

## عنوان مقاله:

اعتماد در رفتار مصرف کننده

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

حمیده فیض آبادی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

سامره شجاعی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

افزایش شرایط رقابتی سبب احساس نیاز روز افزون شرکتها و سازمانها به بازاریابی شده است. آنها متوجه شده اند که تمرکز بر نیازها مصرفکنندگان و شناسایی رفتار مصرف کنندگان از مفروضات اصلی گرایش بازاریابی است. در مطالعات سنتی گذشته اساس در برقرار و تداوم روابط بلند مدت بر عامل وابستگی و سرمایه گذارها ویژه تاکید میشده است. در حالیکه وابستگی شرط کافی برا توجیه روابط بلند مدت نمی-باشد. در واقع عنصر الزامی جهت گرایش به تداوم روابط، اعتماد است. در سایه اعتماد، طرفین باور خواهند داشت که حتی در شرایط غیر قابلپیش بینی آینده همچنان سهمشان از منافع به طور عادلانه حفظ خواهد شد. لذا در این تحقیق به نقاش اعتماد در رفتار مصرف کننده می پردازیم

## کلمات کلیدی:

اعتماد، مصرف کننده، رفتار مصرف کننده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/427957>

