

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های فروشگاه الکترونیکی بر رفتار خرید ناگهانی آنلاین بواسطه عواطف مشتری

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

شهرزاد امیریک - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک، موسسه حکیم نظامی قوچان، ایران

امیر محمد فکور ثقیه - دانشیا ر گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

حوزه خرید به ویژه خرید ناگهانی از جمله موضوعاتی است که برای بسیاری از مدیران فروشگاه های اینترنتی مهیج است زیرا نسبت بالایی از مصرف کنندگان آنلاین خود را به عنوان خریداران ناگهانی در نظر می گیرند لذا بررسی تاثیر ویژگی های فروشگاه ها بر رفتار خرید ناگهانی به واسطه عواطف مشتری هدف اصلی این تحقیق می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها، توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه های خراسان رضوی که از شرکت دیجی کالا در سال ۱۳۹۹ خرید اینترنتی داشته اند، به تعداد تقریبی ۱۵۰۰۰۰ می باشند. با استفاده از روش نمونه گیری، طبقه ای و فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. جمع آوری داده ها به دو روش کتابخانه ای و میدانی صورت گرفت. مهم ترین ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بود که به صورت الکترونیکی در بین اعضای جامعه آماری پژوهش توزیع گردید. برای سنجش رفتار خرید ناگهانی آنلاین از پرسشنامه رضایی گازرخی (۱۳۹۵)، عواطف مشتری از پرسشنامه کرم زاده (۱۳۹۵) و ویژگی های فروشگاه الکترونیکی از پرسشنامه حامدی (۱۳۹۶) استفاده گردید. روایی پرسشنامه ها توسط اساتید خبره تایید گردید و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ سنجیده و مطلوب گزارش شد. تحلیل های آماری برای آزمون فرضیه ها از روش معادلات ساختاری و با کمک نرم افزار آموس انجام شده است. یافته های تحقیق حاکی از این بود که ویژگی های محیطی فروشگاه های الکترونیکی (محتوای فروشگاه، طراحی فروشگاه و مسیریابی فروشگاه) بر رفتار خرید ناگهانی آنلاین تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش واسطه عواطف مشتری در رابطه بین ویژگی های محیطی فروشگاه الکترونیکی و رفتار خرید ناگهانی آنلاین مورد تایید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

رفتار خرید ناگهانی آنلاین، عواطف مشتری، ویژگی های فروشگاه الکترونیکی، شرکت دیجی کالا.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1268407>

