

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر نگرانی های حفظ حریم خصوصی آنلاین در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مجتبی هداوند - استادیار گروه مدیریت - دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال

فائزه فراهانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

زهرا پوراکان - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

نرگس مرتضوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

مدلی که ارائه می دهیم ، عوامل فردی و مقررات دولتی را مرتبط با نگرانیهای مربوط به حریم خصوصی آنلاین (online privacy concerns: OPC) بررسی می کند و واکنش های مصرف کنندگان به تهدیدات حریم خصوصی را بررسی می کند. فرضیه های پیشنهادی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) مورد آزمون قرار می گیرند. نمونه آماری شامل ۱۹۹۰ کاربر اینترنت است. نتایج نشان می دهد که پاسخ دهندگان مایلند کنترل بیشتری بر اطلاعات شخصی خود داشته باشند و مقررات ضعیف آنلاین دولتی نگرانی های مربوط به حریم خصوصی OPC را افزایش می دهند، این مطالعه به طور تجربی تایید می کند که OPC به طور مثبت با ساخت اطلاعات شخصی مرتبط است و بر تمایل به اشتراک گذاری اطلاعات تاثیر منفی می گذارد. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که هیچ رابطه مستقیمی بین OPC و خرید آنلاین وجود ندارد. با این حال، OPC بر نگرش نسبت به خرید آنلاین تاثیر می گذارد .

کلمات کلیدی:

دیدگاه نسبت به خرید آنلاین ، رفتار مصرف کننده ، تجارت الکترونیک ، نگرانی حریم خصوصی آنلاین (OPC)، مقررات حفاظت از حریم خصوصی آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلکا:

<https://civilica.com/doc/1689535>

