

این فایل فقط برای مشاهده قسمتی از پرسشنامه می باشد.

برای خرید و دریافت فایل کامل ورد و قابل ویرایش این

پرسشنامه به داخل سایت مراجعه نماید.

پرسشنامه عوامل موثر بر وفاداری مشتری در تجارت الکترونیک اسرینیواسان و همکاران (2002)

این پرسشنامه عوامل موثر بر وفاداری مشتری در تجارت الکترونیک دارای 39 سوال بوده که توسط اسرینیواسان و همکارانش در سال 2002 طراحی و تنظیم شده است و هدف از این پرسشنامه سنجش عوامل موثر بر وفاداری مشتری در تجارت الکترونیک در ابعاد مختلف می باشد که دارای 8 بعد (سفارشی عمل کردن ، ارتباط تعاملی ، ترویج ، مراقبت ، انجمن ، انتخاب ، راحتی و شخصیت) می باشد.

قسمتی از سوالات:

ردیف	سوالات	کاملاً مخالفم	خیلی مخالفم	کمی مخالفم	بی نظرم	کمی موافقم	خیلی موافقم	کاملاً موافقم
1	وب سایت X پیشنهادهای خریدی مطابق با نیازهای من ارائه می کند.							
2	وب سایت X من را قادر به سفارش کالاهایی می کند که متناسب با نیاز من تهیه شده اند.							
3	آگهی هایی که وب سایت X برایم می فرستد، متناسب با شرایط من هستند.							

						وب سایت X باعث می شود احساس کنم، مشتری منحصر به فردی هستم.	4
						معتقدم که وب سایت X متناسب با نیاز من طراحی شده است.	5
						وب سایت X اجازه ی دیدن محصول از زاویه های مختلف را به من می دهد.	6
						وب سایت X ابزار جست و جویی دارد که من را قادر به یافتن مکان محصول ها می کند.	7
						وب سایت X فاقد ابزار مناسب جهت مقایسه محصول ها با یکدیگر است.	8
						احساس می کنم که وب سایت X بسیار سرگرم کننده است.	9
						معتقدم که وب سایت X زیاد پویا و فعال نیست.	10
						=====	11
						جست و جو و پیمایش در وب سایت X خیلی روشن و شفاف نیست.	30
						کسی که اولین بار به وب سایت X مراجعه می کند، بدون کمک زیاد می تواند خرید خود را انجام دهد.	31
						خرید از وب سایت X وقت زیادی می گیرد.	32
						وب سایت X بسیار مناسب حال کاربران است.	33
						استفاده از وب سایت X بسیار راحت است.	34
						طراحی وب سایت X برایم جذاب است.	35
						خرید از وب سایت X بسیار برایم دل چسب و مفرح است.	36

								وب سایت X زیاد برایم جذاب نیست.	37
								خرید راحتی را در وب سایت X تجربه می کنم.	38
								وب سایت X زیاد برایم خوشایند نیست.	39

روش نمره گذاری

نمره گذاری پرسشنامه بصورت طیف لیکرت 7 نقطه ای می باشد که امتیاز مربوط به هر گزینه در جدول زیر ارائه گردیده است:

عنوان	کاملاً مخالفم	خیلی مخالفم	کمی مخالفم	بی نظرم	کمی موافقم	خیلی موافقم	کاملاً موافقم
امتیاز	1	2	3	4	5	6	7

منابع:

Srinivasan, S. S., Anderson, R., Ponnnavolu, K, "Customer Loyalty in e-commerce: An Exploration of its Antecedents and Consequences," Journal of Retailing, 78, 41-50, 2002.