

## عنوان مقاله:

تاثیر فرهنگ ملی بر اعتماد مصرف کننده در تجارت الکترونیک (مورد مطالعه شرکت اسنپ مارکت)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس تحقیقات کاربردی علوم انسانی در مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

حمیرا رضائی - کارشناس ارشد مدیریت

محمد رضائی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

عاطفه سبزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

بهنام رحیمی زاده - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

امروزه، با توجه به گسترش شهرها و مشکلات ناشی از جابه جایی و کمبود وقت برای افراد، راهکارهای بسیاری برای انجام دادن امور روزمره بیان شده است. از ضروری ترین مسایل آدمی تامین احتیاجات روزمره برای زندگی است و با گستردگی این احتیاجات شرکت های بسیاری به رفع این احتیاجات، از طریق اینترنت اقدام کرده اند. اینترنت امکان مبادله ای با عنوان تجارت الکترونیک را فراهم کرده است که انتظار می رود پیامدهای گسترده ای داشته باشد. با رشد اینترنت شرکت ها تلاش بیشتری می کنند تا با ارائه خدمات اینترنتی، مزایا و فواید حاصل از آن را کسب کنند و برای مشتریان نیز فوایدی ایجاد کنند. با گسترش موج جهانی شدن و محیط های کار چند ملیتی در سراسر جهان، تحقیقات در زمینه فرهنگ و ارزش های فرهنگی به سرعت افزایش یافته است. در دو دهه گذشته مطالعات زیادی درباره ارتباط فرهنگ ملی و به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات انجام گرفته است. تفاوت های فرهنگی ممکن است بر اعتماد اثر گذارد. در مقاله حاضر به بررسی تاثیر فرهنگ ملی بر اعتماد مصرف کننده در تجارت الکترونیک (مورد مطالعه شرکت اسنپ مارکت)، پرداخته شده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت جزء پژوهش های توصیفی با روش پیمایشی می باشد. روش گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. در تحقیق حاضر جامعه آماری نامعین است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۵ نفر تخمین زده شد. تجزیه و تحلیل توسط نرم افزار لیزرل و اس پی اس انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که تاثیر فرهنگ ملی بر گرایش به اعتماد ۰/۶۴ و تاثیر گرایش به اعتماد بر قابلیت اعتماد ۰/۶۶ می باشد، ضمناً ترتیب اثرگذاری مولفه های فرهنگ ملی به ترتیب عبارتند از: گرایش بلند مدت، فاصله قدرت، مردانگی، اجتناب از عدم اطمینان و مردانگی می باشند.

## کلمات کلیدی:

اعتماد مصرف کننده، فرهنگ ملی، تجارت الکترونیک، گرایش به اعتماد، اسنپ مارکت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1625484>

