

عنوان مقاله:

بررسی نگرش ها نسبت به تجارت اجتماعی (مورد کاربردی: پرسنل آموزش و پرورش شهرستان خوروبابانک استان اصفهان)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی محاسبات توزیعی و پردازش داده های بزرگ (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسین کردان مقدم - مربی، گروه مهندسی کامپیوتر، دانشگاه صنعتی بیرجند، بیرجند

محسن مستقیمی - کارشناسی کامپیوتر، دانشگاه صنعتی بیرجند، بیرجند

محمدصادق نوابی - مربی، گروه مهندسی کامپیوتر، دانشگاه بیرجند، بیرجند

خلاصه مقاله:

تجارت اجتماعی به دنبال ظهور رسانه های اجتماعی بوجود آمده است. طی سال های اخیر، تجارت اجتماعی با سرعت بالایی به عنوان یک حوزه ی جدید و متمرکز در کنار تجارت الکترونیک برای بسیاری از محققان محبوبیت یافته است. امروزه شرکت ها و سازمان ها بوسیله فضای مجازی و اینترنت توانایی آن را پیدا کرده اند تا به صورت مستقیم با مصرف کنندگان تعامل برقرار کرده و محصولات و خدماتشان را با قیمت های پایین ارائه نمایند. به منظور تحلیل پدیده ی تجارت اجتماعی، محققان درصدد یافتن عواملی که بر تجارت اجتماعی تاثیر می گذارند و باعث بهبود آن می شوند، هستند. در این پژوهش به بررسی نگرش ها نسبت به تجارت اجتماعی در پرسنل آموزش و پرورش شهرستان خوروبابانک در استان اصفهان پرداخته شده است که هدف آن درک رابطه ی بین عوامل موثر در تجارت اجتماعی و قصد خرید مصرف کنندگان و بررسی چالش های آن است. در واقع این پژوهش با استفاده از بکارگیری قابلیت های شبکه های اجتماعی و مدنظر قراردادن مهم ترین فاکتورهای موثر در تجارت اجتماعی در پرسنل آموزش و پرورش الگویی از آن را بدست آورده که منجر به افزایش فعالیت بازاریابی و فروش خواهد شد

کلمات کلیدی:

تجارت اجتماعی، خرید آنلاین، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1453940>

