

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل بحرانی موفقیت در فروش الکترونیکی با به کارگیری نظریه داده بنیاد

## محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی مکانیک، برق، کامپیوتر و علوم مهندسی موناکو (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

جواد گلناری عباسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک، موسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان، اصفهان، ایران

مریم بیاتی - استادیار، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان، اصفهان، ایران

محمد شیرعلی کلیشادی - مربی، گروه کامپیوتر، دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه شیخ بهائی اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف ارائه یک مدل ساختاری، جهت شناسایی عوامل بحرانی موفقیت در فروش الکترونیکی از نوع کاربردی میباشد و از نظر نحوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی است و روش تحقیق از نوع ترکیبی کیفی با استفاده از نظریه داده بنیاد و در قسمت کمی با استفاده از روش معادلات ساختاری انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را خبرگان فعال در حوزه فروش الکترونیک و رسانه های دیجیتال در کشور تشکیل داده بودند که در رابطه با فروش الکترونیک دانش کافی داشتند. روش نمونه گیری غیر احتمالی بوده که از روش زنجیره های/گلوله برفی تبعیت میکند و 15 نفر از میان افراد ذکر شده انتخاب شد. برای جمع آوری دیدگاه های افراد مرتبط با عرصه فروش الکترونیک و رسانه های دیجیتال از ابزار مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. بر اساس تحلیل مصاحبه ها و پرسشنامه های صورت گرفته، کدهای باز اولیه شناسایی شد که این کدها به 31 کد محوری و 17 کد منتخب کاهش دادند. در نهایت با استناد به نظریه داده بنیاد، کدهای شناسایی شده در 4 بعد شامل سیستم پشتیبانی مشتری، کیفیت خدمات، تبلیغات دهان به دهان و شخصی سازی قرار گرفتند. نتایج به دست آمده حاکی از تأثیر هر یک از مقوله های مختلف بر فروش الکترونیک است، از این رو برای موفقیت در فروش الکترونیک، باید به این مقوله ها توجه ویژه ای شود.

## کلمات کلیدی:

عوامل بحرانی موفقیت، فروش الکترونیکی، کیفیت خدمات، سیستم پشتیبانی مشتری، شخصی سازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133778>

