

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگیهای جمعیت شناختی مشتریان بر تمایل به خرید اینترنتی کالاهای گران قیمت با روش پرداخت هزینه قبل از ارسال کالا

محل انتشار:

کنفرانس ملی فناوری اطلاعات و جهاد اقتصادی (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

داود فیض - استادیار دانشگاه سمنان

حسین اسماعیلی - کارشناس ارشد MBA دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک به معنای واقعی آن هنوز در ایران اجرایی نشده است و اکثر فروشگاه های اینترنتی موجود فروشگاه های کوچکی هستند که محصولات ارزان قیمت ارایه می نمایند علت این امر ایجاد بسترهای مناسب برای تحقق تجارت الکترونیک است صاحبان فروشگاه ها معمولا با مشکل اعتماد پایین مشتریان در خریدهای اینترنتی مواجه هستند و این امر باعث شده تا کالاهای ارایه شده در فروشگاه های اینترنتی ایرانی محدود به کالاهای ارزان قیمت شود که مشتری ریسک زیادی را در قبال خرید آنها احساس نمی کند بنابراین فروشگاه های اینترنتی که کالاهای گران قیمت عرضه می کنند برای اینکه فروش بهتری داشته باشند مجبورند هزینه کالا را در هنگام تحویل کالا به مشتری از اودریافت کنند مشکلی که این روش ایجاد می کند نیاز به سرمایه در گردش زیاد است چرا که معمولا از زمان ارسال کالا تا وصول هزینه زمان زیادی صرف خواهد شد بنابراین فروشگاه ها مایلند خریدار ابتدا هزینه کالا را پرداخت نموده و سپس کالا برای او ارسال شود هدف این پژوهش بررسی این موضوع است که میزان تمایل مشتریان فروشگاه های اینترنتی در ایران به خرید کالاهای گران قیمت با پرداخت هزینه قبل از ارسال کالا چقدر است و چه رابطه ای بین ویژگیهای جمعیت شناختی مشتریان و این میزان تمایل وجود دارد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، تمایل به خرید، ویژگیهای جمعیت شناختی، داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/141813>

