

عنوان مقاله:

تاثیر نوع تخفیف ارائه شده در خرده فروشی های آنلاین بر قصد خرید مشتری

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

زهرا زردشت - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه کامپیوتر و فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

امیررضا استخریان حقیقی - استادیار گروه کامپیوتر و فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش تاثیر نوع تخفیف ارائه شده در خرده فروشی های آنلاین بر قصد خرید مشتری می باشد. این مطالعه از نوعمروری و کتابخانه ای و بررسی منابع اینترنتی است. مقالات مرتبط از طریق جستجوی الکترونیکی در بانک های اطلاعاتی گوگل اسکولار، الزویر، سیویلیکا و اس آی دی انجام شد. از ۴۵ مقاله جستجو شده، ۱۶ مقاله که بیشترین وابستگی موضوعی را به این پژوهش داشتند انتخاب و در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان می دهد که رابطه معناداری بین اثرگذار استراتژی های نوع تخفیف بر قصد خرید مشتریان وجود دارد. همچنین خرده فروشی ها/ فروشگاه های آنلاین می توانند با ایجاد تخفیف مناسب برای خود، نگرش و رضایت مشتریان و به دنبال آن بر قصد خرید آنان اثرگذار باشند.

کلمات کلیدی:

تخفیف، خرده فروشی آنلاین، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261216>

