



موسسه آموزش عالی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

عنوان

**شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر رضایت و اعتماد مشتریان
تجارت الکترونیک در شرکت‌های بیمه‌ای استان قزوین**

استاد راهنما:

دکتر منصوره گل میمی

استاد مشاور:

دکتر مهدی شعبانزاده

نگارنده:

بهناز احمدی

چکیده

با توجه به اینکه تجارت به صورت الکترونیکی نو پا هست، پیشرفت‌های چشمگیری داشته است. یکی از لازمه‌های مهم در تجارت الکترونیکی مفهوم آموزشی. بررسی فرآیند خرید و رفتار مصرف‌کننده در اینترنت برای شرکت‌های فعال در فضای تجارت الکترونیک به منظور جذب مشتری، بالا بردن فروش و افزایش سودآوری، اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. افزایش رضایت الکترونیک و اعتماد الکترونیک کلید موفقیت هر سازمانی هست که در محیط رقابتی تجارت الکترونیکی فعالیت می‌کند. هدف از پژوهش حاضر شناسایی و بررسی عوامل موثر بر رضایت و اعتماد مشتریان در تجارت الکترونیک می‌پردازد. در این راستا عوامل (خدمات به مشتری)، (جذابیت قیمت‌ها)، (امنیت مالی و حفظ اسرار شخصی)، (سرعت و اطلاعات وبسایت)، (تعهد فروشنده)، و (نمای جلوی وبسایت) مورد بررسی قرار گرفته است.

این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش افراد یا مشتریان شرکت‌های بیمه‌ای که به صورت الکترونیکی خدمات دریافت می‌کنند و در استان قزوین ساکن هستند. تعداد نمونه آماری با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی ۲۲۸ نفر تخمین زده شده است. در این پژوهش روش گردآوری داده‌ها در مباحث نظری به صورت کتابخانه‌ای و در بخش میدانی به روش پیمایشی انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه ساخته محقق می‌باشد. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها نیز از آمار توصیفی و آمار استنباطی شامل روش معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزارهای spss و lisrel انجام شده است.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که عواملی چون خدمات به مشتری، جذابیت قیمت‌ها، امنیت مالی و حفظ اسرار شخصی، سرعت و اطلاعات وبسایت، تعهد فروشنده و نمای جلو وبسایت به طور مستقیم بر رضایت و اعتماد الکترونیک مشتریان اثر مثبت دارند.

کلیدواژه‌ها: رضایت الکترونیک، اعتماد الکترونیک، تجارت الکترونیک، شرکت‌های بیمه‌ای

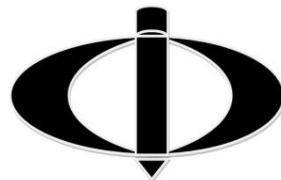
Abstract

A necessity that plays an important role in today's turbulent environment is the concept of e-commerce. E-commerce spite of being young has had a great progress and especially in Iran enjoys a great attention recently. One of the important requirements in the purchase in e-commerce is the concept of confidence and satisfaction. The review of buying process and consumer behavior on the Internet for companies operating in E-commerce space in order to attract customers, increase sales and increase profitability, is extremely important. Increasing electronic satisfaction and trust is a key to the success of any companies that are active in this competitive environment. To do so, the current study deals with identify and examine the factors affecting customer satisfaction and confidence in e-commerce. In this context, these factors are studied: (Customer Service) , (attractive prices) , (financial security and personal privacy) , (speed and website information) , (obligation of the seller) and (front site).

This study is descriptive-survey. The study population is individuals or clients of insurance companies that electronically receive services and are living in Qazvin province. The statistical sample using random sampling has been estimated about 228 people. In this study, data collection for theoretical discussion has been done in a library and in field part was conducted through survey. Data gathered by questionnaire which is made by researcher. The data analysis and hypothesis testing were performed using SPSS, and Lisrel that are also included descriptive and inferential statistics and structural equation modeling confirmatory factor analysis.

The results of this study indicate that factors such as customer service, attractive prices, financial security and personal privacy, speed and website information, Seller's commitment and front website have a positive trust on customer satisfaction and trust directly.

Keywords: e-satisfaction, e-trust, e-commerce.



Takestan Institution of Higher Education

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements Business
Administration for the Degree of M.Sc in**

Title

**Identifying and Investigating Factors Affecting
Satisfaction and Trust of E-Commerce Customers in
Insurance Companies of Qazvin Province**

Supervisor:

Dr. Mansureh golmeyami

Advisor:

Dr. Mehdi Shabanzadeh

By

Behnaz Ahmadi