

عنوان مقاله:

بررسی قصد خرید مجدد مشتری در فرایند خرید آنلاین

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علیرضا جلالی - استاد موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش -

یونس حیدری رجل - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش

خلاصه مقاله:

گام های سریع اینترنت در زندگی ما تغییرات اجتماعی و اقتصادی و روانی را ایجاد کرده است. خرید آنلاین یکی از نوآوری های اخیر در سیستم اقتصاد است. امروزه اتفاقاً افزایش زیادی در تعداد تحقیقات در مورد خرید آنلاین وجود دارد که زندگی اجتماعی و اقتصادی را به شدت تحت تأثیر قرار می دهد. شناسایی عواملی که خرید آنلاین و خرید مجدد را در اینترنت تسهیل می کنند، محبوب شده است. هدف از این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر قصد خرید مجدد مشتری در فرایند خرید آنلاین می باشد. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و بر پایه مرور مهم ترین پژوهش های داخلی و خارجی در زمینه این موضوع می باشد. در نهایت با مرور منابع، در این پژوهش مدلی ارائه شده است که تمامی متغیرهای دخیل در قصد خرید مجدد مشتری در فرایند خرید آنلاین مشخص شده است.

کلمات کلیدی:

رفتار مشتری، قصد خرید مجدد، تجارت الکترونیک، خرید آنلاین.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1167714>

