

بررسی موانع و مشکلات خرید اینترنتی؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز خرم آباد

سجاد میرزائی کیا*^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۳/۰۱

چکیده

خرید اینترنتی یکی از مفاهیم مهم تجارت الکترونیک است که امروزه مورد استقبال عموم قرار گرفته است. صرفه جویی در زمان، تنوع و امکان مقایسه کالاها و خدمات و ... تنها بخشی از مزایای آن بشمار می‌روند. هدف پژوهش حاضر بررسی موانع و محدودیت‌های خرید اینترنتی در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز خرم آباد می‌باشد. نمونه آماری، شامل ۳۶۰ نفر از دانشجویان این دانشگاه است که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای - بعنوان یکی از ابزارهای رایج تحقیق روش مستقیم برای کسب داده‌هاست - که توسط محقق طراحی گردیده است و برای بررسی روایی آن از روایی محتوایی استفاده شده است. بر این اساس پرسشنامه با نظر کارشناسان رفع ابهام و اصلاح شده و پرسشنامه نهایی آماده اجرا گردید. پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ ($\alpha=0.814$) تعیین گردیده است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج به دست آمده از آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد که متغیرهای دسترسی نابرابر به کامپیوتر، تحصیلات کامپیوتری، وضعیت اقتصادی، سن و امنیت در خرید اینترنتی به طور معنی‌داری تأثیر گذار هستند.

واژگان کلیدی

خرید اینترنتی، کسب و کار الکترونیک، کالا و خدمات

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور، تهران غرب، ایران. (Fyousofvand@ut.ac.ir)