

## عنوان مقاله:

نقش کیفیت ارتباطات آنلاین بر روی تمایل به خرید مجدد در تجارت الکترونیک

## محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

زهره دهدشتی شاهرخ - عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

سید مهدی تیماسی - دانش اموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

نوشین اویسی - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

## خلاصه مقاله:

مدیران در دنیای امروزه توجه ویژه ای به تمایل مجدد مشتریان دارند از این رو کیفیت ارتباطات به صورت روزافزون به عنوان یک استراتژی مهم برای شرکت هایی مطرح گشته است که در دنیای رقابتی کنونی در تلاش برای حفظ مشتریان راضی و وفادار هستند هدف اصلی این تحقیق تبیین ارتباط بین کیفیت ارتباطات آنلاین و تمایل به خرید مجدد اینترنتی است مدل مفهومی تحقیق با استفاده از 201 پرسشنامه بدست آمده از بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی تست شد متغیرهای مقدم کیفیت ارتباطات آنلاین عبارتند از: قابلیت استفاده از وب سایت تخصص د رانجام سفارشات اعتبار و شهرت فروشنده بدگمانی نسبت به رفتار فروشنده داده ها با استفاده از نرم افزار لیزرل مورد تحلیل قرار گرفتند نتایج نشان داد که قابلیت استفاده از وب سایت تاثیر مستقیم و معنادار بر روی تمایل به خرید مجدد ندارد همچنین نتایج نشان داد که تخصص در انجام سفارشات تاثیر مستقیم و معنادار بر روی کیفیت ارتباطات آنلاین ندارد تاثیر مستقیم بقیه متغیرها مورد تایید قرار گرفت مهمترین متغیر موثر بر کیفیت ارتباطات آنلاین اعتبار و شهرت فروشنده بود

## کلمات کلیدی:

تمایل به خرید مجدد اینترنتی، کیفیت ارتباطات آنلاین

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/249085>

