

عنوان مقاله:

تأثیر اعتماد دریافتی بر تجارت الکترونیک: خرید آنلاین برای خدمات و تولیدات جهانگردی در ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مهندسی برق و کامپیوتر (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سیدرحمت غلامی آغوزی - مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه بین المللی چابهار

آرزو شهابی - مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علوم و فنون بابل

خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از شرکت های جهانگردی فعالانه از پایگاه های اینترنتی بعنوان یک بازاریابی کلیدی و وسیله فروش برای خدمات و محصولاتشان استفاده می کنند . برای موفق بودن، خدمات تجارت الکترونیک جهانگردی باید قابل اعتماد باشند . گردشگری الکترونیک در ایران و بسیاری از کشورهای در حال توسعه، هنوز تازه و نوپاست. در جوامع مدرن، اکثر افراد از سطح آگاهی کافی در مورد مزایای تجارت الکترونیک برخوردارند و شرکت ها از اینترنت به عنوان مقوله مهم برای ارائه ی خدمات خود به مشتریان استفاده می کنند. اما بسیاری از مردم، چون به امنیت خدمات تجارت الکترونیک اعتماد ندارند، تمایلی به استفاده از آن ندارند. این مطالعه قصد دارد که بیازماید کدام عوامل، اعتماد، رضایت و وفاداری را تحت تأثیر قرار می دهند . ما یک رهیافت مدلسازی معادله ساختاری را برای بررسی روابط میان متغیرهای خارجی (قابلیت هدایتناوبری)، امنیت دریافتی (مشاهده شده توسط مشتری) و هزینه معاملاتی و متغیرهای میانی (اعتماد و رضایت)، باوفاداری بعنوان یک متغیر وابسته بکار گرفته ایم . برای این فرجام، مجموعه ای از 340 پرسشنامه توسط یک شرکت تحقیقات اینترنتی از بین گروهی از پاسخویان آنلاین جمع آوری شده است. نتایج مطالعه ما نشان می دهد که قابلیت هدایت و امنیت دریافتی بطور معنی داری تأثیر مثبتی بر اعتماد داشتند . به هرحال، ما دریافتیم که هزینه معاملاتی هیچ تأثیری بر اعتماد نداشت . معلوم شد که رضایت اثر مثبت بر اعتماد دارد که به نوبه خود وفاداری مشتری را تحت تأثیر قرار داد . یافته های ما نشان می دهند که رضایت مشتری بر روی اعتماد اثر می گذارد، که نقشی کلیدی را بعنوان مقدمه ای بروفاداری مشتری در خرید آنلاین برای خدمات و محصولات جهانگردی ایفا می کند.

کلمات کلیدی:

اعتماد، تجارت الکترونیک، قابلیت هدایت، امنیت، هزینه معاملاتی، رضایت، وفاداری، تجارت الکترونیک جهانگردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/496650>

