سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
شناسایی و رتبه بندی عوامل تاثیرگذاربر مشارکت مشتریان در تجارت اجتماعی با رویکرد تصمیم گیری چند معیاره

محل انتشار:
دهمین کنفرانس فناوری اطلاعات و دانشIKT2019 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:
عبدالرضا برزگر دعویسرایی - *دانشجوی ارشد فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک موسسه غیرانتفاعی آموزش عالی پویش قم*

آزاده منتظری - *عضو هیئت علمی موسسه غیرانتفاعی آموزش عالی پویش قم*

خلاصه مقاله:
خرید و فروش یا داد و ستد یکی از نیازهای مهم جامعه می باشد، این نیاز در طول زمان پیشرفت های چشمگیری داشته است،امروزه اکثر فروشندگان سنتی به این نتیجه رسیده اند که برای فروش بهتر و عقب نماندن از قافله ی پیشرفت باید وارد دنیای الکترونیک و بازارهای آنلاین شوند.تجارت اجتماعی نوعی تجارت موفق الکترونیک است که اکثر شرکت های معتبر دنیا به آن روی آورده اند. در این پژوهش سعی شده با استفاده از داده های بدست آمده از نتایج نظر سنجی ها و بررسی مقالات و تحقیق هایی که در زمینه ی تجارت اجتماعی صورت گرفته، عوامل تاثیر گذار بر مشارکت مشتریان را شناسایی و با رویکرد تصمیم گیری چند معیاره، آنها را تحلیل و مهم ترین عامل را معرفی کرده و نظریه ای در جهت بهبود عملکرد و فروش بازارهای تجاری آنلاین ارائه شود

کلمات کلیدی:
تجارت الکترونیک،تجارت اجتماعی، مشارکت مشتری،تصمیم گیری چند معیاره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

https://civilica.com/doc/982246