

عنوان مقاله:

تاثیر هدایای رایگان به همراه خرید بر رضایت خرید آنلاین (مورد مطالعه: سایت دیجیکالا)

محل انتشار:

کنفرانس سالانه پارادایم های نوین مدیریت در حوزه هوشمندی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

سیدجلیل حسینی اجداد نیکی - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

محمد کریمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

امروزه با رشد فزایندهی توسعهی جهانی تجارت الکترونیکی، کسب وکارها سعی مینمایند بیشتر از قبل با استفاده از تجارت الکترونیکی با مشتریان تعامل برقرار کنند و مزیت های رقابتی خویش را به دست آورند. بنابراین، رقابت میان فروشندگان برخط لحظه به لحظه شدیدتر شده و این واقعیت منجر به آگاهی بیشتر مشتریان در هنگام جست و جوی کالاها و خدمات از قیمت های بهینه می شود. یکی از مزیت های رقابتی در این عرصه که خرده فروشان الکترونیکی از آن بهره می برند، هدایای رایگانی است که هنگام خرید به مشتریان داده می شود. که در تحقیق حاضر این هدایا دارای ویژگی هایی از قبیل کیفیت، مفید بودن، منحصر بفرد بودن و قیمت می باشد. هدف این تحقیق، تبیین این موضوع می باشد که چطور هدایای رایگان به همراه خرید آنلاین بر رضایت خرید آنلاین اثر می گذارد. رویکرد و روش تحقیق بدین صورت می باشد که از طریق بکارگیری یک مدل نظری که چطور هدایای رایگان به همراه خرید بر رضایت خرید آنلاین اثر می گذارد، با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی، مورد آزمون قرار گرفت. یافته های تحقیق بدین صورت می باشد که مفید بودن ادراک شده، کیفیت ادراک شده، قیمت ادراک شده و منحصر بفرد بودن ادراک شده از هدایا، بر خشنودی خرید آنلاین بطور مثبت تاثیر گذار می باشند. همچنین یافته های این تحقیق، دانش در مورد ارتباط بین خرید آنلاین به همراه هدایا و رضایت خرید را افزایش داد و همچنین ساز و کار روانشناسی تاثیر این هدایا را بر رضایت خرید نشان داد.

کلمات کلیدی:

تیوری احساسات، خرده فروش آنلاین، خشنودی، رضایت خرید، هدایای رایگان به همراه خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/637549>

