

عنوان مقاله:

تبیین الگوی پویای رفتار مصرف کننده آنلاین: ترکیبی از پدیدارشناسی و نگاشت های شناختی فازی

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 12، شماره 16 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

امیر مانیان - دانشگاه تهران

بابک سهرابی - دانشگاه تهران

طهمورث حسنقلی پور - دانشگاه تهران

سیدمحمدرضا ناصرزاده - دانشگاه شفیلد هلم انگلستان

بابک اخگر - دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

مساله اصلی در این پژوهش ارائه تعریفی از رفتار مصرف کننده آنلاین در بافت جامعه ایران و الگوسازی پویایی های آن است. هدف این تحقیق پدیدارشناسی رفتار مصرف کننده آنلاین و تدوین الگو پویای این رفتار است. این تحقیق قصد دارد تا با پدیدارشناسی تفسیری رفتار مصرف کننده آنلاین به تعریف مناسبی برای آن در بافت جامعه ایرانی دست یافته و پس از بررسی تجربه زیسته افراد از پدیده مصرف آنلاین، عوامل و بسترهای تاثیرگذار بر این رفتار استخراج و پویایی های آن توسط نگاشت های شناختی فازی الگوسازی می گردد. این پژوهش در ۳ گام صورت می پذیرد. در گام اول پس از مصاحبه های عمیق با مصرف کنندگان، به افقی سازی مصاحبه هایی که به روش هرمونتیک انجام گرفته اند پرداخته می شود و مفاهیم مورد نظر برای طراحی نگاشت های شناختی اختصاصی هر فرد مورد مصاحبه در گام دوم استخراج می گردد. در نهایت اجتماع تمامی این نگاشت های شناختی منجر به طراحی یک نگاشت شناختی عمومی از فضای مصرف آنلاین گردیده که با انجام دو مطالعه موردی در کسب و کارهای آنلاین وزن دهی و نهایی می گردد. نتایج پژوهش نشان از مصرف تسکینی، مغشوش و مصرف همگام با تولید در فضای آنلاین دارد.

کلمات کلیدی:

پدیدارشناسی، رفتار مصرف کننده آنلاین، نگاشت های شناختی فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1290567>

