

چکیده

در تحقیق حاضر نیز مساله اصلی به این صورت است که آیا کسب و کار الکترونیکی بر رفتار مشتری با نقش تعدیل کنندگی اعتماد تاثیرگذار است؟ تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی می باشد و از نظر شیوه جمع آوری اطلاعات توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه تحقیق حاضر کلیه مشتریان نت برگ در شهر تهران می باشد که از اینترنت استفاده می کنند که تعداد آنها در دسترس نبوده و به عنوان جامعه نامحدود بحساب می آید. در این راستا ۶۳۰ پرسشنامه توزیع و ایمیل شد که در نهایت ۴۰۳ پرسشنامه به محقق عودت داده شد و محقق نیز ۳۹۵ پرسشنامه کامل را مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است و ابزار مورد استفاده پرسشنامه می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از روش تجزیه و تحلیل داده ها حداقل مربعات جزئی می باشد. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان می دهد که مطلوبیت درک شده و آمادگی شرکت از کسب و کار الکترونیکی بر رفتار مشتریان تاثیرگذار است. و همچنین حمایت مدیران و فشار رقابتی ارشد از کسب و کار الکترونیکی بر رفتار مشتریان موثر می باشد. و همینطور اعتماد مشتری بر تاثیر مطلوبیت درک شده و آمادگی سازمان از کسب و کار الکترونیکی بر رفتار مشتریان نقش تعدیل کننده دارد. و از طرفی اعتماد مشتری بر تاثیر حمایت مدیران ارشد و فشار رقابتی از کسب و کار الکترونیکی بر رفتار مشتریان نقش تعدیل کننده دارد.

کلمات کلیدی: کسب و کار الکترونیکی، رفتار مشتری، نقش تعدیل کنندگی اعتماد