

سنجش کیفیت تجارت الکترونیکی در فروشگاه اینترنتی بازار اینترنتی ایرانیان

امیر صالحی، آرمان احمدی زاد

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نراق

۲- استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان

چکیده

هدف از انجام این تحقیق سنجش کیفیت عملیات تجارت الکترونیک در فروشگاه اینترنتی ایرانیان، می باشد. تحقیق حاضر از لحاظ روش تحقیق، توصیفی و از لحاظ هدف از نوع کاربردی است. بدین منظور ابتدا با مرور ادبیات، عوامل مؤثر بر تجارت الکترونیک، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۵ سؤال و ۷ بعد مختلف بر اساس طیف پنج گانه لیکرت طراحی شده (برای سنجش متغیرهای تجارت الکترونیک شامل استفاده آسان از سایت، نوع طراحی سایت، پاسخگویی، شخصی سازی و تضمین کالا) و از مسئولان و مدیران این فروشگاه اینترنتی خواسته شد تا به صورت تصادفی پرسشنامه تحقیق را به مشتریان الکترونیکی توسط ایمیل ارسال کنند و پس از دریافت در اختیار محققان قرار دهند. به دلیل اینکه حجم جامعه نامعلوم بوده، با توجه به فرمول حجم نمونه در جامعه نامحدود، حجم نمونه ۳۸۴ نفر به دست آمد. برای آزمون مدل از نرم افزار اس پی اس استفاده شد. در این تحقیق از دودسته آمار توصیفی و استنباطی به منظور تحلیل اطلاعات استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد ابعاد استفاده آسان از سایت، نوع طراحی سایت، پاسخگویی، شخصی سازی و تضمین کالا برای سنجش کیفیت خدمات تجارت الکترونیک تاثیر به سزایی دارد.

واژگان کلیدی: استفاده آسان از سایت، تجارت الکترونیک، پاسخگویی، تضمین کالا، شخصی سازی