

## عنوان مقاله:

بررسی رفتار مصرف کننده در خرید آنلاین

## محل انتشار:

چهاردهمین همایش پژوهش های نوین در علوم و فناوری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

فریدون خوشنام - دانشجو دکتری مدیریت بازاریابی، شرکت بیمه البرز، شعبه ایلام، نماینده ایوان، ایران،

## خلاصه مقاله:

رفتار مشتریان در هنگام خرید از اینترنت همانند مدل رفتار خرید سنتی، ناشی از یک سری عوامل فرهنگی، اجتماعی، فردی، روان شناختی و . . . می باشد. محققان در طی چند سال گذشته رفتار خرید در محیط اینترنت را بررسی و ضمن شناسایی عوامل تاثیرگذار بر آن، مدل‌های مختلفی را برای رفتار مصرف کننده ی الکترونیکی طراحی نموده اند. هدف اولیه از این مقاله گردآوری و بررسی دیدگاه های مختلف از رفتار مصرف کننده الکترونیکی میباشد. این مقاله استدلالی بوده و بر پایه تجزیه و تحلیل و ترکیب و تلفیق ادبیات رفتار مصرف کننده استوار میباشد. یافته های این تحقیق نشان میدهد، با وجود طیف وسیع و تکراری تحقیقات و مطالعاتی که به بررسی رفتار مصرف کننده الکترونیکی پرداخته و میپردازند، هنوز هم حوزه هایی همچون، اعتماد، تعاملات الکترونیکی، تصویر ذهنی، عوامل برانگیزاننده، محرکها و . . . میتوانند حوزه هایی ارزشمند برای بررسی رفتار مصرف کننده ی الکترونیکی باشند. این تحقیق با بهره گیری از ادبیات رفتار مصرف کننده ی الکترونیکی و تحقیقات تجربی گذشته و با ارایه ی چندین عامل جدید موثر بر رفتار این نوع مصرف کننده، به خرده فروشان در فهم رفتار مصرف کننده ی الکترونیکی کمک نموده است.

## کلمات کلیدی:

مصرف کننده، رفتار مصرف کننده، خرید آنلاین

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/853545>

