

عنوان مقاله:

بررسی موانع و مشکلات خرید اینترنتی؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز خرم آباد

محل انتشار:

شانزدهمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

سجاد میرزائی کیا - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور تهران غرب

خلاصه مقاله:

خرید اینترنتی یکی از مفاهیم مهم تجارت الکترونیک است که امروزه مورد استقبال عموم قرار گرفته است. صرفه جویی در زمان، تنوع و امکان مقایسه کالاها و خدمات و ... تنها بخشی از مزایای آن بشمار میروند. هدف پژوهش حاضر بررسی موانع و محدودیتهای خرید اینترنتی در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز خرم آباد میباشد. نمونه آماری، شامل ۳۶۰ نفر از دانشجویان این دانشگاه است که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدهاند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای- بعنوان یکی از ابزارهای رایج تحقیق روش مستقیم برای کسب داده هاست- که توسط محقق طراحی گردیده است و برای بررسی روایی آن از روایی محتوایی استفاده شده است. بر این اساس پرسشنامه با نظر کارشناسان رفع ابهام و اصلاح شده و پرسشنامه نهایی آماده اجرا گردید. پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ ($\alpha=0.814$) تعیین گردیده است و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج به دست آمده از آزمون t تک نمونه ای نشان داد که متغیرهای دسترسی نابرابر به کامپیوتر، تحصیلات کامپیوتری، وضعیت اقتصادی، سن و امنیت در خرید اینترنتی به طور معنیداری تاثیر گذار هستند.

کلمات کلیدی:

خرید اینترنتی (Buy Internet)، کسب و کار الکترونیک (E-Business)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1479496>

