

تأثیر ویژگیهای وب سایت بر روی وفاداری الکترونیکی (مورد مطالعه کاربران سایت دیجی کالا)

حسین امیدخواه *

1395-6-31

با گذشت کمتر از دو دهه از پیدایش اینترنت شاید هیچ حیطه‌ای از زندگی انسان را نتوان یافت که تحت تأثیر فناوری ارتباطات و اطلاعات قرار نگرفته باشد. با ایجاد پول الکترونیک و امکان انجام تراکنش‌های مالی از طریق ابزار الکترونیکی و برشط، تجارت الکترونیک روز به روز گسترش یافته و در حوزه‌های بیشتری از اقتصاد جهانی نفوذ کرده است. توسعه اینترنت روش‌های خرید را به کلی دگرگون کرده است. امروزه فروشگاه‌های اینترنتی رقبای جدی بازار سنتی به خصوص در کالاهای دیجیتالی محسوب می‌شوند. با توجه به اینکه در دنیاً کسب و کار، بهبود و ارتقاء وفاداری مشتریان به عنوان شاخص کلیدی در دستیابی به موفقیت است، ایجاد وفاداری در بین مشتریان خرید آنلاین نیز که شاهد جهش قابل توجهی بوده از اهمیت بسزایی برخوردار است. از شاخصه‌های اصلی خرید آنلاین این است که مشتری باید قضاوت و تصمیم خود را بر اساس اطلاعات موجود در وبسایت در زمینه محصول/خدمات اتخاذ نماید. تصمیم خرید مشتری اغلب بر اساس ویژگیهای ظاهری و ساختاری وبسایت است. با وجود بسط و گسترش خریدهای اینترنتی و رشد روزافزون آن، کمتر تحقیقی به بررسی تاثیر ویژگیهای وبسایت بر روی وفاداری الکترونیکی مشتریان پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق را افرادی که تجربه خرید الکترونیکی از سایت دیجی کالا در استان گیلان را دارند تشکیل میدهند. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده شد. تعداد اعضاء نمونه بر این اساس 384 نفر برآورد شده است. جهت نمونه گیری از جامعه آماری تحقیق، با توجه به اینکه لیست اسامی کلیه نفرات جامعه در دسترس نبود، از روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس استفاده شد. بدین صورت که بخشی از پرسشنامه‌ها در بین کاربران سایت دیجی کالا و بخش دیگر هم در بین نمایندگی‌های دیجی کالا توزیع شد. که پس از جمع آوری 384 پرسشنامه تکمیل شده، کار تحلیل آماری بر روی این پرسشنامه‌ها انجام گرفت. تجزیه و تحلیل اطلاعات در این مطالعه با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مجددات جزئی (PLS) انجام شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ویژگیهای لذت بخش ویژگیهای سودمند وب سایت تاثیر مثبت و معناداری بر تعهد عاطفی و تعهد محاسباتی مشتریان دارد. همچنین نتایج این مطالعه بیانگر آن است که تعهد عاطفی و تعهد محاسباتی تاثیر مثبت و معناداری بر اعتماد الکترونیکی مشتریان دارد. از دیگر یافته‌های این تحقیق این است که تعهد عاطفی، تعهد محاسباتی و اعتماد الکترونیکی تاثیر مثبت و معناداری بر وفاداری الکترونیکی مشتریان دارد.

كلمات کلیدی : ويزگيهای لذت بخش و پسایت، ويزگيهای سودمند و پسایت، تعهد عاطفی، تعهد محاسباتی، اعتماد الکترونیکی- وفاداری الکترونیکی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)
[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات بایان نامه ها](#)