

Пітер Фред Оджочіде, Аденій Мохісола Мубо, Пітер Адешола Олувасейі, Адеоті Сара Бунмі, Декстер Лідія Інеба

Якість електронних послуг і лояльність клієнтів на ринку електронної комерції на південному заході Нігерії: Після COVID-19

В умовах сучасної жорсткої конкуренції на ринку електронної комерції постачальники онлайн-послуг змушені зосереджуватися на покращенні якості надання послуг, щоб залишатися конкурентоспроможними. Ринок електронної комерції в Нігерії має низький попит через такі чинники, як встановлена вартість, доступність, загроза кредитних карток, конфіденційність інформації, безпека даних і надійність мережі. Отже, у статті вивчається вплив якісного надання послуг на лояльність клієнтів. Для пошуку інформації про явище, яке цікавить, від респондентів через онлайн-платформу, мобільні пристрої та пошту було використано дослідницький дизайн опитування. Як інструмент для збору даних використовувалися копії анкети від 385 клієнтів компаній Jumia та Konga, які спеціалізуються на наданні послуг е-бізнесу. Дані було проаналізовано з використанням SPSS версії 25. Результати показали, що обчислені t-значення і пов'язані з ними значуща ймовірність реагування, конфіденційність, виконання, компенсації, наполегливі дії з боку клієнтів, перемикання стриманості з боку клієнтів, повторні покупки клієнтами, задоволеність клієнтів і їхня лояльність становили 16,08 ($P < 0,001$), 26,33 ($P < 0,001$), 12,97 ($P < 0,001$), 6,75 ($P < 0,001$), 10,60 ($P < 0,001$), 7,35 ($P < 0,001$), 15,75 ($P < 0,001$), 13,74 ($P < 0,001$) і 11,92 ($P < 0,001$) відповідно. З огляду на вищевикладене очевидно, що респонденти вважають чуйність, конфіденційність і винагороду фірми значущими на рівні довіри 99%. Крім того, наполегливі дії клієнтів, перемикання стриманості клієнтів, повторні покупки, задоволеність і лояльність клієнтів сприймаються як значущі на рівні довіри 99%.

Ключові слова: якість електронних послуг, електронна комерція, інтернет, COVID-19, Нігерія

Класифікація JEL: M30, L81



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.