

عنوان مقاله:

مدل عوامل مؤثر بر تمایل بانوان به خرید پوشاک از فروشگاه های آنلاین

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره 8، شماره 31 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

قاسم بخشنده - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهواز، اهواز. (نویسنده مسئول)؛ shandeh.iauahvaz@gmail.com

سمیرا قشقایی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهواز، اهواز.

خلاصه مقاله:

با رشد تجارت الکترونیک و کسب و کارهای آنلاین متعدد، توجه به رفتار بانوان که بخش مهم و چشمگیری از مصرف کنندگان این حوزه به شمار میروند بیشتر اهمیت یافته است. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر تمایل بانوان به خرید آنلاین پوشاک است. ..

کلمات کلیدی:

بانوان، تجارت الکترونیک، خرید آنلاین، تمایل به خرید آنلاین، فروشگاه آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1026529>

