

Investigating the impact of employer satisfaction on the responsiveness and quality of electronic services through the mediation of employer trust in small business workshops in Shazand city

| Fataneh Yarahmadi^{1*}  Reza Baderstani² 

1. Assistant Professor, Department of Business Administration, Faculty of Humanities, Malayer University, Hamadan, Iran
2. Master of Science in Marketing Management, Faculty of Humanities, Malayer University, Hamadan, Iran

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 15 Oct 2023 Revised: Accepted: 3 Mar 2024</p> <p>Keywords: Employer satisfaction, responsiveness, quality of electronic services, trust, small business workshops,</p>	<p>Objective: The present study was conducted with the aim of "Investigating the effect of employer satisfaction on the responsiveness and quality of electronic services mediated by employer trust".</p> <p>Methodology: This study, which was applied in terms of purpose and descriptive in terms of method, was a survey and was conducted among 291 employers of small business workshops in Shazand city. To collect the required data, the questionnaires of Hachwarter et al. (2004), Etemad Payne (2003), Rajabi et al. (2014), and Rita et al. (2019) were used, and they were analyzed using Spss 24 software and the regression method and Sobel test</p> <p>Conclusion: The results showed that employer satisfaction does not affect the responsiveness and quality of electronic services mediated by employer trust in small business workshops in Shazand city.</p> <p>Originality: This article is taken from the thesis of Mr Reza Baderstani.</p>
<p>Cite this article: Yarahmadi, Fataneh., & Baderstani, Reza. (2023) Investigating the impact of employer satisfaction on the responsiveness and quality of electronic services through the mediation of employer trust in small business workshops in Shazand city.</p>	

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه
های کسب و کار کوچک شهرستان شازند
فتانه یاراحمدی^{۱*}، رضا بادرستانی^۲

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف «بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان» انجام شد
ضرورت: با توجه به اینکه فلسفه و رسالت اصلی مدیریت دولتی تامین منافع و مصالح عموم جامعه است، بنابراین همه مردم و شهروندان بعنوان مشتری در سازمانهای دولتی قلمداد می‌شوند (نعم و همکاران، ۲۰۱۹) در این راستا نقش کیفیت خدمات الکترونیک بعنوان یک عامل موثر و تعیین کننده در برقراری ارتباط نزدیک بین سازمانها و مشتریان، انکارناپذیر است
روش‌شناسی: این پژوهش که از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی بود و بین ۲۹۱ نفر از کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند بررسی شد. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از پرسشنامه‌های پاسخگویی هاپوارتر و همکاران (۲۰۰۴)، اعتماد پابین (۲۰۰۳)، رضایت مشتری رجبی و همکاران (۱۳۹۳)، کیفیت خدمات الکترونیک ری‌تا همکاران (۲۰۱۹) استفاده گردید و با استفاده از نرم افزار *SPSS ۲۴* و با روش رگرسیون و آزمون سوبل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.
یافته‌ها: نتایج به دست آمده نشان داد که رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند تأثیری ندارد
نتیجه‌گیری: امروزه کیفیت خدمات به منظور اندازه‌گیری عملکرد سازمان خدماتی، یک شاخص حیاتی به شمار می‌رود. همچنین بنابر نظر بسیاری از کارشناسان، مهم‌ترین شاخص تأثیرگذار بر سازمان‌های خدماتی، میزان کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان می‌باشد و الزاماً رضایت و اعتماد کارفرما نمی‌تواند در بهبود آن اثرگذار باشد، بلکه ماهیت خود خدمات که باید با کیفیت به مشتریان ارائه شود مهم است.

کلیدواژه‌ها: رضایت کارفرما، پاسخگویی، کیفیت خدمات الکترونیک، اعتماد، کارگاه‌های کسب و کار کوچک

استناد: یاراحمدی، فتانه؛ رضا بادرستانی (۱۴۰۲). بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند.

^۱ استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ایران، f.yarahmadi@malayeru.ac.ir

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه ملایر، ایران، baderstani.tamin@gmail.com

مقدمه

مباحث مربوط به خدمات با چالش‌های متنوعی مواجه باشد؛ بخصوص مقوله کیفیت خدمات الکترونیک که امروزه تبدیل به یکی از مباحث نوین و مطرح در مطالعات مربوط گردیده است (ریبینک^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). در این راستا با توجه به ویژگی ناملموس بودن خدمات، توسعه کیفیت و کمیت خدمات الکترونیکی به عنوان یک مزیت رقابتی قلمداد شده که سازمانها بایستی با لحاظ کردن چنین استراتژی رقابتی عملکرد خود را ارزیابی نمایند تا بتوانند در مسیر توسعه و تعالی قرار گیرند، برای دستیابی به این هدف کافی است به انتظارات کاربران و مشتریان از کیفیت خدمات، پاسخ مناسبی داده شده یا از آن پیشی گرفته شود. کیفیت خدمات و در این میان کیفیت خدمات الکترونیکی نقشی اساسی در دستیابی به نتایج مهم از جمله اعتماد، رضایت و وفاداری ایفا می‌کند (کائو و لین^۲، ۲۰۱۶). با درک موارد گفته شده سؤال اصلی این پژوهش بدین شرح است که تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند چگونه است؟

۱. مروری بر ادبیات

تجارب چند دهه گذشته و نتایج تحقیقات حاکی از آن است که کسب و کارهای کوچک و متوسط در سرتاسر جهان از لحاظ اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی نقش مهمی ایفا می‌کنند (وو، ۲۰۱۷^۳). چنین تأثیراتی بخصوص در کشورهای در حال توسعه از اهمیت بیشتری برخوردار است. گزارش‌ها و آمارهای مرتبط با کسب و کارهای کوچک و متوسط حاکی از آن است که این نوع از کسب و کارها سهم مهمی در ایجاد شغل و توسعه اقتصادی در سرتاسر جهان ایفا می‌کنند (زو و همکاران^۴، ۲۰۲۱).

شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی از جمله مؤسسات بسیار مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آیند. به طوریکه در بازارهای نوظهور دنیا، میزان اشتغالزایی در این بخشها درصد بالایی از کل اشتغال را تشکیل می‌دهد. از دغدغه‌های عمده این نوع از مؤسسات می‌توان به استفاده از تمامی پتانسیل (توانایی) های موجود در بازار برای جذب مشتری اشاره کرد (شافعی و رضوانی، ۱۳۹۷). همه سازمان‌ها از جمله کسب و کارهای کوچک، برای بهبود کیفیت اشتغال، استراتژی‌های مدیریت نگهداشت متعددی به کار می‌برند که یکی از آنها رضایتمندی می‌باشد. از گذشته تا کنون، تحقیقات فزاینده‌ای وجود داشتند که بیان می‌کنند رضایت، فاکتوری آشکار در تعیین اثربخشی بسیاری از روابط است و دانشمندان علوم سازمانی، اهمیت و نقش پایه‌ای رضایت در روابط سازمانی را به خوبی دریافته‌اند (پنگیل و موی چان^۵، ۲۰۱۴ بویک و توت^۶، ۲۰۱۶).

رضایت شغلی باعث می‌شود بهره‌وری فرد افزایش یابد، سلامت فیزیکی و ذهنی فرد تضمین شود، روحیه فرد افزایش یابد و از زندگی راضی باشد و مهارت‌های جدید شغلی را به سرعت آموزش ببیند (نعمت‌اللهی و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۷). این پیامدها خود شامل چند دسته‌ی کارکرد رضایت شغل، بهداشت روانی، سلامت جسمی و کاهش ترک کار است. در مورد سلامت جسمی تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند که افراد ناراضی از شغل خود، مستعد ابتلا به بیماری‌های گوناگون هستند که دامنه این نوع بیماری‌ها از سردرد تا امراض قلبی کشیده می‌شود، زیرا رضایتمندی شغلی می‌تواند منبع فشار باشد و فشار، موجب بیماری‌های متعدد جسمی می‌شود (ازکمپ، ۱۳۹۵).

1 Ribbink

2 Kao, & Lin

3 Wu

4 Zou et al

5 Pangil & Moi Chan

6 Buvik & Tvedt

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی گری اعتماد کارفرمایان کارگاه های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

محققان رضایت شغلی را به عنوان «رویکردی در قبال شغل یک فرد» تعریف می کنند. یا قضاوتی ارزیابی کننده، مثبت یا منفی، که در مورد شغل یک فرد به انجام می رسد. رضایت شغلی یکی از پیامدهای مثبت پاسخ گوئی در سازمان است (سورنسن^۱، ۲۰۰۹). هدایت و رهبری مؤثر (در کسب و کارهای کوچک) و وجود سیستم های دقیق نظارت و پاسخ گوئی یکی از ضرورت ها و نیازهای اجتنابناپذیر در یک نظام کارآمد و خدمت گزار بوده و ابزاری مؤثر جهت نظارت و کنترل بر قدرت و پیشگیری از سوءاستفاده ها از اختیارات عمومی و در نهایت ابزاری جهت بهبود خدمت و خدمت رسانی مطلوبتر محسوب می گردد (قاسمزاده و همکاران، ۱۳۹۴). کسب و کارها از شکل سنتی به الکترونیک تغییر ماهیت داده اند. بنابراین، بررسی عوامل کیفیت خدمات الکترونیک و بازایی خدمات به منظور تبدیل خریدار به خریدار وفادار حائز اهمیت است (دبیری فرد و اخباری آزاد، ۱۳۹۷).

امروزه تمامی سازمان ها از جمله کسب و کارهای کوچک، عصر جدیدی از رقابت را تجربه می کنند. تغییرات ایجاد شده در محیط درونی و بیرونی سازمان ها از جمله تغییر در نیازهای نیروی انسانی سازمان، تغییر در فناوریها و تغییر در نیازهای مشتریان موجب شده است تا بسیاری از سازمانها اهداف و استراتژیهای خود را تغییر دهند و به دنبال روش های بهتری برای افزایش موفقیت و کسب مزیت رقابتی باشند (نوتوس و همکاران^۲، ۲۰۱۶). یکی از بهترین استراتژی هایی که امروزه سازمان ها به شکل های مختلف از آن بهره می گیرند، افزایش و بهبود کیفیت کالاها و خدمات ارائه شده به مشتری می باشد (بای و همکاران، ۱۳۹۷).

اندیشمندان بازاریابی معتقدند برای موفقیت می بایست کلیه شرکت ها حتی شرکت های تولیدی، کسب و کار خود و روابط با مشتریان را از دیدگاه یک شرکت خدماتی بنگرند. امروزه مشتری مداری فقط به سازمان های خصوصی و بازرگانی اختصاص نداشته و با مطرح شدن نظریه مدیریت گرای و شهروندمحوری، مشتری مداری در کسب و کارهای کوچک نیز از اهمیت و جایگاه ویژه ای برخوردار است. با توجه به اینکه فلسفه و رسالت اصلی مدیریت دولتی تامین منافع و مصالح عموم جامعه است، بنابراین همه مردم و شهروندان بعنوان مشتری در سازمانهای دولتی قلمداد می شوند (نعیم و همکاران، ۲۰۱۹) در این راستا نقش کیفیت خدمات الکترونیک بعنوان یک عامل مؤثر و تعیین کننده در برقراری ارتباط نزدیک بین سازمانها و مشتریان، انکارناپذیر است. ویژگی های منحصر بفرد خدمات از جمله غیرقابل مشاهده، ناملموس، تفکیک ناپذیر، غیریکساخت و ناهمگون بودن، کنترل و ارزیابی آن را دشوار نموده است.

امروزه بهبود کیفیت خدمات الکترونیک بخش های مختلف سازمانها، بسیار مهم و ضروری در نظر گرفته می شود. کیفیت خدمات الکترونیک اشاره به رفتارهای کارکنانی دارد که به طور الکترونیک با مشتریان برای شنیدن درخواست ها و نیازهای آنان در ارتباط است و خدمات خلاقانه و دوستانه، مفید و همچنین خدماتی که توجه به مشتریان داشته باشد را فراهم می نماید (کلهری و اکبری یزدی، ۱۳۹۸) پژوهشگران در ارتباط با کیفیت خدمات سازمان بیان می کنند که کیفیت خدمات یکی از مهمترین متغیرهایی است که برای توضیح تمایلات رفتاری آتی مشتریان ایجاد شده است و توزیع خدمات با کیفیت، یکی از اساسی ترین استراتژی ها برای بقای سازمان و دستیابی به مشتریان راضی بیشتر میباشد (ریسکاسوسیراهانی و رنی^۳، ۲۰۲۰).

امروزه کیفیت شرطی پویا است که بر محصولات، خدمات، افراد، فرایندها و محیطی که انتظارات را برآورده یا فراتر می گذارد، تأثیر می گذارد. هر چه کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان بهتر باشد، علاقه مشتری به بازدید مکرر بیشتر می شود؛ اما برعکس اگر کیفیت خدمات

1 Sorenson

2 Nietos

3 RiskaSuciRamdhani & Reni

ارائه شده به مشتریان بدتر باشد، علاقه مشتری به انجام مکرر بازدیدها کمتر می‌شود (پاویروسمارتو و روفیانسیاه ۲۰۲۰^۱)، با توجه به اهمیت کیفیت کالاها و خدمات ارائه شده توسط کارکنان سازمان به مشتریان، یکی از عوامل موثر بر آن رضایت شغلی مدیران می‌باشد. بنا به پژوهش یی و همکاران^۲ (۲۰۱۸)، یک سازمان با مجموعه ای از پرسنل راضی که کارفرما یا مدیران نیز جزو این افراد محسوب می‌شوند، مشتریان بیشماری را از ارائه محصولات و خدمات خود می‌توانند راضی نگهدارند. زومراه^۳ (۲۰۱۵)، در این خصوص بیان می‌کند که رضایت شغلی به دو دلیل موجب بهبود کیفیت خدمات می‌شود. اول اینکه، رضایت شغلی بالا به احتمال بسیار زیاد تمایلات رفتاری مثبتی را از خود نشان خواهند داد و این امر منجر به بهبود کیفیت خدمات ارائه شده خواهد شد. از سوی دیگر، رضایت شغلی منجر می‌شود تا کارکنان سطح عملکردی خود را در بهترین شرایط حفظ نمایند که چنین امری منجر به شکل‌گیری رفتارهای واقعی در کارکنان از جمله تعهد به خدمات مشتریان، مشارکت بیشتر با همکاران و تعهد به سازمان خواهد شد.

با وجود مطالعاتی که نشان می‌دهد فعالیتهای کارفرما نقش سازنده‌ای در رونق کسب و کارهای کوچک و متوسط دارند، متأسفانه در سالهای اخیر پیوند رضایت کارفرما با پاسخگویی و بهبود کیفیت خدمات سازمانی و اعتماد کارفرما نقطه تمرکز پژوهش‌های اندکی بوده است. از اینرو پژوهش حاضر، به دنبال رفع این شکاف بوده و سعی در پاسخ به این سوال است که آیا رضایت کارفرما تأثیر مثبت و معناداری در راستای بهبود کیفیت خدمات و پاسخگویی می‌تواند داشته باشند؟

۲. پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های داخلی و خارجی پژوهشی که کاملاً با موضوع پژوهش همخوانی داشته باشد یافت نشد. به همین دلیل پژوهشگر به نتایج پژوهش‌های نسبتاً مرتبط بسنده می‌کند. داوودی و همکاران (۱۴۰۲)، به «بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک در خریدهای الکترونیکی برای بهبود در اعتماد و رفتار خرید مشتریان»، پرداختند. نشان دادند که کیفیت خدمات الکترونیک در خریدهای الکترونیکی برای بهبود در اعتماد و رفتار خرید مشتریان اثرگذار است.

عامریان و همکاران (۱۴۰۲)، به «بررسی ارتباط بین پاسخگویی و اعتماد عمومی به خدمات سلامت در مراجعه کنندگان به بیمارستان‌های نظامی استان مازندران طی سال ۱۴۰۱»، پرداختند. نتایج مدل رگرسیونی نشان داد تمام متغیرهای پاسخگویی به جز اقدام سریع، حق انتخاب و حمایت اجتماعی ارتباط آماری معناداری با اعتماد عمومی داشتند.

حسینی روش و اکاتی (۱۴۰۱)، به «تأثیر پاسخگویی مدیران بر رضایت شغلی دبیران تربیت بدنی منطقه سیستان»، پرداختند و نشان دادند که پاسخگویی و مولفه‌های آن (پاسخگویی سازمانی، پاسخگویی حرفه‌ای، پاسخگویی قانونی و پاسخگویی سیاسی) بر رضایت شغلی تأثیر مثبت و معنادار دارد. نتایج رگرسیون نشان داد که متغیر پاسخگویی حدود ۵۹ درصد از تغییرات رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین مولفه‌های پاسخگویی جمعاً حدود ۴۳ درصد از تغییرات رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کنند.

رزگریزبازاری و همکاران (۱۴۰۰)، به «بررسی تأثیر کیفیت خدمات آفلاین و الکترونیک، رضایت الکترونیک، تعهد و اعتماد بر وفاداری الکترونیک و توصیه الکترونیک (مطالعه موردی: بانک سینا شهر رشت)»، پرداختند. تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌های تحقیق در این فصل در سطح اطمینان ۵۹ درصد نشان داد که «کیفیت خدمات آفلاین» و «کیفیت خدمات الکترونیک» بر «رضایت الکترونیک» تأثیر مثبت و معناداری دارد. «رضایت الکترونیک» بر «اعتماد»، «تعهد»، «وفاداری الکترونیک» و «توصیه الکترونیک» تأثیر

1 Pawirosumarto

2 Yee

3 Zumrah

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی گری اعتماد کارفرمایان کارگاه های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

مثبت و معناداری دارد. «اعتماد» بر «تعهد»، «وفاداری الکترونیک» و «توصیه الکترونیک» تأثیر مثبت و معناداری دارد. «تعهد» بر «وفاداری الکترونیک» و «توصیه الکترونیک» تأثیر مثبت و معناداری دارد.

نبی و همکاران (۱۴۰۰)، به «بررسی نقش کیفیت خدمات الکترونیک در ایجاد رضایت، اعتماد، تعهد و وفاداری الکترونیک مشتریان بانک صادرات شهر یزد»، پرداختند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل معادلات ساختاری استفاده شد که نتایج بدست آمده نشانمیدهد: کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت الکترونیک مشتریان و رضایت الکترونیک بر وفاداری الکترونیک و اعتماد مشتریان بانک تأثیر مثبت و معناداری دارد. این امر نشان دهنده این است که مردم شهر یزد اهمیت زیادی به کیفیت خدمات الکترونیک می دهند و این امر موجب افزایش رضایت آنها می شود. به طور کلی بهبود کیفیت خدمات الکترونیک ارائه شده به مشتریان بانک باعث ایجاد و حتی افزایش رضایت در آنها می شود. در واقع رضایت مشتری در گرو افزایش کیفیت خدمات ارائه شده می باشد و یکی از مهمترین مزایای رسیدن به رضایتمندی مشتری توسعه و ارائه خدمات باکیفیت می باشد. صنعت بانکداری با الکترونیک شدن در جهت بالا بردن کیفیت خدمات مالی و بانکی است و سعی دارد بالاترین رضایت مشتریان را بدست آورد.

ونکاتریشنا^۱ و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان طراحی وب سایت و اعتماد به عنوان تعدیل کننده در رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیک، رضایت مشتری و وفاداری مشتری انجام داده اند. نتایج نشان می دهد که کیفیت خدمات الکترونیک به طور مثبت با رضایت و وفاداری مشتری ارتباط دارد. این یافته ها همچنین نشان می دهد که درک قیمت و اعتماد در افزایش رضایت مشتری حیاتی است. علاوه بر این، تأثیر غیرمستقیم کیفیت خدمات الکترونیک بر وفاداری مشتری از طریق رضایت مشتری پشتیبانی می شود. در نهایت، طراحی وب (مدیریت اول) و اعتماد (مدیریت دوم) به طور قابل توجهی بر رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیک و رضایت مشتری تأثیر می گذارد.

ها و لی^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان تحقق یک سازمان با عملکرد بالا پایدار از طریق عدالت رویه ای: نقش میانجی دوگانه اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی به این نتیجه رسیده اند که اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی بر تحقق عدالت رویه ای تأثیر مثبت و معناداری دارند. ترن^۳ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان نقش پاسخگویی سازمانی در تعیین رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد سازمان های عمومی به این نتیجه رسیده اند که پاسخگویی نقش واسطه ای بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد دارد، با پیامدهای قابل توجهی برای سازمان های دولتی که به دنبال بهبود کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد سازمانی خود با سیستم های طراحی بهتر پاسخگویی هستند.

۳. شکاف تحقیق و تعریف مسئله

در دهه اخیر یکی از مقولات بسیار مهمی که ذهن بسیاری از اندیشمندان را به خود جلب کرده است، بحث عاملیت مداری- مشتری گرایی و ارباب رجوع محوری در سازمان ها است. در این راستا یکی از نیازهای اساسی عاملان در کلیه دستگاه های، اجرایی جلب اعتماد آنان به سازمان می باشد؛ چرا که به زعم محققان سازمان های امروزی بدون اعتماد مخاطبانش تا حد زیادی قادر به دوام حیات سازمانی نیستند. در واقع زندگی انسان ها بدون احساس اعتماد اجتماعی و اعتماد به سازمان های پیرامون خود تحمل ناپذیر خواهد بود این امر ممکن است باعث از هم پاشیدگی فرد و نابودی وی شود، اعتماد رشد انسان و شکوفایی استعداد او را تسهیل می کند و رابطه او را با دیگران و جهان به رابطه های خلاق و شکوفا تبدیل می سازد تا فرد بتواند، آرامش، امنیت آزادی و استقلال را در کنار دیگران و با دیگران تجربه کند (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰). امروزه توجه به اعتماد عاملان به سازمان ها به عنوان مصادیقی از مشتری- گرایی و ارباب رجوع- محوری و عاملیت گرایی

1 Venkatakrishnan

2 Ha, & Lee

3 Tran

مورد توجه کلیه دستگاه‌های اجرایی قرار گرفته است. چراکه ارتقای بهره‌وری سازمانی و اثر بخشی سازمان یاد شده منوط به اعتماد مخاطبان به آن است. اعتماد شالوده زندگی و بی اعتمادی سرچشمه بسیاری از رفتارها و نابسامانی‌هاست بی‌ثباتی نارضایتی عمومی، رواج دروغ و نادرستی و در کل عدم رعایت اخلاق در جامعه ناشی از بی اعتمادی است به نقل از عباس زاده و همکاران (۱۳۹۰) یکی از مهم‌ترین دلایل توجه به اعتماد سازمانی بر این اصل استوار است که اگر سازمان مذکور قابل اعتماد مخاطبانشان نباشد، امکان پیشرفت علمی و تحقق نقشه جامع علمی و توسعه اقتصادی منبعث از تجاری‌سازی دستاوردهای علمی دانشگاهیان ممکن و مقدور نخواهد بود، به نقل از الوانی حسینی (۱۳۹۲) اهمیت این پژوهش در این راستا است که پاسخگویی و خدمات الکترونیک می‌تواند اعتماد سازمانی را بالا ببرد، لذا با توجه به شکاف تحقیقاتی که در این زمینه وجود دارد، محقق به انجام این پژوهش می‌پردازد.

۴. روش شناسی

روش این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد

جامعه آماری پژوهش و روش نمونه‌گیری: کلیه کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند جامعه این پژوهش هستند. با توجه به این که دسترسی به تمامی اعضای جامعه امری زمانبر و تقریباً غیرممکن است؛ لذا به سبب سهولت کار محقق از روش نمونه‌گیری استفاده شد. با توجه به این که اعضای جامعه ۱۲۰۰ نفر می‌باشد، با استناد به جدول مورگان ۲۹۱ نفر به عنوان نمونه به روش در دسترس انتخاب شد.

روش گردآوری اطلاعات: برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش از روش‌های کتابخانه‌ای استفاده شده است. به منظور گردآوری اطلاعات پایه از روش کتابخانه‌ای و با مراجعه به سایت‌های معتبر اینترنتی مانند ساینس دایرکت^۱ و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۲ مقالاتی در زمینه موضوعات مرتبط و نیز کتب مربوطه و پایان‌نامه‌ها در مقاطع کارشناسی ارشد مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای جمع‌آوری اطلاعات به واسطه توزیع پرسشنامه از روش میدانی استفاده گردید.

ابزار گردآوری اطلاعات: پرسشنامه پژوهش حاضر در کل دارای ۳۶ سوال است که شامل دو بخش، بخش اول سوالات جمعیت

شناختی (شامل جنس، وضعیت تاهل، سن و تحصیلات) و بخش دوم مربوط به متغیرهای تحقیق می‌شود. پرسشنامه مورد استفاده برای متغیر پاسخگویی هاجوارتر و همکاران (۲۰۰۴)، اعتماد پابین (۲۰۰۳)، رضایت محقق ساخته و کیفیت خدمات الکترونیک ریتا همکاران (۲۰۱۹) است گردآوری شده است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات: روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه بدین گونه است که داده‌های اولیه جمع‌آوری شده و متغیرهای پژوهش محاسبه می‌گردند. در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده می‌گردد. بخش آمار توصیفی که مشخصات فردی پاسخ‌دهندگان را در قالب نرم افزار اکسل انجام میدهد و با جداول و نمودارها آنها را نمایش می‌دهد. در بخش آمار استنباطی به بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس پاسخی که پاسخ‌دهندگان به پرسش‌ها داده‌اند می‌پردازد. از آنجا که در این تحقیق محقق در نظر دارد تاثیر متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته را بررسی کند. از نرم افزار SPSS و آزمون رگرسیون و آزمون سوبل (برای سنجش متغیر میانجی) به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود.

1 Sciencedirect. com

2 SID. IR

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی گری اعتماد کارفرمایان کارگاه های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

۵. یافته‌های پژوهش

بعد از بررسی نمونه آماری مورد بررسی در قالب آمار توصیفی، در این قسمت به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده بر آزمون‌های آماری مختلف پرداخته می‌شود. آزمون‌های آمار استنباطی مورد استفاده، کاربرد هر یک از این آزمون‌ها و بسته نرم‌افزاری مورد استفاده برای هر یک از آزمون‌های آماری مورد استفاده در جدول (۱)، خلاصه شده است. در ادامه هر یک از این آزمون‌ها و تحلیل مربوط به هر یک تشریح می‌گردد.

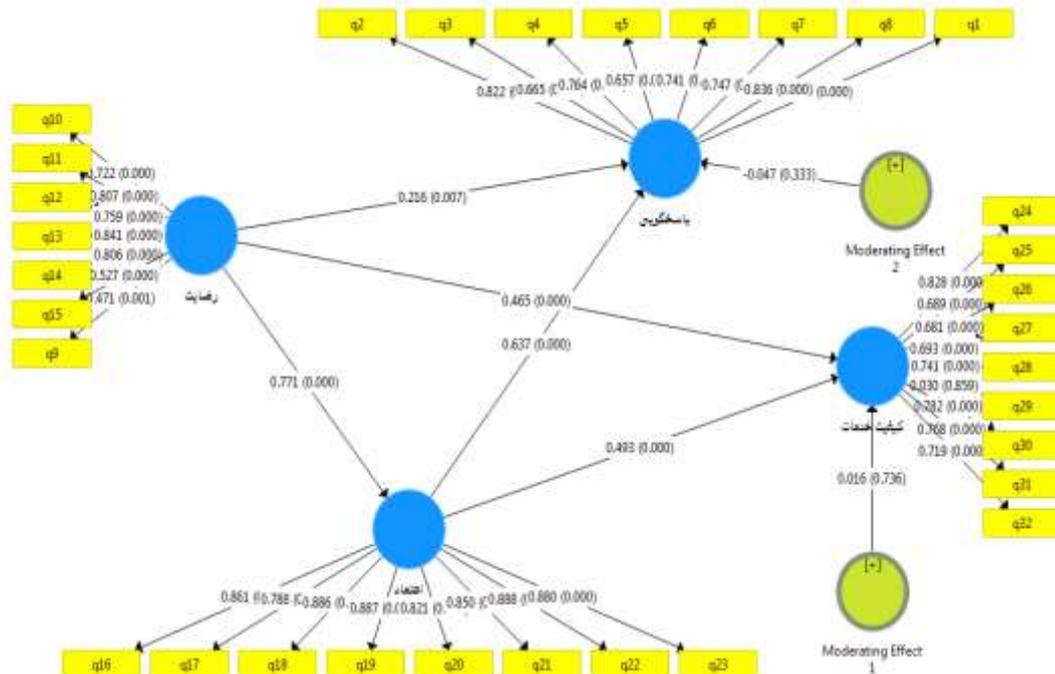
جدول (۱) آزمون‌های آماری مورد استفاده و کاربرد هر یک آن‌ها

ردیف	آزمون‌های مورد استفاده	کاربرد	نرم‌افزار
۱	ضریب آلفای کرونباخ	بررسی پایایی پرسشنامه	SmartPLS
۲	تحلیل عاملی تأییدی (CFA)	بررسی روایی پرسشنامه	SmartPLS
۳	آزمون همبستگی	بررسی معنی‌داری روابط میان متغیرها	SmartPLS
۴	مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)	آزمون فرضیات تحقیق	SmartPLS

تحلیل مدل اندازه‌گیری^۱ با تحلیل عاملی تأییدی (سنجش روایی پرسشنامه)

به منظور تحلیل ساختار درونی یا به عبارتی روایی پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل دهنده هر متغیر آشکار، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده می‌شود. نتایج تحلیل عاملی تأییدی آیت‌ها یا سؤالات پرسشنامه تحقیق در نمودار (۱) خلاصه شده‌اند. بارهای عاملی^۲ مربوط به هر یک از سازه‌ها یا سؤالات تحقیق در سطح اطمینان ۹۹ درصد و ۹۵ درصد معنادار بوده‌اند؛ بنابراین سازه‌های مورد مطالعه از جهت روایی دارای اعتبار بالایی هستند. -متغیرهای تحقیق در مدل‌سازی معادلات ساختاری به دو دسته پنهان و آشکار تبدیل می‌شوند. متغیرهای آشکار یا مشاهده شده به گونه‌ای مستقیم به وسیله پژوهشگر اندازه‌گیری می‌شود، در حالی که متغیرهای پنهان یا مشاهده نشده به گونه‌ای مستقیم اندازه‌گیری نمی‌شوند، بلکه بر اساس روابط یا همبستگی‌های بین متغیرهای اندازه‌گیری، استنباط می‌شوند. به عبارت دیگر، متغیرهای پنهان همان متغیرهای اصلی تحقیق و متغیرهای آشکار نیز همان سؤالات پرسشنامه هستند. متغیرهای پنهان به نوبه خود به دو نوع متغیرهای درون‌زا^۳ یا جریان‌گیرنده^۴ و متغیرهای برون‌زا^۵ یا جریان‌دهنده^۶ تقسیم می‌شوند. هر متغیر در سیستم مدل معادلات ساختاری می‌تواند هم به عنوان یک متغیر درون‌زا و هم یک متغیر برون‌زا در نظر گرفته شود. متغیر درون‌زا متغیری است که از جانب سایر متغیرهای موجود در مدل تأثیر می‌پذیرد. در مقابل، متغیر برون‌زا متغیری است که هیچ‌گونه تأثیری از سایر متغیرهای موجود در مدل دریافت نمی‌کند، بلکه خود تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، به کمک بار عاملی می‌توان گفت کدام شاخص یا گویه در اندازه‌گیری متغیر پنهان خود سهم بیشتری دارد. هر گویه یا سؤال پرسشنامه که بار عاملی بالاتری داشته باشد، قدرت یا سهم بیشتری در سنجش متغیر پنهان مربوط به خود دارد.

1. Measurement Model
2. Loading factor
3. Endogenous
4. Downstream
5. Exogenous
6. Upstream



نمودار (۱) بارهای عاملی سازه‌های تحقیق (تحلیل عاملی تأییدی)

مطابق با بارهای عاملی در جدول (۱)، می‌توان دریافت که تمامی آیتم‌ها یا سؤالات پرسشنامه از روایی نسبتاً قابل قبولی برخوردارند. (بارهای عاملی از ۰/۴ بیشترند)

تحلیل داده‌ها به وسیله مدل‌یابی معادلات ساختاری

فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای مدل‌یابی معادلات ساختاری شامل یک سری گام‌هاست که می‌توان این گام‌ها را خلاصه کرد. در فصول قبل برخی از مراحل این مدل از قبیل بیان تئوری و مدل تشریح گردید. گردآوری داده‌ها نیز به وسیله پرسشنامه صورت گرفته است. در ادامه برخی از مهم‌ترین مراحل تشریح می‌گردد و سپس تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پیمایش پرداخته می‌شود.

الف- بیان مدل: این مرحله در واقع همان بیان رسمی مدل است و یکی از مهم‌ترین مراحل موجود در مدل‌سازی معادلات ساختاری است. در واقع هیچ‌گونه تحلیلی صورت نمی‌گیرد، مگر اینکه اول محقق مدل خود که درباره روابط میان متغیرهاست را بیان کند. این مرحله شامل فرمول‌بندی (تنظیم) یک عبارت درباره یک مجموعه از پارامترهاست. این پارامترها در زمینه مدل‌سازی معادلات ساختاری، ماهیت روابط میان متغیرها را نشان می‌دهد. در مدل‌سازی معادلات ساختاری، اندازه و علامت این پارامترها تعیین می‌شود.

شاخص‌های نکویی برازش مدل در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول (۲) شاخص‌های نکویی برازش مدل

متغیر	آلفای کرونباخ	شاخص rho_A	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
پاسخگویی	0.782	0.797	0.783	0.545
اعتماد	0.781	0.789	0.839	0.598
رضایت	0.813	0.818	0.861	0.543

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی گری اعتماد کارفرمایان کارگاه های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

0.558	0.831	0.79	0.774	کیفیت خدمات
-------	-------	------	-------	--------------------

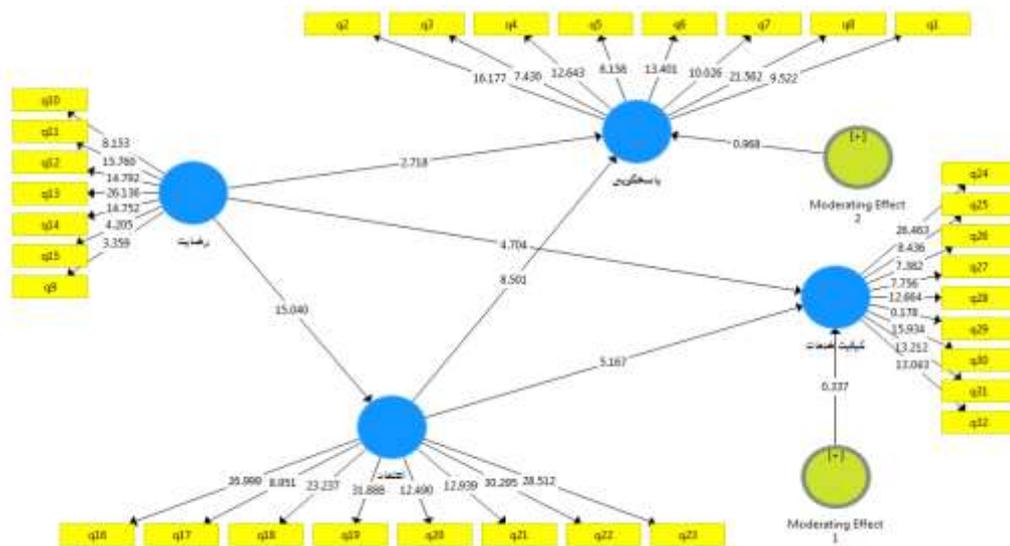
نتایج حاکی از برازش خوب مدل دارد.

ب- تخمین مدل^۱: پس از بیان مدل مرحله بعد به دست آوردن تخمین پارامترهای آزاد از روی مجموعه‌ای از داده‌های مشاهده شده است. روش‌های تکراری^۲ از قبیل بیشینه درست‌نمایی^۳ یا حداقل مجزورات تعمیم‌یافته^۴ جهت تخمین مدل مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش کار در این رویه‌های تخمین به این صورت است که در هر تکرار، یک ماتریس کوواریانس ضمنی^۵ ساخته می‌شود و با ماتریس کوواریانس داده‌های مشاهده شده مقایسه می‌گردد. مقایسه این دو ماتریس منجر به تولید یک ماتریس باقیمانده^۶ می‌شود و این تکرارها تا جایی ادامه خواهد یافت که این ماتریس باقیمانده مینیمم (حداقل) شود. محاسبات یا برآورد پارامترها حداکثر با ۲۵۰ تکرار امکان‌پذیر می‌باشد. در صورتی که تعداد تکرارها از ۲۵۰ تا بیشتر شود، محاسبات مربوط به برآورد پارامتر متوقف می‌گردد. همان‌طور که گفته شد متغیرهای تحقیق در مدل‌سازی معادلات ساختاری به دو دسته پنهان و آشکار تقسیم می‌شوند. متغیرهای آشکار یا مشاهده شده به گونه‌ای مستقیم به وسیله پژوهشگر اندازه‌گیری می‌شود، در حالی که متغیرهای پنهان یا مشاهده نشده به گونه‌ای مستقیم اندازه‌گیری نمی‌شوند، بلکه بر اساس روابط یا همبستگی‌های بین متغیرهای اندازه‌گیری، استنباط می‌شوند. متغیرهای پنهان به نوبه خود به دو نوع متغیرهای درون‌زا^۷ یا جریان‌گیرنده^۸ و متغیرهای برون‌زا^۹ یا جریان‌دهنده^{۱۰} تقسیم می‌شوند. هر متغیر در سیستم مدل معادلات ساختاری می‌تواند هم به عنوان یک متغیر درون‌زا و هم یک متغیر برون‌زا در نظر گرفته شود. متغیر درون‌زا متغیری است که از جانب سایر متغیرهای موجود در مدل تأثیر می‌پذیرد. در مقابل متغیر برون‌زا متغیری است که هیچ‌گونه تأثیری از سایر متغیرهای موجود در مدل دریافت نمی‌کند، بلکه خود تأثیر می‌گذارد، ضرایب همبستگی میان متغیرهای تحقیق که در واقع پیش فرض اصلی بررسی فرضیات تحقیق با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری است، در زیر آورده شده است.

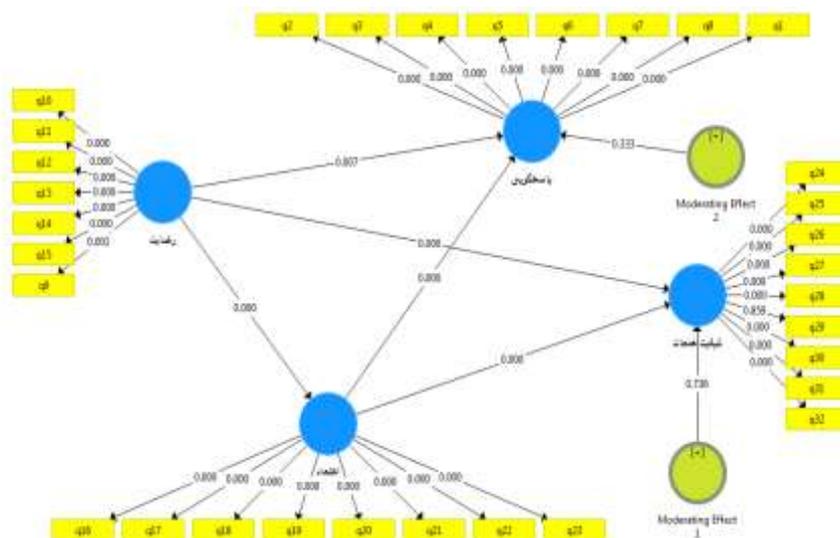
ت- تخمین مدل تحقیق: مدل در حالت تخمین ضرایب، ضرایب مسیر هر یک از فرضیات تحقیق و بارهای عاملی هر یک از آیتم‌ها یا سؤالات پرسشنامه را نشان می‌دهد. مدل در حالت معنی‌داری ضرایب یا همان آماره t نیز، معنی‌داری هر یک از ضرایب مسیر فرضیات را نشان می‌دهد. در واقع، به کمک مدل در حالت تخمین ضرایب مسیر، می‌توان ضرایب مسیر میان متغیرهای پنهان و ضرایب مسیر میان متغیرهای آشکار و پنهان (بارهای عاملی) را به دست آورد. مدل در حالت معنی‌داری نیز مقدار آماره t مربوط به هر یک از فرضیات را جهت آزمون معنی‌داری هر یک از فرضیات نشان می‌دهد. تفسیر بارهای عاملی در قسمت تحلیل مدل اندازه‌گیری و تفسیر ضرایب مسیر و آماره t نیز در قسمت آزمون فرضیات تحقیق به طور کامل تشریح می‌گردند.

1. Model Estimation
2. Iterative Method
3. Maximum Likelihood (ML)
4. Generalized Least Squares
5. Implied Covariance Matrix
6. Residual Matrix
7. Endogenous
8. Downstream
9. Exogenous
10. Upstream

ث- آزمون و تفسیر فرضیات تحقیق با مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM): نوع دیگر از روابط بین متغیرهای مکنون در مدل معادلات ساختاری از نوع اثر مستقیم^۱ می‌باشد. اثر مستقیم در واقع یکی از اجزاء سازنده مدل‌های معادلات ساختاری است و رابطه جهت‌داری^۲ را میان دو متغیر نشان می‌دهد. این نوع روابط عمدتاً به وسیله آنالیز واریانس یک‌طرفه^۳ مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این نوع اثر در واقع بیانگر تأثیر خطی علی فرض شده یک متغیر بر متغیر دیگر است. در درون یک مدل هر اثر مستقیم، رابطه‌ای را میان یک متغیر وابسته و متغیر مستقل، مشخص و بیان می‌کند. اگرچه یک متغیر وابسته در یک اثر مستقیم دیگر می‌تواند متغیر مستقل باشد و برعکس.



نمودار (۲) نمودار تحلیل معادلات ساختاری در حالت ضرایب T



نمودار (۳) نمودار تحلیل معادلات ساختاری در حالت ضرایب معناداری (P-Value)

1. Direct Effect
2. Directional
3. ANOVA

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

۶. تحلیل یافته‌ها

بر طبق نتایج به دست آمده از آماره t و ضرایب معناداری (P-Value) تجزیه و تحلیل فرضیات به این صورت می‌باشد:

وضعیت	سطح معناداری	فرضیه
رد	۰/۳۳۳	رضایت کارفرما بر پاسخگویی با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند تأثیر معناداری دارد.
رد	۰/۷۳۶	رضایت کارفرما بر کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند تأثیر معناداری دارد.

نتیجه گیری

نتایج دستاوردهای تحقیق براساس توصیف فرضیات پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

رضایت کارفرما بر پاسخگویی با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند تأثیر معناداری دارد. نتایج به‌دست‌آمده از آماره t و ضرایب معناداری (P-Value) نشان داد که سطح معناداری ۰/۳۳۳ است، این میزان از سطح معناداری گواه این است که این فرضیه رد شده است. یعنی رضایت کارفرما با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان، بر پاسخگویی تأثیری ندارد؛ رد این فرضیه جدا از این که به سبب پاسخ‌های اعضای نمونه مورد مطالعه بوده است؛ شاید به این سبب نیز باشد که به نقش متغیر میانجی در ارتباط با اثرگذاری رضایت کارفرما بر پاسخگویی توجه آن‌چندانی نشده است. از طرفی این رضایت شغلی کارکنان است که سبب وجود یک پاسخگویی مثبت به مشتریان می‌شود و رضایت کارفرما چندان تأثیری ندارد. حتی پژوهش‌های پیشین از جمله هال و همکاران (۲۰۰۹)، بروکس و همکاران (۲۰۰۸ و ۲۰۰۹) نیز اشاره داشتند که رضایت کارکنان سبب پاسخگویی بهتر می‌شود و بین پاسخگویی و رضایت کارکنان اثر معناداری وجود دارد و پژوهشی که به نقش رضایت کارفرما در پاسخگویی اشاره داشته باشد، انجام نشده است. البته لازم بذکر است که پاسخگویی در سازمان‌ها هم رسمی است و هم غیررسمی؛ بدین ترتیب پاسخگویی فی‌نفسه ادراکی است یعنی متکی بر درک اجتماعی روانشناختی افراد از واقعیت سازمانی است و دور از دسترس است و جزئی اصلی از نظام‌های سازمانی است. از طرفی حتی کارکنان هم پاسخگویی‌های یکسان نشان نمی‌دهند و در هر فرد میزان پاسخگویی متفاوت است و به تعدادی از پیامدهای کاری مهم ارتباط دارد و مهمترین رابطه برجسته آن طبق پژوهش جهانی و همکاران (۱۳۹۳)، با عملکرد شغلی است و آنهایی که رضایت شغلی و عملکرد شغلی بالاتری داشته باشند پاسخگویی‌های بهتری را در قبال مشتریان دارند و رضایت شغلی کارفرما تأثیری بر پاسخگویی کارکنان ندارد. رضایت کارفرما بر کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند تأثیر معناداری دارد.

نتایج به‌دست‌آمده از آماره t و ضرایب معناداری (P-Value) نشان داد که سطح معناداری ۰/۷۳۶ است، این میزان از سطح معناداری گواه این است که این فرضیه رد شده است. یعنی رضایت کارفرما با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان، بر کیفیت خدمات الکترونیک تأثیری ندارد؛ رد این فرضیه جدا از این که به سبب پاسخ‌های اعضای نمونه مورد مطالعه بوده است؛ شاید به این سبب نیز باشد که به نقش متغیر میانجی در ارتباط با اثرگذاری رضایت کارفرما بر کیفیت خدمات الکترونیک توجه آن‌چندانی نشده است. از طرفی این رضایت شغلی کارکنان است که سبب وجود خدمات الکترونیک با کیفیت به مشتریان می‌شود و رضایت کارفرما چندان تأثیری ندارد. حتی پژوهش‌های پیشین از جمله بازایی و همکاران (۱۳۹۳)، علوی و مجیدی (۱۳۹۴)، خداداد حسینی و همکاران (۱۳۹۵)، نیونی و همکاران (۲۰۱۷) و موجیا و همکاران (۲۰۱۷) نیز اشاره داشتند که افزایش رضایتمندی در این بعد، منجر به ایجاد انگیزه مضاعف در مخاطبان سازمان جهت استمرار در استفاده از خدمات الکترونیک می‌گردد و پژوهشی که به نقش رضایت کارفرما در پاسخگویی اشاره داشته باشد، انجام نشده است. امروزه کیفیت خدمات به منظور اندازه‌گیری عملکرد سازمان خدماتی، یک شاخص حیاتی به شمار می‌رود. همچنین بنابر نظر بسیاری از کارشناسان، مهم‌ترین شاخص تأثیرگذار بر سازمان‌های خدماتی، میزان کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان می‌باشد.

بررسی تأثیر رضایت کارفرما بر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک با میانجی‌گری اعتماد کارفرمایان کارگاه‌های کسب و کار کوچک شهرستان شازند

با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش می‌توان گفت، نتایج این پژوهش به شرکت‌های مختلف (به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط) کمک می‌نماید تا برای ورود به بازارهای الکترونیکی و استفاده از مزایای آن در تحقق اهداف استراتژیک سازمانی مانند ایجاد توسعه بازارها و خدمات جدید ارزیابی مناسبی از میزان آمادگی خود داشته باشند. این ارزیابی امکان تعیین حوزه‌های نیازمند مدیریت و سرمایه‌گذاری برای ایجاد آمادگی‌های لازم را مشخص خواهد نمود. جوامع و سازمان‌ها در زمینه ورود به عرصه‌های مختلف دیجیتال در حال برنامه‌ریزی هستند و ارزیابی از آمادگی الکترونیکی برای سنجش میزان و سطح موفقیت آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. حضور در بازارهای جهانی با توسل به شیوه‌های موفق و کارآمد که خود، توانمندی اقتصادی کشورها را به تصویر می‌کشد، از جمله ضرورت‌های تطبیق با نظام بین‌المللی کنونی به لحاظ پیشرفت‌های حاصله در عرصه‌های اقتصادی و صنعتی آن است.

پیشنهادات کاربردی

- برنامه‌ریزی در راستای بهبود مستمر از طریق شناسایی و اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات الکترونیکی ارائه شده برنامه‌ریزی و هماهنگی به منظور پاسخگو کردن مجموعه واحدهای اینترنتی و الکترونیکی سازمان نسبت به مشتریان به صورت بی‌واسطه (On Line) و با واسطه از طریق ارزیابی کیفیت بازرنگری
- تقویت ارزش‌مداری اعمال تنبیه و تشویق کارکنان براساس اعلام رضایت و عدم رضایت کارفرمایان و تأثیرگذاری ارتقاء شغلی و اداری پرسنل
- شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان در راستای ارتقای رضایت مراجعه‌کنندگان

تحقیقات آتی

- بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر پاسخگویی سازمانی با نقش تعدیل‌گری مدیریت دانش
- شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اعتماد کارفرما با استفاده از سیستم سلسله‌مراتبی
- بررسی وضعیت سازمان‌های دولتی و خصوصی از منظر کیفیت خدمات الکترونیک
- بررسی تأثیر پاسخگویی سازمان بر اعتماد کارفرما با نقش تعدیل‌گری کیفیت خدمات الکترونیک و رضایت کارفرما

منابع

۱. اینترنتی و تاثیر آنها بر رضایتمندی بیمه شدگان سازمان تامین اجتماعی شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسالمی واحد تهران مرکزی، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی
۲. بازایی، علی، علیخانی، حمید، علیخانی، شریعت، سیدابوالفضل، (۱۳۹۳)، شناسایی عوامل موثر بر کیفیت خدمات
۳. بای، ناصر، سلیمانی مقدم، رضا؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۶). مطالعه اثر رضایت شغلی و حمایت سازمانی درک شده بر کیفیت خدمات ارائه شده توسط کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان. *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۴(۴)، ۵۵-۶۴
۴. برزگر پیربازاری، رضا و احمدی، پرویز و همتی نژاد، مهر علی (۱۴۰۰)، «بررسی تاثیر کیفیت خدمات آفلاین و الکترونیک، رضایت الکترونیک، تعهد و اعتماد بر وفاداری الکترونیک و توصیه الکترونیک (مطالعه موردی: بانک سینا شهر رشت)»، اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ساری
۵. خداداد حسینی، سیدحمید، مشبکی، اصغر، مالی، فاطمه، (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر وفاداری الکترونیک با تبیین نقش رضایت الکترونیک، ارزش ادراک شده و تبلیغات توصیه ای الکترونیک؛ مطالعه موردی: خرده فروشی های الکترونیک شهر تهران، فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال هفتم، شماره دوم، صص ۱۶ - ۱
۶. دبیری فرد، آریانا، اخباری آزاد، مینا. (۱۳۹۷). تاثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر وفاداری مشتری با تمرکز بر سیستم های اطلاعاتی مدیریت (مورد پژوهی: بانک های تجارت شهر شیراز). *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۴(۱)، ۳۲۶-۳۰۱
۷. شافعی، رضا؛ رضوانی، مهرا. (۱۳۹۷). آمادگی کسب و کار الکترونیک شرکت های کوچک و متوسط صنعتی برای حضور در بازارهای اینترنتی. *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۳ (شماره ۱ شماره پیاپی: ۳۸)، ۶۷-۸۵
۸. عامریون، احمد و نصیری، طه و راعی، مهدی و مسگریور، محمد و رحیمی، مرتضی (۱۴۰۲)، بررسی ارتباط بین پاسخگویی و اعتماد عمومی به خدمات سلامت در مراجعه کنندگان به بیمارستان های نظامی استان مازندران طی سال ۱۴۰۱
۹. علوی، مریم، مجیدی، عبدالله، (۱۳۹۴)، ارزیابی کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک با استفاده از مدل های S-E QUAL و QUAL-Recs-E (شاهد تجربی: بانک کشاورزی)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی
۱۰. قاسمزاده، ابوالفضل؛ حسینی، محمد؛ جهانی، سجاد (۱۳۹۴). نقش پاسخگویی بر رضایت و عملکرد شغلی: آزمون اثر میانجی رفتار شهروندی و؛ شهرت. *پژوهش های رهبری آموزشی*، ۱(۳)، ۱۴۱-۱۶۴.
۱۱. کلهری، پیمان؛ اکبری زدی، حسین (۱۳۹۸)، ارتباط کیفیت خدمات (بر مبنای مدل کیواسک) با رضایتمندی و تمایل به حضور مجدد دانشجویان در فعالیت های فوق برنامه ورزشی، *مطالعات مدیریت ورزشی*، شماره ۵۰، ۱۹۸-۱۸۸
۱۲. نبی، مریم و حاتمی نسب، سیدحسن (۱۴۰۰)، «بررسی نقش کیفیت خدمات الکترونیک در ایجاد رضایت، اعتماد، تعهد و وفاداری الکترونیک مشتریان بانک صادرات شهر یزد»، پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات جهانی در علوم انسانی، مدیریت و کار آفرینی، تهران
۱۳. نعمت الهی، زینب و نعمت الهی، فاطمه (۱۳۹۷)، «رضایت شغلی و اثرات آن: مطالعه ی مروری»، اولین همایش ملی مدیریت با تاکید بر حمایت از کالا و خدمات ایرانی، آباده

14. Buvik, Marte & Tvedt, Sturle. (2017). The Influence of Project Commitment and Team Commitment on the Relationship Between Trust and Knowledge Sharing in Project Teams. *Project Management Journal*. 48. 5. 10.1177/875697281704800202.
15. M. Mujiya Ulkhaq, Murad Rabbani, Agus T. Wibowo, Bedietra A. Rachmania, (2017), "Assessing Electronic Service Quality using E-S-QUAL and E-RecS-QUAL Scales", *ITMSOC Transactions on Innovation & Business Engineering*: 02 (2017) 20–26
16. Naeem, H., Akram, A., & Saif, M. I. (2011). Service Quality and its impact on Customer Satisfaction: An empirical evidence from the Pakistani banking sector. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 8 (12)
17. Nietos IF, Zournatzi E, Koustelios A, Costa G. Relationship among service quality, customer satisfaction, and renewal intentions in recreation theme park in Greece. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*. 2016; 18: 41-55
18. Nyoni, S., Chiguvu, D., Nhlane, P., (2017), "The Impact of Electronic Service Quality on Customer Satisfaction in Botswana Commercial Banking Sector". *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol.V, Issue 4, pp. 390-400.
19. Pangil, Faizuniah & Chan, Joon. (2014). The mediating effect of knowledge sharing on the relationship between trust and virtual team effectiveness. *Journal of Knowledge Management*. 18. 10.1108/JKM-09-2013-0341.
20. Pawirosumarto, S., & Rofiansyah, M. B. (2020). Effect of Hrm (Recruitment & Training) Practices, Service Quality On Repeated Visits At Imperial Golf Clubs With Customer Satisfaction As Intervening Variables. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 984-998
21. RiskaSuciRamdhani, I., & Reni, A(2020). The Effect Of Service Quality And Marketing Mix On Customer Satisfaction And Loyalty In Grab Application Service Users In Makassar. *GSJ*, 8(2)
22. Sorenson, E.E., Scherb, C.A., Specht, J.P., and Loes, J.L. (2009). The Relationship between RN job satisfaction and accountability. *Western Journal on Nursing Research*. Vol. 31, pp. 872-888.
23. Wu, G., Zhao, X., & Zuo, J. (2017). Relationship between project's added value and the trust– conflict interaction among project teams. *Journal of Management in Engineering*, 33(4), 401-418
24. Yee RWY, Yeung ACL, Cheng TCE. The impact of employee satisfaction on quality and profitability in high-contact service industries. *Journal of Operations Management*. 2008; 26(5): 651-668.
25. Zhu, F., Zhen, W., Yu, Q., Hu, T., Wen, Y. and Liu, Y. (۲۰۲۱). Reconsidering the dimensionality and measurement of employer brand in the Chinese context. *Social Behavior and Personality*, 42(6), 944-948
26. Zumrah AR. Training, job satisfaction, POS and service quality: The case of Malaysia. *World Journal of Management*. 2015; 6(2): 74-91.