

## عنوان مقاله:

اعتماد الکترونیک مشتریان به فروشگاه های آنلاین با رویکرد کاهش ریسک

## محل انتشار:

فصلنامه کارافن، دوره 13، شماره 40 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

مجید محمدشفیعی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان

نگین احقربازرگان - دانش آموزته مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان

## خلاصه مقاله:

یکی از کاربردهای اینترنت که در سال های اخیر، توجه زیادی به آن شده است، خرید و فروش کالا و خدمات از طریق اینترنت است که با نام تجارت الکترونیکی شناخته می شود. تجارت الکترونیکی به دلیل امتیازاتش نسبت به تجارت سنتی، روزه روز کاربران بیشتری را به خود جذب می کند و به زودی به بستری بی رقیب برای تمام کسب و کارها تبدیل می شود. یکی از چالش های مهم در تجارت الکترونیکی، جذب مشتریان به خرید از یک وب سایت است. مطالعات بسیاری نشان می دهد که خریداران در خرید آنلاین ریسک بیشتری نسبت به خرید سنتی احساس می کنند. این ریسک درک شده، ناشی از بی اعتمادی خریداران به اعتبار فروشگاه های آنلاین و مالکان آنهاست. هدف این پژوهش بررسی این مسئله است که چگونه اعتماد، تعامل افراد را با تجارت الکترونیکی تحت تاثیر قرار میدهد تا به این نتیجه برسد که چه معیار های امنیتی باید در نظر گرفته شود تا ریسک کاهش یابد و راهکارهایی برای کاهش ریسک ارائه شود.

## کلمات کلیدی:

اعتماد الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، جامعه ی مجازی، فروشگاه آنلاین و کاهش ریسک.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/993759>

