

کیفیت خدمات الکترونیکی و وفاداری مشتریان

تالیف: سکینه توکلی یرکی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کیفیت خدمات الکترونیکی

و وفاداری مشتریان

تالیف:

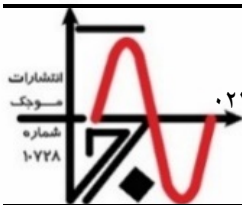
سکینه توکلی یرکی



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: توکلی یرکی، سکینه، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور: کیفیت خدمات الکترونیکی و وفاداری مشتریان/ تالیف سکینه توکلی یرکی.
مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری: ۷۸ ص.: جدول، نمودار(رنگی).
شابک: ۸-۵۱۰-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۰۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: کتابنامه: ص. ۷۳-۷۸.
موضوع: بانکداری اینترنتی -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
موضوع: Internet banking -- Iran -- Customer services -- Case studies
موضوع: بانک و بانکداری -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
موضوع: Banks and Banking -- Customer services -- Iran -- Case studies
موضوع: مشتریان بانک -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع: Bank customers -- Iran -- Case studies
موضوع: مصرف کنندگان -- ایران -- رضایت -- ارزشیابی -- نمونه پژوهی
موضوع: Consumer satisfaction -- Iran -- Evaluation -- Case studies
موضوع: بازرگانی الکترونیکی -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
موضوع: Electronic commerce -- Customer services -- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره: HG ۱۷۰۸/۷
رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۱۷۰۲۲



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir اینستاگرام: mojakpublication

عنوان: کیفیت خدمات الکترونیکی و وفاداری مشتریان

تالیف: سکینه توکلی یرکی

مشخصات ظاهری: ۷۸ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۱، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۰۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۸-۵۱۰-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.


به نام حضرت دوست

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم که سمبل فداکاری و گذشت هستند

همسرم بهترین همراه و حامی

دخترم که کلام شیرینش و نگاه پر امیدش معنا بخش زندگیم شده

و همه عزیزانم که با نهایت محبت  و دلسوزی در به ثمر

رسیدن این کتاب یاری رساندن

و نهایتاً استاد ارجمندم جناب آقای دکتر مجید رستمی که در کسوت شاگردی

از زحمات و لطف و محبتشان نهایت تقدیر و تشکر را می‌نمایم.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار..... ۱۱

فصل اول: کلیات ۱۳

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۱۳

۲-۱ اهمیت موضوع ۱۶

۳-۱ تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی ۱۸

فصل دوم: کیفیت خدمات الکترونیکی..... ۱۹

۱-۲ خدمات الکترونیک ۱۹

۲-۲ کیفیت خدمات ۲۰

۳-۲ کیفیت خدمات الکترونیک ۲۰

۴-۲ ابعاد کیفیت خدمات ۲۱

۵-۲ شکاف کیفیت خدمات ۲۲

۶-۲ عوامل کیفیت ۲۴

۷-۲ مقیاس کیفیت خدمات درک شده: سرو کوال ۲۴

۸-۲ میزان اهمیت عوامل ۲۷

۹-۲ انتقاد از مدل سرو کوال و سایر مدل‌ها ۲۷

۱۰-۲ مدل سرپرو کرونین و تایلور ۲۸

۱۱-۲ مدل عملکرد ارزیابی شده تیز و مدل کیفیت هنجاری ۲۹

۱۲-۲ رابطه میان کیفیت خدمات و رضایت مشتری ۲۹

فصل سوم: ریسک دریافت شده و نیت خرید ۳۱

۱-۳ تعریف ریسک دریافت شده ۳۱

۲-۳ کیفیت ارتباط ۳۲

۳-۳ رضایت از ارتباط ۳۲

۴-۳ نیت خرید ۳۲

۵-۳ موضوعاتی مرتبط با فعالیت‌های نیت خرید ۳۳

۶-۳ ارزش ادراک شده و نیت خرید ۳۴

فصل چهارم: وفاداری مشتریان ۳۷

۱-۴ مفهوم و تعریف وفاداری ۳۷

۲-۴ دلایل وفاداری مشتریان ۴۰

۳-۴ انواع وفاداری ۴۰

۴-۴ شاخص‌های سنجش وفاداری مشتریان ۴۱

۵-۴ رویکردهای وفاداری مشتریان ۴۳

۶-۴ رویکرد رفتاری (شرطی سازی ابزاری) و رویکرد نگرشی (شناختی) ۴۵

۷-۴ نگرش چند حوزه‌ای، نگرش رفتاری و نگرش حالتی ۴۷

فصل پنجم: تحقیقات مربوط به کیفیت خدمات الکترونیکی و وفاداری مشتریان ۴۹

۱-۵ پیشینه داخلی ۴۹

۲-۵ پیشینه خارجی ۵۱

فصل ششم: مطالعه موردی ۵۵

- ۱-۶ روش شناسی ۵۵
- ۲-۶ جامعه آماری ۵۶
- ۳-۶ اهداف ۵۷
- ۴-۶ مدل مفهومی ۵۷
- ۵-۶ ابزار سنجش و گردآوری داده ۵۸
- ۶-۶ روایی و پایایی پرسشنامه ۵۸

فصل هفتم: یافته‌ها ۶۱

- ۱-۷ آمارهای جمعیت شناختی ۶۱
- ۲-۷ آمارهای توصیفی ۶۲
- ۳-۷ بررسی نرمال بودن متغیرها ۶۳
- ۴-۷ بررسی پایایی مدل اندازه گیری ۶۴
- ۵-۷ بررسی مدل تحقیق در حالت استاندارد ۶۶
- ۶-۷ بررسی مدل تحقیق در حالت اعداد معناداری ۶۶
- ۷-۷ آزمون فرضیه‌ها ۶۷

فصل هشتم: جمع بندی ۶۹

- ۱-۸ نتیجه گیری ۶۹
- ۲-۸ پیشنهادها ۷۰

منابع ۷۳

- منابع فارسی ۷۳
- منابع انگلیسی ۷۵

پیش‌گفتار

نظام بانکی مانند هر بنگاه اقتصادی دیگر در نهایت باید سود کسب کنند تا بتوانند بقا و توسعه پیدا کنند. کسب سود در گرو جذب و نگهداری مشتری حاصل می‌شود. در این میان لزوم استفاده از خدمات جدید و متنوع به منظور جذب، رضایت‌مندی و نگهداری مشتریان بیشتر می‌تواند در جذب آنان و متعاقباً افزایش سرمایه‌گذاری مردم در سیستم بانکی مؤثر باشد. یکی از این راه‌ها، به کارگیری و ارائه خدمات بانکی به صورت الکترونیکی به شهروندان است. چرا که در سال‌های اخیر، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات تغییرات اساسی در دنیای کسب و کار ایجاد کرده است. در این میان، نهادهای مالی نیز از این قاعده مستثنا نبوده و دستخوش تغییرات عمده‌ای در روش‌ها و فرایندهای مدیریتی و کسب و کارهای سیستم محور و مبتنی بر اطلاعات شده است (کالیا و کالیا^۱، ۲۰۱۷). نیاز به فناوری‌های جدید به منظور فراهم نمودن کانال‌های جدید بانکداری برای مشتریان، یک الزام استراتژیک برای بانک‌ها محسوب می‌شود.

نظام بانکی مانند هر بنگاه اقتصادی دیگر در نهایت باید سود کسب کنند تا بتوانند بقا و توسعه پیدا کنند. کسب سود در گرو جذب و نگهداری مشتری حاصل می‌شود. در این میان لزوم استفاده از خدمات جدید و متنوع به منظور جذب، رضایت‌مندی و نگهداری مشتریان بیشتر می‌تواند در جذب آنان و متعاقباً افزایش سرمایه‌گذاری مردم در سیستم بانکی مؤثر باشد. یکی از این راه‌ها، به کارگیری و ارائه خدمات بانکی به صورت الکترونیکی به شهروندان است.

کتاب حاضر با هدف بررسی تاثیر کیفیت خدمات الکترونیکی و ریسک دریافت شده بر کیفیت ارتباط الکترونیکی، نیت خرید الکترونیکی و وفاداری الکترونیکی (مطالعه موردی: شعب بانک صادرات در شهر تهران) صورت گرفته است. جامعه آماری این کتاب شامل مشتریان شعب بانک صادرات در شهر تهران می‌باشد. روش نمونه‌گیری کتاب حاضر نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد.

^۱ Kalia, P., & Kalia, P.

نتایج کتاب حاکی از آن است که کیفیت خدمات الکترونیکی و ریسک دریافت شده تأثیری معنادار بر کیفیت ارتباط الکترونیک، نیت خرید الکترونیک و وفاداری الکترونیک دارد. شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: کیفیت خدمات الکترونیکی

فصل سوم: ریسک دریافت شده و نیت خرید

فصل چهارم: وفاداری مشتریان

فصل پنجم: تحقیقات مربوط به کیفیت خدمات الکترونیکی و وفاداری مشتریان

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: یافته‌ها

فصل هشتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

سکینه تو کلی یرکی

تابستان ۱۴۰۱

Electronic Service Quality and Customer Loyalty

Sakineh Tavakoli Yaraki

نظام بانکی مانند هر بنگاه اقتصادی دیگر در نهایت باید سود کسب کنند تا بتوانند بقا و توسعه پیدا کنند. کسب سود در گرو جذب و نگهداری مشتری حاصل می شود. در این میان لزوم استفاده از خدمات جدید و متنوع به منظور جذب، رضایت مندی و نگهداری مشتریان بیشتر می تواند در جذب آنان و متعاقبا افزایش سرمایه گذاری مردم در سیستم بانکی مؤثر باشد. یکی از این راهها، به کارگیری و ارائه خدمات بانکی به صورت الکترونیکی به شهروندان است.

یکی از عواملی که می تواند در انتخاب مشتریان تأثیرگذار باشد کیفیت خدمات الکترونیکی است. خدمات الکترونیک، کلیه خدماتی است که از طریق فناوری ارتباطات و اطلاعات چندرسانه ای به منظور رفع نیاز مشتریان به آنها ارائه می گردد. هنگامی که مشتریان تنها از طریق یک رابط کاربری تعاملات تجاری خود را انجام دهند، مهم ترین عامل نتیجه گیری از موفقیت و یا عدم موفقیت تراکنش کیفیت ادراکی مشتری خواهد بود. از جمله عوامل مهم دیگر، توجه به ریسک دریافت شده مشتریان در استفاده از سیستم های خدمات الکترونیک نسبت به رقبا است.

