

عنوان مقاله:

مدل سازی عوامل موثر بر قصد خرید اینترنتی با تاکید بر عوامل درونی رفتار مصرف کننده در بین مشتریان گروه بهداشتی فیروز

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فرزانه نشاطی - گروه مدیریت واحد الکترونیکی دانشگاه آزاد اسلامی تهران-ایران

سید رضا موسوی - گروه مدیریت واحد الکترونیکی دانشگاه آزاد اسلامی تهران- ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر قصد اینترنتی با تاکید بر عوامل درونی رفتار مصرف کننده در بین مشتریان گروه بهداشتی فیروز بررسی و انجام شده است. جامعه آماری تحقیق مشتریان مناطق شما و شمال غرب تهران هستند. با استفاده از فرمول کوکران تعداد 384 نفر به عنوان نمونه آماری تعیین و به روش تصادفی در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته است که روایی به صورت روایی محتوا و با مراجعه به نظر 5 نفر از خبرگان و اساتید فن بررسی و تایید گردید. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بررسی شد که نتایج نشان می دهد ضریب آلفا بیشتر از مقدار ملاک 0/7 است لذا پرسشنامه از پایایی مناسب برخوردار است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار spss20 انجام شده است. نتایج نشان می دهد که برون گرایی، وظیفه شناسی، استقبال از تجربیات جدید، جمع گرایی، فردگرایی، لذت از خرید، مادی گرایی، تمایل به خرید آنی و بی ثباتی عاطفی از مولفه های اساسی موثر بر قصد خرید آنلاین مشتریان می باشند.

کلمات کلیدی:

قصد خرید آنلاین، رفتار مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/674982>

