

عنوان مقاله:

تجارت الکترونیک مطالعه حریم شخصی، اعتماد و امنیت از دیدگاه مشتری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کسب و کارهای نوین و هوشمند داده کاوی و پردازش تصاویر (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

پروین صفاپور - دانشگاه شهید باهنر کرمان، بخش مهندسی کامپیوتر، کرمان، ایران

خلاصه مقاله:

تمایل مصرف کننده به کیفیت اطلاعات وب سایت، اعتماد، موارد حریم خصوصی، شهرت و آبرو، موارد امنیتی و شهرت شرکت، تاثیرات موثری بر روی اعتماد مصرف کنندگان اینترنت در وب سایت دارد. دو مسئله بحران اصلی برای هر دوی مصرف کنندگان تجارت الکترونیک و سایت ها عبارتند از حریم خصوصی و امنیت. حریم خصوصی کنترلی بر روی داده های شخصی بوده درحالیکه، امنیت کوشش کاربرهای غیر مجاز در دسترسی به داده ها میباشد. بنابراین برای فعالیت های معاملات پولی در اینترنت، امنیت اطلاعات یکمدیریت اصلی و تکنولوژی لازم و موثر است. امنیت تجارت الکترونیک محافظت نمودن از دارائی های تجارت الکترونیک از ورود غیر مجاز، تخریب، تغییر، و یا استفاده میباشد. بنابراین ابعادی که مورد مطالعه قرار گرفتند عبارتند از درستی، حریم خصوصی، انکار ناپذیری، اعتبار، رازداری، و قابلیت دسترسی. این مقاله با تابیدن نور بر روی حریم خصوصی تجارت الکترونیک، امنیت، اهداف آن، جنبه های مختلف ایمنی و چگونگی اعتماد مشتری و رفتار معاملات تاثیر گذار بر آن به تجزیه و تحلیل پرداخته است.

کلمات کلیدی:

نقش اعتماد، تجارت الکترونیک، اعتماد مشتری، ادراک ریسک، رفتار اینترنتی مشتری، حریم خصوصی و ایمنی، جنبه های امنیتی تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/990624>

