

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر قصد استفاده از برنامه های کاربردی خرید از طریق تلفن همراه و تاثیرگذاری آن بر حساسیت قیمت کالا از دیدگاه کاربران

محل انتشار:

کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فرشته اکبری - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران

بهناز خدایاری - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر قصد استفاده از برنامه های کاربردی خرید از طریق تلفن همراه و تاثیرگذاری آن بر حساسیت قیمت کالا از دیدگاه کاربران صورت پذیرفته است. این تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی و همچنین از آنجایی که نتایج این تحقیق می تواند به طور عملی مورد استفاده قرار گیرد، یک تحقیق پژوهشی کاربردی نیز می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان اپراتورهای تلفن همراه است که بدلیل نامعین بودن حجم نمونه از طریق جدول مورگان 384 نفر می باشد. در این تحقیق برای رند بودن حجم نمونه را 400 نفر در نظر گرفتیم. که از این تعداد، 492 پرسشنامه بطور کامل صحیح و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش از روش های موجود در آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف اسمیرنوف و در نهایت بمنظور تایید یا رد فرضیات از مدل معادلات ساختاری) استفاده می گردد. نتایج بدست آمده تایید تمامی فرضیه های تحقیق را نشان می دهد ولی تاثیر نوآوری شخصی بر حساسیت قیمت و قصد استفاده بر حساسیت قیمت مورد تایید قرار نگرفت

کلمات کلیدی:

قصد استفاده، برنامه های کاربردی، خرید از طریق تلفن همراه، حساسیت قیمت کالا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825256>

