

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر نظرات منفی کاربران در فروشگاه های خرده فروشی آن لاین با در نظر گرفتن نقش میانجی گیری جبران پولی و جبرانی روانی (مورد مطالعه: مشتریان دیجیکالا)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیقات کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری نوین (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

داود مودن - عضو هیئت علمی، دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی، قزوین، ایران

حسین عابدی - عضو هیئت علمی، موسسه آموزش عالی کار، قزوین، ایران

احسان سیدی - دانشجوی کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

در بازارهای آنلاین مشتریان می توانند نظراتی بنویسند که بر مصرف کنندگان بالقوه تاثیرگذار باشد. در هنگام خرید مشتریان از پلتفرم های خردهفروش های دیجیتال فروش کالا همچون دیجی کالا هم همینطور است و خرید مصرف کنندگان تا حد قابل توجهی از نظرات منتشر شده توسط سایر کاربران تاثیر می پذیرد. هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر انگیزه های مشتریان بر انتشار نظرات منفی آن لاین آن ها با در نظر گرفتن نقش متغیر تعدیل گر استراتژی های بازیابی خدمات شامل جبران پولی و جبران روانی می باشد. این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی و کاربردی است. جامعه آماری تحقیق آن دسته از مشتریان دیجی کالا در شهر تهران می باشند که حداقل یکبار نظر منفی خود را در مورد کالا یا نحوه ارائه خدمات بصورت الکترونیکی بیان نموده اند. نمونه گیری از نوع غیر تصادفی در دسترس می باشد. تعداد نمونه گیری ۳۸۴ نفر بود. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه استاندارد می باشد. برای آزمون فرضیه های تحقیق از مدل معادلات ساختاری روش حداقل مربعات جزئی و نیز روش رگرسیون سلسله مراتبی استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد انگیزه تخلیه احساسی مشتریان و انگیزه اقتصادی بر انتشار نظرات منفی آن لاین مشتریان تاثیر مستقیم دارد. همچنین نقش تعدیلگری متغیر جبران روانی در رابطه بین تخلیه احساسی و انتشار نظرات منفی آن لاین تایید گردید. همچنین نقش تعدیلگری متغیر جبران پولی در رابطه بین انگیزه بین انگیزه ارتقای شخصی و انتشار نظرات منفی آن لاین تایید شد. در نهایت نقش تعدیلگری متغیر جبران مالی در رابطه بین انگیزه نوع دوستی و انتشار نظرات منفی آن لاین نیز تایید شد.

کلمات کلیدی:

انگیزه تخلیه روانی، انگیزه اقتصادی، انگیزه نوع دوستی، انگیزه ارتقای شخصی، جبران روانی، جبران پولی، نظرات منفی آن لاین مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1642171>

