

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کننده در خرید آنلاین در تجارت الکترونیک جهت تعیین قیمت پویای کالاها و خدمات با استفاده از شبکه های عصبی مصنوعی

محل انتشار:

هفدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سید بهنام حیدری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه بجنورد، دانشکده فنی و مهندسی، گروه مهندسی صنایع

حسن جعفریانی - استادیار، دانشگاه بجنورد، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت بازرگانی

حسین کریمی - استادیار، دانشگاه بجنورد، دانشکده فنی و مهندسی، گروه مهندسی صنایع

خالد محی الدین - دانشجوی دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده مهندسی و فناوری کشاورزی، گروه مهندسی مکانیک بیوسیستم

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک در عصر حاضر باعث بازنگرگی در کلیه استراتژی ها در تجارت و بازرگانی شده است. یکی از این تغییرات، تغییرات در سیاست ها و استراتژی های قیمت گذاری کالاها و خدمات است. با توجه به شدت گرفتن رقابت در فضای کسب و کار بخصوص کسب و کارهای الکترونیکی قیمت گذاری ثابت و ایستا نمی تواند پاسخگو نیازهای فروشندگانی باشد که محصولات خود را در این بازار عرضه می کنند. لذا این فروشندگان به دنبال روش هایی مبتنی بر قیمت گذاری پویا می باشند تا بتوان در این بازارهای متلاطم قیمت محصولات خود را تغییر دهند و واکنش مناسب به این فضای رقابتی نشان دهند. هدف اصلی این پژوهش بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کننده در خرید آنلاین در فروشگاه های آنلاین شهر مشهد است. این پژوهش از منظر هدف، از نوع کاربردی توسعه ای است و از منظر روششناسی از نوع پژوهش های توصیفی از شاخه هم بستگی است. نتایج پژوهش نشان می دهند عوامل قیمت خرید محصول، کیفیت کالاها و خدمات، وجهه و اعتبار نام تجاری شرکت، خدمات پس از فروش، نحوه و زمان تحویل محصولات و ارائه تخفیف ها از مهم ترین عواملی بودند که بر رفتار مصرف کننده در خرید آنلاین مؤثرند و این عوامل با دقت بالا و قدرت پیش بینی کنندگی 93/33 درصد رفتار مصرف کننده در خرید آنلاین را پیش بینی می کنند.

کلمات کلیدی:

قیمت گذاری، تجارت الکترونیک، رفتار مصرف کننده، شبکه های عصبی مصنوعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1160906>

