

عنوان مقاله:

بررسی عوامل تعیین کننده در تمایل به خرید اینترنتی بلیت شرکت های هواپیمایی

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 1 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

علیرضا حدادیان - گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا حدادیان - گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا حدادیان - استادیار دانشگاه

امیرحسین باقریه مشهدی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد ، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان

خلاصه مقاله:

امروزه با توسعه فناوری اطلاعات، گرایش فزاینده ای در پذیرش خرید اینترنتی از سوی مسافران هوایی مشاهده می شود که این مهم مستلزم هوشیاری شرکتهای هواپیمایی در شناسایی عوامل تاثیرگذار بر آن می باشد. برای این منظور در تحقیق حاضر تلاش شده است تا الگوی تمایل به خرید اینترنتی بلیت شرکت های هواپیمایی با استفاده از معیارهای اعتماد، هنجارهای ذهنی، ریسک ادراک شده، رضایت و سهولت استفاده از وب سایت مورد مطالعه قرار گیرد. جامعه آماری این پژوهش را مسافران خروجی فرودگاه بین المللی شهید هاشمی نژاد مشهد در پروازهای داخلی شهریور ماه ۱۳۹۲ تشکیل داده و نمونه آماری با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران ۲۱۵ محاسبه شده است. همچنین ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد که از روایی و پایایی مناسب برخوردار بوده و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش معادلات ساختاری و نرم افزار Lisrel ۸.۸ استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد افزایش رضایت و اعتماد مسافران هوایی منجر به افزایش تمایل به خرید اینترنتی بلیت شرکت های هواپیمایی می شود. همچنین متغیرهای ریسک ادراک شده و سهولت استفاده با نقش میانجی رضایت و اعتماد بر تمایل به خرید اینترنتی تاثیر گذار هستند و نقش معنی داری هنجارهای ذهنی در تمایل به خرید اینترنتی مورد تایید نمی باشد.

کلمات کلیدی:

هنجارهای ذهنی، ریسک ادراک شده، اعتماد، رضایت، سهولت استفاده، تمایل به خرید اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207065>

