

عنوان مقاله:

پیش بینی تاثیر انتظارات مشتریان، تاثیرات اجتماعی و اعتماد به فناوری بر پذیرش و تمایل به خرید خودروهای خودران با توجه به نقش تعدیل گری نوآوری خواهی مشتری

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سارا رستمی زاد - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

فرشته لطفی زاده - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران

محمدرضا نظری پاشاکی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی از مطالعه حاضر پیش بینی تاثیر انتظارات مشتریان، تاثیرات اجتماعی و اعتماد به فناوری بر پذیرش و تمایل به خرید خودروهای خودران با توجه به نقش تعدیل گری نوآوری خواهی مشتری بوده است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی می باشد. همچنین در زمینه نحوه گردآوری داده ها نیز مطالعه حاضر مطالعه ای توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد قزوین بوده اند. در این مطالعه به منظور تحلیل داده ها از دو رویکرد کلی آماری آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. نرم افزارهای مورد استفاده در این پژوهش نیز، SPSS و Smart PLS می باشند. یافته های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه های این پژوهش، حاکی از آن است که پذیرش فناوری بر تمایل به خرید بیشترین تاثیر مثبت و معنادار را داشته است و همچنین بر این اساس می توان گفت که عملکرد مورد انتظار با تاثیر تعدیل گری نوآوری خواهی بر تمایل به خرید دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد قزوین، دارای کمترین اثر مثبت بوده است.

کلمات کلیدی:

اعتماد مشتری؛ نوآوری خواهی مشتری؛ تمایل به خرید؛ عملکرد و تلاش مورد انتظار و پذیرش فناوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244908>

