

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین برند الکترونیک و خرید آنلاین (مطالعه موردی: خریداران فروشگاه اینترنتی بامیلو در شهر رشت)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

رضا فدایی کیوانی - عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی واحد گیلان ایران

یعقوب مهدوی سالکویه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه غیرانتفاعی مهر آستان، آستان اشرفیه ایران

خلاصه مقاله:

با افزایش نقش اینترنت در امور بازرگانی و تجاری و فروش کالا، داشتن برند الکترونیکی به یکی از مسایل مهم تبدیل شده است. امروزه خرید آنلاین یکی از شیوه های رو به رشد در خرید می باشد که در آن برند الکترونیکی در خرید تاثیرگذار است از این رو هدف از انجام تحقیق حاضر بررسی رابطه بین برند الکترونیکی و خرید آنلاین (فروشگاه اینترنتی بامیلو) می باشد. روش تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی همبستگی می باشد جامعه تحقیق حاضر کلیه افرادی هستند که از فروشگاه اینترنتی بامیلو در شهر رشت خرید کرده اند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده به تعداد کافی از آنها انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته اند نتایج تحقیق بیانگر آن است که بین برند الکترونیکی، ویژگی های ظاهری برند و رضایت مندی و وفاداری مشتریان رابطه معنادار وجود دارد.

کلمات کلیدی:

برند، اجزای برند، برند الکترونیکی، تجارت الکترونیک، خرید آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836390>

