

عنوان مقاله:

ارایه مدل پیشنهادی به منظور ارزیابی وب سایت های تجارت الکترونیکی

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

میثم بشیری - کارشناسی ارشد E-MBA

سعید شفیعی - دکترای اقتصاد

سید حسین پاریاب - کارشناسی ارشد تجارت الکترونیکی

خلاصه مقاله:

امروزه بحث تجارت الکترونیکی در صدر اولویت های سازمان ها و شرکت ها قرار گرفته است در واقع اینترنت و تجارت الکترونیکی برای بسیاری از صنایع به روش ایجاد تعامل با مشتریان و سهامداران، ارایه محصولات یا خدمات و فروش الکترونیکی تبدیل شده است وب سایت به منظور برقراری ارتباط با مشتریان و تسهیل تعاملات تجاری مورد استفاده قرار می گیرد از این رو شرکت ها نیازمند اطلاعاتی در ارتباط با وب سایت خود هستند تا بدین وسیله اثربخشی و قابلیت استفاده از آن را ارزیابی و بهبود دهند در تحقیق حاضر برخی از عوامل مهم در ارزیابی وب سایت های تجارت الکترونیکی ارایه می شوند بر اساس نتایج تحقیق می توان گفت دو دسته کلی شاخص های عمومی و شاخص های مبتنی بر خدمات از مهم ترین عوامل، به منظور ارزیابی وب سایت های تجارت الکترونیکی می باشند شاخص های عمومی شامل رابط کاربری، فناوری، امنیت، محتوا، به روز رسانی، دسترسی پذیری، مدیریت مخاطب و چند زبانه بودن می باشد و شاخص های مبتنی بر خدمات را سه بخش اطلاع رسانی، خدمات تعاملی سازمان و تراکنش مالی تشکیل می دهند.

کلمات کلیدی:

شاخص های ارزیابی، ارزیابی وب سایت، تجارت الکترونیکی، تحلیل سلسله مراتبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289322>

