

يتسبب نشاط بيع وشراء المنتجات عبر الإنترنت في ظهور العديد من المتاجر عبر الإنترنت على وسائل التواصل الاجتماعي. إحدى وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة لبيع وشراء المنتجات في المجتمع هي Instagram. العوامل المؤثرة على الشراء عبر الإنترنت يجب أن تأخذها المتاجر عبر الإنترنت بعين الاعتبار من أجل تلبية احتياجات ورغبات العملاء. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على شراء منتجات أزياء الملابس عبر الإنترنت على Instagram ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى لمعرفة المتغيرات الأكثر شيوعاً لكل عامل. تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي الوصفي والتحليل العاملي في برنامج SPSS 20:00 في نظام التشغيل Windows Seven. المتغيرات التي تم تحليلها في هذه الدراسة هي التوجه نحو الشراء الدافع، والموقف من التسوق عبر الإنترنت، يتم إجراء تقنيات جمع البيانات على طلاب كلية الاقتصاد والأعمال (FEB) وطلاب كلية الاتصالات والأعمال (FKB) بجامعة تلكوم من خلال المقابلات والاستبيانات. تستخدم العينة في هذه الدراسة عينة عشوائية طبقية متناسبة مكونة من 100 شخص بمستوى ثقة 95% وخطأ 5%. وأظهرت النتائج أن العوامل الخمسة التي تشكلت حديثاً تؤثر على الشراء عبر الإنترنت. والموقف تجاه التسوق عبر الإنترنت، من المتوقع اليوم أن تهتم شركات التسوق عبر الإنترنت بهذه العوامل من أجل تحسين الخدمة. ومن المتوقع أن تستخدم الدراسات المستقبلية متغيرات أخرى مثل الاستمتاع والفائدة الملموسة والابتكار بينما تكون قادرة أيضاً على استخدام تقنيات تحليلية أخرى مثل نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM).