

## عنوان مقاله:

تعیین تاثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر وفاداری مشتری با استفاده از مدل E-S-Qual ( مطالعه موردی: فروشگاه های اینترنتی ایران )

## محل انتشار:

کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

مرتضی شکرزاده - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی آذرآبادگان

فروغ قوجازاده - دانشجوی ارشد بازرگانی بین الملل

## خلاصه مقاله:

امروزه کسب و کارها از شکل سنتی به الکترونیک تغییر ماهیت داده اند و تجارت الکترونیک به یک ابزار مهم تبدیل شده است. همراه با تحولات مربوط به اینترنت، خرده فروشی های اینترنتی ظهور کرده که موجب تغییر عادات خرید افراد شده است. هدف این مقاله بررسی عوامل کیفیت خدمات الکترونیک و بازیابی خدمات به منظور تبدیل خریدار به وفادار است که برای این منظور از مدل توسعه یافته E-S-Qual استفاده شده است 240 پرسشنامه توسط خریداران فروشگاه های اینترنتی محبوب در ایران در طول دوره 10 روزه تکمیل شد و اطلاعات بدست آمده از طریق پرسشنامه با برنامه آماری SPSS 20.0 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است شناسایی و آزمون ساختار زیرین مقیاس با تجزیه و تحلیل اکتشافی (EFA) برای اندازه گیری کیفیت خدمات الکترونیک، بازیابی خدمات الکترونیک و وفاداری اولین گام مقاله است سپس از رگرسیون چند گانه برای درک رابطه بین وفاداری الکترونیک و کیفیت خدمات الکترونیک و بازیابی آن استفاده شده است. که در نتیجه دریافتیم که کیفیت خدمات الکترونیک با 5 بعد بهره وری، عملکرد (کارایی)، در دسترس بودن سیستم، حفظ حریم شخصی و انتخاب ، بازیابی خدمات الکترونیک با 2 بعد پاسخگویی و تماس اندازه گیری می شوند و برای وفاداری الکترونیک فقط یک بعد کشف شد. در نتیجه آزمون رگرسیون چند گانه کارایی، حریم شخصی و انتخاب از ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک و تماس از ابعاد بازیابی خدمات الکترونیک با اطمینان 99 % به وفاداری الکترونیک می انجامد.

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات الکترونیک ، بازیابی خدمات الکترونیک ، وفاداری الکترونیک ، خرید آنلاین

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/524722>

