

## عنوان مقاله:

رفتار مصرف کنندگان در تجارت الکترونیکی

## محل انتشار:

هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

سعید شفیعی - دکترای اقتصاد

میثم بشیری - کارشناسی ارشد E-MBA

سید حسین پاریاب - کارشناسی ارشد تجارت الکترونیکی

## خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیکی، راه و روش جدید کسب و کار، به صورت الکترونیکی و با استفاده از شبکه ها و اینترنت است در سال های اخیر و با افزایش تعداد کاربران اینترنت و تجارت الکترونیکی، شناسایی نحوه رفتار مصرف کنندگان در فضای دیجیتال بسیار حایز اهمیت است رفتار مصرف کننده، مجموعه فعالیت هایی است که در جهت کسب، مصرف و یا عدم مصرف کالاها و خدمات صورت می گیرد در این مقاله نکات کلیدی رفتار مصرف کننده در تجارت الکترونیکی مورد بررسی قرار می گیرد به طور خلاصه می توان بیان نمود که شناخت ساختار ذهنی مصرف کننده و عوامل مؤثر در نحوه شکل گیری آن در طراحی سایت ها و فرایند جستجوی مصرف کننده به منظور بالا بردن نرخ بازدهی از سایت ها و ترغیب مصرف کنندگان به خرید از آن ها بسیار تأثیرگذار است.

## کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، تجارت الکترونیکی، تصمیم خرید

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289328>

