

عنوان مقاله:

تجارب الکترونیک فرصتها و تهدیدات تبیین نقش اعتماد مشتریان

محل انتشار:

همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مرتیضی موقری - دکتری مدیریت بازرگانی استادیار دانشگاه مازندران

امیر تبسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه مازندران

مریم فضل الله تبار لداری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

باتوجه به پیشرفت تکنولوژی و فناوری اطلاعات امروزه جهان وارد عصر جدیدی با عنوان عصر اطلاعات شده است. و این امر بر روی تجارت و اقتصاد جهان نیز تاثیر به سزای گذاشته است. مبادلات تجاری بین افراد بایکدیگر، شرکت ها بایکدیگر و افراد با شرکت ها و دولت ها به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر مبنای اسناد و مدارک کاغذی است خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است. تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصت های زودگذر عرصه جدیدی در رقابت گشوده است اما این تجارت الکترونیک علاوه بر نقاط قوت و فرصت، شامل نقاط ضعف و موانعی نیز می باشد. و همچنین در این بین موضوعی که نیز مطرح است نقش اعتماد مشتریان در تجارت الکترونیک می باشد بنابراین ما در این مقاله تجارت الکترونیک، اعتماد مشتریان در تجارت الکترونیک و فرصتها و تهدیدات پیشروی تجارت الکترونیک را مورد بررسی قرار داده ایم. نتایج بررسیها مستخرج از جوجه مشترک در بسیاری از تحقیقات نشان می دهد: امنیت، تجربه (پیشینه) خرید، ویژگی های خریدار، مراحل (فرایند) خرید، ضمانت و پشتیبانی از مهمترین فاکتورهای ایجاد اعتماد در تجارت الکترونیک میباشد

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک- فروشگاه الکترونیکی - اعتماد الکترونیک- مزایا و فرصتها- موانع و تهدیدات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392022>

