



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی "M.A."

گرایش: تجارت الکترونیک

عنوان:

« بررسی میزان تأثیر مؤلفه‌های وب ۲.۰ بر قصد خرید مشتریان از وبسایت‌های

تجارت الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت دی جی کالا) »

اساتید راهنما:

دکتر آرش حاجی کریمی

دکتر سعید محمدلو

استاد مشاور:

دکتر ایرج نجفی خلیل سرایی

نگارنده:

مریم دوستی

تابستان ۱۳۹۷

چکیده

این پژوهش قصد دارد تا میزان تأثیر مؤلفه‌های وب ۲.۰ بر قصد خرید مشتریان از وب‌سایت دی جی کالا را بررسی کند. این پژوهش با روش پیمایش و ابزار پرسشنامه انجام گرفته است؛ و جامعه‌ی آماری آن، مدیران و کارشناسان شرکت دیجی‌کالا هستند. برای آزمون روایی یا ابزار پژوهش، از آزمون پایایی بازآزمایی؛ و برای اعتبار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده شده است و به دلیل کم بودن حجم نمونه از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. پس از جواب دادن به پرسشنامه‌ها، داده‌های پژوهش به وسیله‌ی نرم‌افزار spss و smart pls مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، در نتیجه مشخص شد که بین مؤلفه‌های وب ۲.۰ و قصد خرید مشتریان رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: وب ۲.۰، قصد خرید مشتری، تجارت الکترونیک

Abstract

The study aims to investigate the amount of web 2.0 components to intent to buy customers from the digi kala site. This research is carried out using a survey method and a questionnaire tool and the statistical society in this research is the managers and employees of digi kala company. To test the validity or reliability of the test a retest reliability test was used and cronbachs alpha was used to validate the sample the method due to the small size of the sample partial least squares method has been used.

After answering the questionnaires the research data were analyzed using spss and smart pls eyelid software. As a result it was found that there is a significant relationship between the components of web 2.0 and the intention to buy customers.

Key words: web 2.0, Intent to buy a customer, electronic commerce



Takestan institution of higher education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirments for the Degree of
M.Sc in Business Managemen (electronic commerce)

Title:

**Investigating the effectiveness of web 2.0 components on
buying customers from E-commerce websites(case study
Dijikala website)**

Supervisor's:

Dr Arash Hajikarimi

Dr Saeid Mohammadloo

Advisor:

Dr Iraj Najafi Khalil Sarayi

By:

Maryam Doosti

Summer 1397