

عنوان مقاله:

مدلسازی رفتار خریداران و بررسی تاثیر خرید اینترنتی بر تقاضای سفر، مطالعه ی موردی کلان شهر تهران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

علی ادریسی - استادیار گروه مهندسی عمران راه و ترابری، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی،

زینب فرجی - کارشناسی ارشد برنامه ریزی حمل و نقل، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی،

خلاصه مقاله:

رشد روز افزون فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیرات قابل توجهی در حمل و نقل داشته است. در سال های اخیر بدلیل نفوذ تکنولوژی های جدید، روش های خرید و رفتار مشتریان به طرز چشمگیری تغییر کرده است و اینترنت با ارایه ی تنوع گسترده ای از محصولات و خدمات با یک قیمت رقابتی و قابل مقایسه برای خرید کردن بسیار مورد توجه و استفاده قرار دارد. مزیت مورد انتظار از تاثیر خرید اینترنتی بر تقاضای حمل و نقل جایگزین شدن این نوع خرید با سفرهای خرید و کاهش سفرها می باشد که بعضی از مطالعات انجام شده این تاثیر را بیان کرده اند. در حالیکه اینترنت به عنوان یک شبکه تبلیغاتی وسیع برای ارایه ی اطلاعات و معرفی محصولات می تواند سفرهای جدیدی هم ایجاد کند. با توجه به افزایش محبوبیت خرید اینترنتی و نتایج متنوع بدست آمده برای نمونه های آماری مختلف، این مطالعه به بررسی تغییر رفتار سفر مردم و تاثیر خرید اینترنتی بر تقاضای سفر می پردازد تا با تعیین ارتباط بین این دو نوع خرید، به عنوان روشی برای کاهش آلودگی هوا و ترافیک در شهر تهران، دستمایه ی برنامه ریزان حمل و نقل قرار گیرد. 210 پرسشنامه بصورت اینترنتی بدین منظور جمع آوری شد و با مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار اموس 24 پرداخت شد. نتایج این مطالعه ارتباط مکمل بین جست و جوی اینترنتی کالاها و خرید سنتی را بیان نمود به این معنی که جست و جوی اطلاعات محصولات در اینترنت افراد را به خرید سنتی تشویق کرده و سفرهای خرید افزایش یافته است.

کلمات کلیدی:

خرید اینترنتی، خرید از فروشگاه، مدل معادلات ساختاری، انتخاب روش خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/709828>

