

عنوان مقاله:

نقش کیفیت خدمات الکترونیک بر مشارکت مشتریان در تجربه هم آفرینی آنلاین (مطالعه موردی: سایت بامیلو)

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی علوم انسانی و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمد موسوی بدر - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی دماوند، تهران، ایران

سید محمد مهدی کاظمی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی دماوند، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه شبکه جهانی وب به طور اساسی انتظارات مشتریان را در مورد سرعت، دقت، قیمت و خدمات تغییر داده است، فاصله جغرافیایی معنای خود را از دست داده است و در دسترس بودن خدمات، سهولت و سرعت توزیع خدمات باعث ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان ها شده است. همانند بازارهای سنتی، وجود شرکت ها بر روی وب و بقای آنها به میزان زیادی به برداشت آنها از درک و ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات الکترونیکی وابسته است. مدیران شرکت ها برای ارئه کیفیت خدمات برتر با حضور در وب، باید درک کنند که مشتریان چگونه خدمات آنلاین را برداشت و ارزیابی می کنند. کیفیت خدمات الکترونیکی به عنوان حدی که یک وبسایت خرید کارا و موثر و تحویل کالاها و خدمات را تسهیل میکند، تعریف شده است. افزایش کیفیت خدمات الکترونیک می تواند شرکت های آنلاین را اثر بخشتر و جذاب تر ساخته، و به آنها در دستیابی به سطوح بالاتر رضایت مشتریان کمک نماید. هدف این مقاله بررسی نقش کیفیت خدمات الکترونیک در مشارکت مشتریان در تجربه هم آفرینی آنلاین می باشد. جامعه آماری در این مقاله، کاربران و اعضای پویای شبکه آنلاین بامیلو اعم از مرد و زن هستند که با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیده اند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که ارتباط مثبت بین بعد کیفیت خدمات الکترونیک و نگرش نسبت به وبسایت در سطح 99 درصد معنادار می باشد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات الکترونیکی؛ وبسایت؛ هم آفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/938882>

