

## عنوان مقاله:

تاثیر علائم جسمانی و روانی ناشی از ویروس کرونا در خرید اینترنتی (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسنده:

مریم آب نیکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران.

## خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق، بررسی تاثیر علائم جسمانی و روانی ناشی از ویروس کرونا در خرید اینترنتی می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا می باشد که به دلیل ثابت نبودن تعداد مشتریان در طول روز، هفته و ... حجم جامعه نامعین در نظر گرفته شده است. روش نمونه گیری به صورت غیر احتمالی در دسترس می باشد و نمونه مورد پژوهش بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۳۸۵ نفر انتخاب شدند. ابزارهای گردآوری داده ها شامل پرسشنامه می باشد. روش تحقیق حاضر، از نوع توصیفی-پیمایشی است و از لحاظ هدف تحقیق، کاربردی می باشد. در این تحقیق از آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. داده های گردآوری شده وارد سیستم نرم افزاری SPSS۲۴ گردیده و با استفاده از آزمون آماری متناسب با فرضیهها (آزمون کلموگروف - اسمیرنوف و رگرسیون)، جهت بررسی تاثیر عوامل، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان می دهد عوامل وسواس فکری، انزوای اجتماعی، اضطراب، دورکاری بر خرید اینترنتی تاثیرگذار می باشند، همچنین نتایج پژوهش نشان داد عوامل اختلال خواب و افسردگی بر خرید اینترنتی تاثیر گذار نمی باشند. با توجه به تاثیر عوامل ذکر شده پیشنهاد می شود دولت و رسانه ها در این زمینه بررسی ها و راهکارهای لازم را به مردم اطلاع رسانی کنند.

## کلمات کلیدی:

اختلالات جسمانی، اختلالات روانی، کرونا، کووید ۱۹، خرید اینترنتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1229097>

