

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های هوش مصنوعی بر عملکرد بازاریابی در خریده های آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه های آنلاین در شهر تهران)

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی چشم اندازه های نوین در مدیریت، حسابداری و کارآفرینی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

مهدی براتی - کارشناس ارشد برق قدرت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند، بیرجند، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه پیشرفت عظیم تکنولوژی زندگی انسان را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. فناوری های اخیر در همه بخشها استفاده می شود. هوش مصنوعی یک علم مدرن است که هدف آن ایجاد ماشینی است که هوش انسان را تقلید کند. در بسیاری از زمینه ها مانند امور مالی، رباتیک، مراقبت های بهداشتی و بازاریابی استفاده می شود. هدف اصلیمطالعه حاضر، بررسی تاثیر قابلیت های هوش مصنوعی بر عملکرد بازاریابی در خریده های آنلاین میباشد. روش این تحقیق جزء تحقیقات توصیفی و از حیث گردآوری داده ها از شاخه پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش فروشگاه های آنلاین در شهر تهران است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای استاندارد با طیفلیکرت 5 گزینه ای از «کاملا مخالف» تا «کاملا موافق» تنظیم شد. روایی صوری با استفاده از نظر اساتید گروه مدیریت و روایی سازه پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی و نیز پایایی متغیرهای پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. پس از اطمینان از روایی و پایایی، این پرسشنامه به صورت حضوری در جامعه آماری توزیع گردید و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS28 و Smart PLS انجام شد. نتایج نشان داد که قابلیت های هوش مصنوعی بر عملکرد بازاریابی در خریده های آنلاین تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

قابلیت های هوش مصنوعی، عملکرد بازاریابی، خریده های آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1753188>

