

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر متغیرهای «حفاظت از حریم شخصی» و «کیفیت اطلاعات» بر اعتماد مشتری در e-commerce

محل انتشار:

اولین همایش ملی فناوری اطلاعات، ارتباطات و محاسبات نرم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

فرهاد سلیمیان - دانشجو دکتری مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان اصفهان ایران

محمدرضا سلطان آقایی کوپایی - استادیار، دانشکده کامپیوتر دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان اصفهان ایران

خلاصه مقاله:

امروزه کلیه فعالیتهای روزمره به سمت e_every thing پیش می رود و کاربرد فناوری اطلاعات و ابزارهای الکترونیکی جای خود را در همه رشته ها باز کرده است شاخه تجارت نیز از این امر مستثنی نبوده و بررسی شاخصها و پارامترهای موثر در جلب اعتماد مشتریان در توسعه وبپسود استفاده از این خدمات موثر است از آنجایی که سازمانهای عرضه کننده کالا و خدمات نیازمند درک مفهوم اعتماد در فضای سایبر و شناخت عوامل موثر بر آن هستند مقاله حاضر در دستيایی به چنین اهدافی به آنها یاری خواهد رساند . در این راستا چگونگی تاثیر عوامل «حفاظت از حریم شخصی مشاهده شده» و «کیفیت اطلاعات مشاهده شده» و بر اعتماد مشتری در تجارت الکترونیک ارزیابی شده است بطور خلاصه نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که در سطح اطمینان 95 درصد شاخصهای «کیفیت اطلاعات» و «حفاظت از حریم شخصی مشاهده شده توسط مشتری» بر اعتماد مشتریان تاثیر داشته اند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، مشتریان الکترونیک، حفاظت از حریم شخصی مشاهده شده و کیفی اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/517819>

