمی کاربردی گنبد کاووس ۲، گلستان

امیر اژدری - مربی گروه کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

زهرا الداغی - مدرس گروه مدیریت، دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز علمی کاربردی گنبد کاووس ۲، گلستان

خلاصه مقاله:

افزایش روزافزون استفاده از اینترنت موجب گسترش تجارت الکترونیک شده است. در تراکنشهای تجارت الکترونیک اغلب علاوه بر مبادله ی کالاها و خدمات، اطلاعات شخصی نیز برای دریافت خدمات بهتر یا قیمت های مناسبتر ارائه میشوند. متأسفانه هر ساله در تجارت الکترونیک، حریم خصوصی و اعتماد بیش از پیش مساله ساز شده است. کمبود یا عدم اعتماد به مولفه های مختلف تجارت الکترونیک، به عنوان یکی از دلایل اصلی سقوط بعضی شرکتهای دات کام شناخته شده است. در این مقاله، گزینه های استراتژیک مرتبط با حریم خصوصی و اعتماد خریداران و فروشندگان در تراکنشهای تجارت الکترونیک را با استفاده از مفهوم نظریه ی بازی ها تحلیل کرده و ماتریس حریم خصوصی را ارائه و نشان خواهیم داد که چرا خریداران نسبت به سیاستهای حریم خصوصی اینترنتی و تکنولوژیهای مرتبط بدگمان هستند و فروشندگان نیز نسبت به سرمایه گذاری در حمایت از داده ها تردید دارند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، حریم خصوصی، اعتماد، حمایت از داده ها، نظریه ی بازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289244>

