

عنوان مقاله:

مدیریت بهره برداری از ابزارهای تجارت الکترونیک

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

پریسا حسین زاده ضرابی - دانشجوی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، تهران شمال

منصوره کاظمی منش - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساوه

خلاصه مقاله:

با توجه به فرآیند جهانی شدن، ابزارهای تجارت الکترونیکی به غیر از سایت ها به انواع شبکه های مجازی و اپلیکیشن ها نیز گسترش یافته است و علاوه بر تمایل سازمان ها و اریه دهندگان محصولات و خدمات، مصرف کنندگان و مشتریان نیز به منظور جبران نیازهای خود به این ابزارها روی آورده اند. در مقاله حاضر ضمن اشاره مختصر به رویکرد MADM و انواع تجارت الکترونیک به بررسی و اولویت بندی ابزارهای تجارت الکترونیک از منظر ارضای نیازها و خواسته های مشتریان جهت افزایش فروش خدمات صورت گرفته است که در قالب طراحی و ارایه یک پرسشنامه به مصرف کنندگان خدمات الکترونیکی و سپس استفاده از روش های تصمیم گیری چند معیاره MCDM، یک بار با استفاده از روش غیر ترکیبی TOPSIS و بار دیگر با فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP آزمون شده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، شبکه های مجازی، روش های تصمیم گیری چند معیاره، انواع تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756166>

