

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر تصمیم گیری خرید آنلاین در بین شهروندان قزوین: یک تحقیق اکتشافی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

بهروز کاکوند - دانشجوی فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد قزوین، ایران

سعید جهانیان - دانش آموخته دکترای مدیریت سیستم ها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش جهت بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم گیری خرید آنلاین صورت گرفته است. با مطالعه مقاله های مختلف عوامل مؤثر در مدل پیشنهادی، کیفیت و مقدار اطلاعات، متغیرهای شخصی خریدار، تجربه بعد از خرید مشتری، رضایت مشتری، مشخصات وب سایت و همچنین امنیت وب سایت در نظر گرفته شد. سپس داده های گردآوری شده به روش تحلیل عاملی اکتشافی با نرم افزار SPSS بررسی گردید. جامعه آماری تحقیق از شهروندان قزوین با تحصیلات متفاوت که با خرید الکترونیکی آشنا بوده و دست کم یک بار تجربه خرید آنلاین را داشته اند، انتخاب شد. نتایج بدست آمده نشانده بوجود آمدن عامل جدیدی با عنوان قیمت تمام شده و همچنین ادغام برخی عوامل با هم شد. تلاش بر این بوده است که همه این عوامل شناسایی شده و اهمیت و تأثیر آنها بر تصمیم گیری خرید الکترونیکی مشخص گردد، به طوری که در تحقیقات گذشته این گستردگی عوامل دیده نشده باشد.

کلمات کلیدی:

تصمیم به خرید آنلاین، امنیت در خرید الکترونیکی، وفاداری، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/485597>

