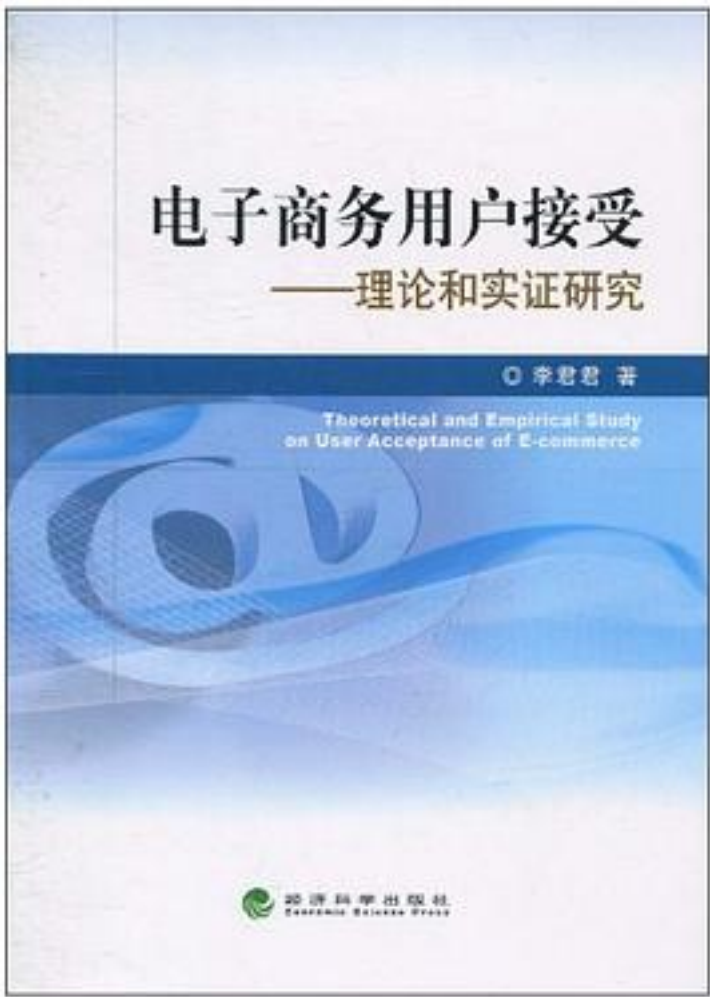


# 电子商务用户接受



[电子商务用户接受\\_下载链接1](#)

著者:李君君

出版者:经济科学

出版时间:2010-8

装帧:

isbn:9787505896833

《电子商务用户接受:理论与实证研究》综合了图书情报学、信息科学、系统科学等相

关领域的理论与方法，通过提出和验证理论模型，提高各界对电子商务用户接受行为的认识。电子商务的市场潜力巨大，必须理解用户接受电子商务进行网上购物的各种因素，才能进一步促进电子商务的发展。

为了构建面向电子商务的用户接受模型，从用户行为角度，即是从用户的购物行为出发，来研究用户的网上购物行为意向；而从技术接受角度，需要考虑到网站建设的质量状况，是否方便用户使用，因此，《电子商务用户接受:理论与实证研究》通过探讨电子商务网站用户购物行为，以及电子商务网站质量和网站评价，希望从以用户为中心和以技术为中心两种角度来建立用户接受模型。

作者介绍:

目录: 第1章 绪论 1.1 研究背景及依据 1.2 研究目的与意义 1.3 国内外研究现状 1.4 研究思路和研究方法 1.5 研究内容和创新第2章 用户接受研究的理论基础 2.1 信念—态度—意向—行为理论 2.2 技术接受模型及改进 2.3 任务—技术匹配模型 2.4 组织层面的用户接受研究 2.5 模型的比较第3章 电子商务的用户接受研究 3.1 电子商务环境下的用户购物行为 3.2 电子商务网站质量及其评价 3.3 电子商务环境下用户接受的扩展 3.4 用户接受理论在电子商务中的应用 3.5 组织层面的电子商务采纳第4章 电子商务网站用户接受模型的研究设计 4.1 用户接受模型影响因素的确定 4.2 理论模型与研究假设 4.3 变量的定义和测量指标的选择 4.4 问卷设计与调查 4.5 数据分析方法第5章 电子商务网站用户接受模型的实证分析 5.1 信度与效度检验 5.2 个人因素的影响分析 5.3 结构方程模型的分析验证 5.4 结果讨论第6章 用户接受模型在我国电子商务网站中的应用 6.1 我国电子商务网站的客观评价 6.2 我国电子商务网站的主观评价——用户接受可能性 6.3 对我国电子商务发展的建议第7章 结束语 7.1 研究结论 7.2 进一步研究方向附录A 用户影响因素调查问卷附录B 用户接受调查问卷附录C 验证性因子分析的路径图附录D 修正模型的结构方程路径图参考文献后记

• • • • • [\(收起\)](#)

[电子商务用户接受\\_下载链接1](#)

标签

用户研究

产品经理

评论

-----  
[电子商务用户接受\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[电子商务用户接受\\_下载链接1](#)