

تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر موفقیت بازاریابی سبز در تجارت الکترونیک - مورد مطالعه:**شرکت بامیلو****مهدی اجتهادی عطاآبادی^۱، ماندان مؤمنی^۲****۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی****۲- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز****چکیده**

هدف این تحقیق بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر موفقیت بازاریابی سبز در تجارت الکترونیک در شرکت بامیلو می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان شرکت بامیلو در سطح شهر تهران در نظر گرفته شدند. که تعداد این افراد نامحدود در نظر گرفته شد. بدین منظور جهت تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد و حجم نمونه ۳۸۴ نفر حاصل گردید. نوع روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی، روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. روش نمونه گیری نیز خوشه ای طبقه بندی شده می باشد. داده های به دست آمده، پس از جمع آوری از نمونه های مورد پژوهش از طریق پرسشنامه با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بدین منظور متغیرهای تحقیق در دو بخش متغیرهای مستقل و وابسته دسته بندی شدند که در متغیرهای مستقل ابعاد کیفیت خدمات براساس مدل سروکوال عبارت بودند از: عوامل محسوس، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان خاطر و همدلی و متغیر وابسته که موفقیت بازاریابی سبز در نظر گرفته شد دسته بندی شده است. بدین منظور و با توجه به پرسشنامه های گردآوری شده و تحلیل نتایج کلیه فرضیات تحقیق در ارتباط با تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر موفقیت بازاریابی سبز در شرکت بامیلو مورد تایید قرار گرفتند همچنین نتایج تحقیق نشانگر بیشترین ضریب تأثیر در بعد عوامل محسوس با ضریب ۰/۸۹ بر موفقیت بازاریابی سبز داشت.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات الکترونیک، موفقیت بازاریابی سبز، تجارت الکترونیک، شرکت

بامیلو