

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کاربردپذیری وب سایت و کیفیت خدمات ارتباط برخط بر تمایل مشتریان به خرید الکترونیک مجدد (مورد مطالعه : قطار مسافری رجاء)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مرضیه احمدی - دانشجو، دانشگاه علوم و تحقیقات واحد یزد

علی مروتی شریف آبادی - استادیار، دانشگاه یزد

حنان عموزاده - مربی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان

خلاصه مقاله:

امروزه در فضای رقابتی با رشد روزافزون خرید از سایتهای اینترنتی، شناسایی و توجه به نیاز مشتریان برای شرکتها امری مهم قلمداد میشود. از این رو سازمانها در تلاش هستند بسترهای مناسبی را در زمینه رقابت ایجاد نمایند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر کاربردپذیری وب سایت و کیفیت خدمات ارتباط برخط بر تمایل مشتریان به خرید الکترونیک مجدد در بین مسافران قطار رجاء میباشد. طرح مفهومی این پژوهشی در برگرفته دو متغیر مستقل، کاربردپذیری وب سایت و کیفیت خدمات ارتباط برخط و یک متغیر وابسته، تمایل مشتریان به خرید الکترونیک مجدد میباشد، بوسیله پرسشنامه در یک تحقیق توصیفی و پیمایشی در بین نمونه آماری که شامل 100 نفر از مشتریان قطار مسافری رجاء که به صورت اینترنتی بلیط خریداری کرده اند، مورد آزمون قرار گرفت. یافته های این پژوهش پس از تحلیلهای صورت گرفت نشان میدهد؛ بین کاربردپذیری وب سایت و استفاده مجدد از تجارت الکترونیک یک رابطه مستقیم، بین کیفیت خدمات ارتباط برخط و استفاده مجدد از تجارت الکترونیک یک رابطه مستقیم و همچنین بین کیفیت خدمات ارتباط برخط و کاربرد پذیری وب سایت یک رابطه مستقیم وجود دارد. در نهایت طبق یافته های تحقیق، نتایج و پیشنهادات لازم برای ارائه الگویی مناسب در جهت بهبود خدمات فروش الکترونیکی این شرکت ارائه گردید، که می تواند برای تصمیم گیری استراتژیک در این زمینه راهگشا و برای برنامه ریزان استراتژیک شرکت مفید و سودمند باشد.

کلمات کلیدی:

کاربردپذیری، رضایتمندی، کیفیت خدمات الکترونیک، قصد خرید مجدد، اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286203>

