

13th International Conference of Modern Researches in Management, Economics and Development



واکاوی حریم خصوصی خریداران در خرید آنلاین - مورد مطالعه شهر زنجان

مصطفی جعفری

نویسنده مسئول، گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان

میلاد باقری

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه زنجان

الهام علی حسینی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه زنجان

عطریه حسین پور

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه زنجان

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر واکاوی ابعاد حریم خصوصی در خرید آنلاین و راهکارهایی برای حفظ حریم خصوصی است. تعداد یافته‌های ارائه شده در پژوهش با توجه به تعاریفی که در آن‌ها آمیخته شده، نقش کاربردی در حفظ حریم خصوصی افراد در خرید آنلاین دارند. روش انجام پژوهش کیفی از نوع پدیده نگاری است. جامعه هدف آن شامل ۱۶ نفر از ساکنان شهر زنجان که با تکنیک نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و تعداد این مصاحبه‌شوندگان با تکنیک اشباع تعیین شده است. داده‌های کیفی این پژوهش، به طریق تکنیک سنخ‌شناسی تحلیل شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه بود که حاوی ۱۱ سوال بازپاسخ که صورت حضوری و آنلاین از ۱۶ نفر پرسیده شد. با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش، ابعاد و تفاوت‌های حریم خصوصی در خرید آنلاین تبیین شد و همچنین راهکارهایی برای حفظ حریم خصوصی ارائه شد.

واژگان کلیدی: حریم خصوصی، حریم خصوصی در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، خرید آنلاین، خریداران آنلاین