

## ارائه تکنیک های اطمینان بخش به تجارت الکترونیکی

عاطفه دانشور<sup>۱</sup>، شعله اسدپور<sup>۲</sup>، محمود بلوچ<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳- استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

### چکیده

در تجارت الکترونیکی، اعتماد مشتریان یکی از عناصر اصلی و تأثیرگذار در گسترش این نوع از تجارت است. حتی می توان گفت فاکتور اصلی موفقیت در عرصه ی تجارت الکترونیک، ایجاد و استقرار فراگرد مطمئن و مورد اعتماد برای خریدار است. با این وجود، اینکه اعتماد در دید خریداران و مصرف کنندگان مجازی چه معنایی دارد، بحثی قابل تأمل است چرا که متغیرهای فردی و زیرساختی مختلفی بر آن مؤثر است؛ از جمله جود زیرساخت های مناسب و قانونی، سیستم های اطلاعاتی. بنابراین می توان گفت در صورتی که خریداران در فضای الکترونیک در خرید خود احساس امنیت داشته باشند، اعتماد شکل می گیرد و این که این امنیت در سایت های مختلف چگونه ایجاد می شود و چه راهکارهای اطمینان بخش دیگری برای تجارت الکترونیکی می توان ارائه داد، در این مقاله مورد بررسی قرار می گیرد.

واژه های کلیدی: اعتماد، خریدار، تجارت الکترونیک