



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

طراحی یک سیستم تصمیم یار برای قیمت گذاری تصادفی در تجارت الکترونیک

عنوان انگلیسی مقاله :

A randomized pricing decision support system in electronic commerce



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

6. Concluding remarks

Promotion, a commonly used strategy in the retail and service industries, is currently popular among both researchers and practitioners. In previous literature, information asymmetry is identified as a main driver of price reduction as a promotion strategy. However, research on promotion strategy in electronic commerce is absent. Different from traditional retailing, online retailing possesses some unique features. For example, information asymmetry on product prices does not exist among potential online consumers because of the low cost of online searching. No transportation cost is spent to visit online stores, and thus consumers may withhold their intention to purchase to wait for deals. Information technology has enhanced the capacity of online sellers to track and analyze the purchase behavior of consumers. Considering these factors in electronic commerce, we propose and develop a randomized pricing strategy for an online retailer who sells durable goods.



6. نتیجه‌گیری

ترفیع به عنوان یکی از استراتژی‌های پر استفاده در خرده‌فروشی و صنایع خدماتی، در حال حاضر در میان پژوهشگران و فعالان این حوزه مورد توجه است. در منابع پیشین، عدم تقارن اطلاعات به عنوان یکی از عوامل اصلی کاهش قیمت در قالب یک استراتژی ترفیع تعریف شده است. اما پژوهش‌هایی در زمینه استراتژی ترفیع در تجارت الکترونیک انجام نشده است. فرایندهای خرده‌فروشی آنلاین که با خرده‌فروشی سنتی تفاوت دارند چند ویژگی منحصر به فرد دارند. برای مثال به دلیل هزینه پایین جستجوی آنلاین، در میان مشتریان بالقوه آنلاین عدم تقارن اطلاعات در مورد قیمت محصولات وجود ندارد. بازدید از فروشگاه‌های آنلاین هزینه حمل و نقل نمی‌خواهد در نتیجه مشتریان می‌توانند قصد خود برای خرید را به منظور انتظار برای پیشنهادهای مناسب به تأخیر بیندازند. فناوری اطلاعات قابلیت فروشندگان آنلاین برای ردیابی و تحلیل رفتار خرید مشتریان را افزایش داده است. با توجه به این عوامل در تجارت الکترونیک، یک استراتژی قیمت‌گذاری تصادفی برای خرده‌فروشی‌های آنلاین عرضه‌کننده کالاهای بادوام پیشنهاد و طراحی کردیم.

توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.