

### بررسی رابطه تجارت الکترونیکی و رفتار مشتری با منطق فازی

فاطمه خدابخشی<sup>۱</sup>، زهرا واعظ<sup>۲\*</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد کامپیوتر، نرم افزار دانشگاه فنی و حرفه ای، آموزشکده فنی و حرفه ای دختران جوققان ، چهارمحال وبختیاری، ایران

Khodabakhshi.۲۰۱۱@gmail.com

<sup>۲\*</sup> کارشناس کامپیوتر، فناوری اطلاعات، آدانشگاه فنی و حرفه ای، موزشکده فنی و حرفه ای دختران جوققان ، چهارمحال وبختیاری، ایران

Zahravaez۲۰۱۸@gmail.com

### چکیده

امروزه به دلیل پیشرفت‌های فناوری، کسب و کار دگرگون شده و به سمت الکترونیکی شدن پیش می‌رود، تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی یکی از مشهورترین تمایلات در اقتصاد دیجیتال است. در بازار اینترنتی نسبت به بازار سنتی این چالش وجود دارد که سازمان تجاری با رقبای بیشتری مواجه است و وفاداری مشتریان کمتر است. لذا در تجارت الکترونیکی، جذب، کسب اعتماد، رضایت و حفظ مشتریان برای سازمان تجاری مساله‌ای مهم و دشوار است در این پژوهش به بررسی رابطه میان استفاده از تجارت الکترونیکی و متغیرهای مهمی چون رضایت، اعتماد و وفاداری مشتری پرداخته می‌شود. با طراحی سیستم فازی مربوطه و در نظر گرفتن پارامترهای اعتماد، وفاداری و رضایت این نتیجه حاصل شد که هر سه پارامتر در تعامل باهم بر افزایش خرید الکترونیکی تاثیر دارند و بیشترین تاثیر را رضایت مشتری بر تجارت الکترونیکی دارد.

### کلمات کلیدی

تجارت الکترونیکی، پایگاه وب، رضایت مشتری، اعتماد مشتری، وفاداری مشتری، منطق فازی.