

میزان وفاداری کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی کتابخانه

زهرا کاظم پور^{۱*}، مهری شهبازی^۲

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: درک وفاداری کاربران به کتابخانه و بررسی عوامل موثر بر آن به عنوان یک روش مهم برای حفظ کاربران موجود و جذب کاربران جدید مورد توجه بوده و کیفیت خدمات می تواند بر آن موثر باشد. هدف این پژوهش پیش بینی میزان وفاداری کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس کیفیت خدمات می باشد.

روش بررسی: روش پژوهش پیمایشی و نوع مطالعه کاربردی بود. جامعه آماری دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارمندان (۱۲۳۰۰ نفر) دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بود. حجم نمونه ۳۲۰ نفر انتخاب شد. روش نمونه گیری تصادفی ساده و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه تعدیل یافته سوارز سیلوا و همکاران و پرسشنامه لطیفیان بود. روایی پرسشنامه توسط متخصصان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۷ تایید شد. برای تحلیل داده ها از SPSS و آزمون های کالموگروف-اسمیرنف، t تک نمونه ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد.

یافته ها: میزان وفاداری کاربران با میانگین ۳/۷۱ بیش از سطح متوسط بود. همچنین وجود رابطه مثبت و معنی دار بین کیفیت خدمات حضوری با میزان وفاداری ($p \leq 0/05$ ، $r = 0/557$)، بین کیفیت خدمات الکترونیکی با میزان وفاداری ($p \leq 0/05$ ، $r = 0/367$) و بین کیفیت خدمات بطور کلی با میزان وفاداری ($p \leq 0/05$ ، $r = 0/534$) نشان داده شد. شرایط محیطی، امنیت، دسترسی، حسن نیت و تعامل خدمات، نقش مثبت و معنی داری در پیش بینی وفاداری دارد.

نتیجه گیری: کیفیت خدمات کتابخانه بر وفاداری کاربران تاثیر مثبت و معنادار دارد. سطوح بالاتر شرایط محیطی، امنیت، دسترسی، حسن نیت و تعامل خدمات ممکن است به سطح بالاتر وفاداری منجر شود. همچنین مدل اندازه گیری عوامل مکنون از برازندگی و روایی سازه خوبی برخوردار است.

واژه های کلیدی: وفاداری کاربران؛ کیفیت خدمات؛ کتابخانه مرکزی؛ دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

پیام کلیدی: به نظر می رسد برای افزایش وفاداری کاربران به کتابخانه باید بر بهبود کیفیت خدمات به ویژه بهبود دسترسی، رفتار کارکنان، احساس امنیت، فضا و تجهیزات کتابخانه و وبسایت کارآمد تاکید شود.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱/۱۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۳/۳۰

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۲/۲۰

ارجاع: کاظم پور زهرا، شهبازی مهری. میزان وفاداری کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی کتابخانه. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۴۰۴؛ ۲۲(۲): ۹۹-۱۰۵.

مقدمه

کتابخانه های دانشگاهی به عنوان قلب جامعه یادگیرنده توصیف شده اند که مکانی را برای دانشجویان، اساتید و پژوهشگران فراهم می کند تا تحقیقات خود را انجام داده و دانش خود را ارتقا دهند. امروزه کتابخانه های دانشگاهی با چالش هایی مانند فروشگاه های بزرگ کتاب، ارائه دهندگان اطلاعات آنلاین به ویژه اینترنت، پایگاه های اطلاعاتی آنلاین، آموزش الکترونیکی و محصولات چند رسانه ای، خدمات تحویل اسناد و سایر منابع رقابتی مواجه هستند. منابع اطلاعاتی که به نظر می رسد نقش کتابخانه های دانشگاهی را تهدید می کنند. در نتیجه، این کتابخانه ها ممکن است مجبور شوند تصمیمات راهبردی تری اتخاذ کنند که در آن ایجاد رضایت از خدمات و وفاداری برای کاربران نشان نقش مهمی ایفا کند (۱).

محققان بر این باورند که توجه به وفاداری مشتریان در کتابخانه دانشگاهی بسیار مهم است؛ زیرا دانشگاهیان نگران هستند که دانشجویان به جای منابع و خدمات معتبر

کتابخانه، از گوگل یا سایر بخش های نامعتبر اینترنت استفاده کنند (۲). امروزه نیز با وجود فناوری های جدید مانند هوش مصنوعی جدای از مزایای آن نظیر سرعت تحلیل اطلاعات و ارائه اطلاعات همه جانبه، معایبی مانند تردید در اعتبار اطلاعات، جعل اسناد، نامشخص بودن منبع تغذیه ابزارهای هوش مصنوعی و نیز تردیدهایی در خصوص جایگزینی با کتابخانه ها نیز وجود دارد که نیاز بررسی بیشتر دارد. همچنین برای کتابخانه های دانشگاهی، حفظ کاربر برای توجیه بودجه عمومی آینده مهم است و وفاداری کاربران می تواند منجر به توجیه تخصیص بودجه شود.

۱. استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

نویسنده طرف مکاتبه: مهری شهبازی، استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Email: shahbazi.mehri@pnu.ac.ir

برخی پژوهشگران ادعا می‌کنند که رضایت، دلیل وفاداری مشتری است. وفاداری ذهنیت مثبت و نگرش مطلوب کاربران نسبت به کتابخانه است که آنها را متعهد به استفاده مجدد و توصیه خدمات آن به دیگران می‌کند. این نکته حایز اهمیت است که مشتری به امید دریافت خدمات بهتر به دنبال جایگزین‌های دیگری می‌گردد. بنابراین، کتابخانه‌ها باید به حفظ وفاداری کاربران خود توجه کنند. وفاداری به کتابخانه را می‌توان به عنوان یک واکنش رفتاری نظیر بازدید مجدد از کتابخانه یا تصمیم در مورد استفاده مجدد از خدمات کتابخانه در میان کتابخانه‌های دیگر تعریف کرد (۱).

موضوع وفاداری مشتری و عوامل مؤثر بر این مفهوم در کتابخانه‌های ایران در تحقیقاتی مورد بررسی قرار گرفته است (۳-۸). نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که بین کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری کاربران کتابخانه رابطه وجود دارد و این ناشی از اهمیت موضوع است.

امروزه خدمات در کتابخانه‌ها با توجه به امکانات موجود به دو صورت حضوری و الکترونیکی ارائه می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که اگر خدمات به درستی ارائه شوند، می‌توانند وفاداری مشتریان را به روش مناسب‌تری افزایش دهند. علاوه بر این، کیفیت خدمات به ویژه خدمات الکترونیکی برای جذب مشتریان و افزایش وفاداری آنها حیاتی است (۹).

گرچه شواهدی در مورد ارتباط بین عوامل مختلف از جمله کیفیت خدمات و وفاداری کاربران کتابخانه وجود دارد (۱۰-۱۲، ۹، ۱۳)؛ با این حال، مطالعات بسیار کمی به طور خاص تاثیر کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی را بر وفاداری کاربران، بررسی کرده‌اند. از آنجا که حوزه سلامت، ارتباط تنگاتنگی با سلامت افراد جامعه دارد، متخصصان، پژوهشگران، اساتید و دانشجویان این حوزه نیازمند بهره‌مندی بهتر و بیشتر از منابع اطلاعاتی گوناگون و معتبر جهت بالا بردن سطح توان علمی خود هستند. در این وضعیت، دستیابی صحیح و به موقع به منابع اطلاعاتی معتبر، بسیار حائز اهمیت است. بنابراین لازم است کاربران کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی که به عنوان متخصصان این حوزه مطرح خواهند بود و با سلامتی و جان انسان‌ها سر و کار دارند، استفاده از منابع اطلاعاتی صحیح و معتبر موجود در کتابخانه را جایگزین منابع غیر موثق نمایند. بدین ترتیب بررسی وفاداری آنها به کتابخانه دانشگاه محل تحصیل خود و عوامل مؤثر بر آن حایز اهمیت است. بنابراین هدف این پژوهش، پیش‌بینی میزان وفاداری کاربران بر اساس کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی در کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان می‌باشد.

روش بررسی

روش پژوهش پیمایشی و نوع مطالعه کاربردی بود. جامعه آماری دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارمندان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان (۱۳۳۰۰ نفر) در سطوح مختلف بودند (معیار ورود). در عین حال هر یک از کاربران که در حین گردآوری اطلاعات از ادامه کار منصرف می‌شدند و نیز پرسشنامه‌های ناقص به عنوان

معیارهای خروج در نظر گرفته شدند. حجم نمونه طبق جدول کرجسی-مورگان ۳۲۰ نفر بود که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه تعدیل یافته Soares-Silva و همکاران (۱۴) و پرسشنامه Latifian (۱۵) بود. سه بعد کاربرپذیری، تعامل خدمات و کیفیت اطلاعات از پرسشنامه Latifian و مابقی ابعاد شامل دسترسی، ارتباط، صلاحیت، حسن نیت، قابلیت اطمینان، پاسخگویی، امنیت، شرایط محیطی، دسترسی مجازی از طریق سایت کتابخانه و وفاداری از پرسشنامه Soares-Silva استخراج شدند.

روایی پرسشنامه توسط متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی تایید گردید؛ بدین صورت که پرسشنامه در اختیار متخصصان مذکور قرار گرفت و موارد لازم در پرسشنامه لحاظ گردید. این نوع تایید روایی بر اساس روش کیفی است. پایایی ابزار نیز (۳۰ نفر)، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۷ تایید شد. تعداد نمونه لازم برای بررسی پایایی بصورت تصادفی ساده انتخاب شد.

پرسشنامه ۵۳ پرسش داشت که ۴۶ پرسش آن مربوط به سنجش کیفیت خدمات الکترونیکی و حضوری بوده و ۷ پرسش آن وفاداری به کتابخانه را می‌سنجید. پرسشنامه‌ها بصورت حضوری توزیع شدند. برای اندازه‌گیری شاخص‌ها در پرسشنامه از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از «کاملاً موافقم» تا «کاملاً مخالفم» استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از SPSS20 همچنین از آزمون‌های تحلیلی کالموگروف-اسمیرنوف، χ^2 تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد. رضایت کاربران حاصل شد. همچنین از اطلاعات گردآوری شده فقط برای اهداف پژوهش استفاده گردید و اطلاعات آزمودنی‌ها کاملاً محرمانه ماند. آزمودنی‌ها نیز قادر بودند که در هر مرحله از تکمیل پرسشنامه، از ادامه تکمیل آن منصرف بشوند و اجباری به ادامه تکمیل نبود. در عین حال کد اخلاقی نیز از معاونت پژوهشی دانشگاه پیام نور دریافت گردید.

یافته‌ها

۳۲۲ نفر در این پژوهش شرکت داشتند. از این تعداد، ۵۰/۶ درصد زن و ۴۹/۴ درصد مرد بودند. همچنین، ۳۱/۷ درصد پاسخگویان در گروه سنی زیر ۲۰ سال، ۵۲/۸ درصد در گروه سنی ۲۰-۳۴ سال قرار داشتند. از نظر مقطع تحصیلی، ۶۷/۱ درصد دکتری حرفه‌ای (دکتری عمومی) بوده‌اند و ۴۶/۳ درصد هفته‌ای چند بار به کتابخانه مراجعه داشتند.

یافته‌های پژوهش در رابطه با میزان وفاداری کاربران کتابخانه نشان داد میانگین نمره وفاداری کاربران به میزان ۳/۷۱ می‌باشد. سطح معناداری آزمون تی تک نمونه ای (۱۵/۹۵) کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ بدست آمده، و حدود بالا و پایین برای اختلاف میانگین هر دو مثبت بدست آمد. بنابراین می‌توان گفت که میزان وفاداری کاربران بیش از سطح متوسط بوده است. همچنین ضریب همبستگی بین کیفیت خدمات حضوری با میزان وفاداری در سطح $P \leq 0.05$ معنی‌دار بوده است (۵۵۷/۲=). بنابراین بین کیفیت خدمات حضوری با میزان وفاداری رابطه معنادار وجود دارد.

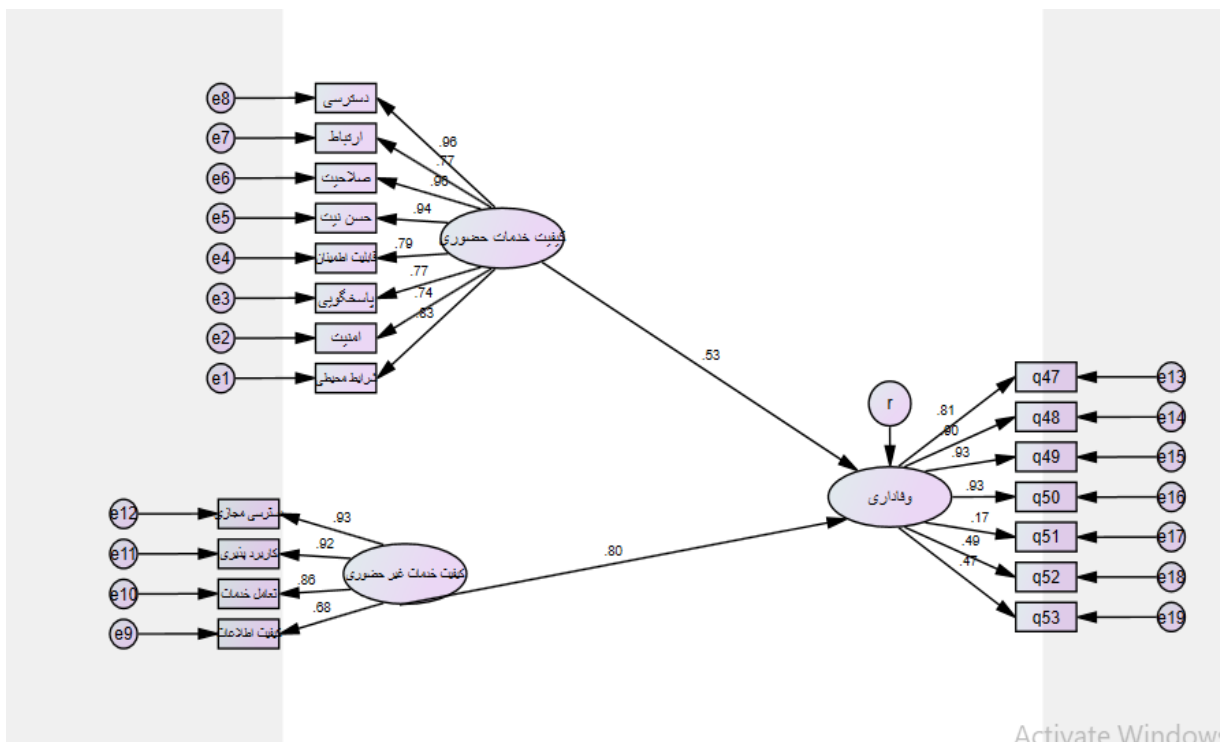
جدول ۱: پیش‌بینی ابعاد کیفیت خدمات حضوری با وفاداری

گام	مقدار ثابت و متغیر پیش‌بینی	ضریب غیراستاندارد	خطای معیار	ضریب استاندارد	T	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	F
اول	ضریب ثابت	۱/۷۵۹	۰/۱۷۷	۰/۵۵۹	۸/۹۱	۰/۰۰۱	۰/۵۵۹	۰/۳۱۳	۱۴۶/۲۳
	شرایط محیطی	۰/۵۵۲	۰/۰۴۶		۱۲/۰۹	۰/۰۰۱			
دوم	ضریب ثابت	۱/۱۹۸	۰/۱۹۲	۰/۴۵۱	۶/۲۳	۰/۰۰۱	۰/۵۶۴	۰/۳۵۳	۸۷/۴۴
	شرایط محیطی	۰/۴۴۵	۰/۰۵۰	۰/۲۲۸	۸/۸۲	۰/۰۰۱			
	حسن نیت	۰/۱۹۹	۰/۰۴۵		۴/۴۷	۰/۰۰۱			
سوم	ضریب ثابت	۱/۰۱۱	۰/۲۰۵	۰/۴۱۳	۴/۹۲	۰/۰۰۱	۰/۶۰۴	۰/۳۶۵	۶۱/۲۱
	شرایط محیطی	۰/۴۰۸	۰/۰۵۲	۰/۱۷۵	۷/۸۱	۰/۰۰۱			
	حسن نیت	۰/۱۵۲	۰/۰۴۷	۰/۱۳۵	۳/۱۶	۰/۰۰۲			
	امنیت	۰/۱۲۳	۰/۰۵۰		۲/۴۵	۰/۰۱۵			
چهارم	ضریب ثابت	۰/۸۴۹	۰/۲۱۹	۰/۳۷۳	۳/۸۷	۰/۰۰۱	۰/۶۱۱	۰/۳۷۴	۴۷/۴۰
	شرایط محیطی	۰/۳۶۸	۰/۰۵۵	۰/۱۵۶	۶/۶۳	۰/۰۰۱			
	حسن نیت	۰/۱۳۶	۰/۰۴۹	۰/۱۱۷	۲/۷۹	۰/۰۰۶			
	امنیت	۰/۱۰۶	۰/۰۵۰	۰/۱۱۱	۲/۱۱	۰/۰۲۵			
	دسترسی	۰/۱۱۹	۰/۰۵۸		۲/۰۴	۰/۰۴۲			

و هر چهار تا توانسته‌اند پیش‌بینی‌کننده وفاداری باشند و ۳۷ درصد از واریانس این متغیر را تبیین نمایند.

ضریب همبستگی بین کیفیت خدمات الکترونیکی با میزان وفاداری در سطح $p \leq ۰/۰۵$ معنی‌دار بوده است. بنابراین بین کیفیت خدمات الکترونیکی با میزان وفاداری رابطه معنی‌دار وجود دارد ($F=۳۶۷/۰$). همچنین پیش‌بینی ابعاد کیفیت خدمات الکترونیکی با وفاداری نشان داد درگام اول تعامل خدمات ($\beta=۰/۳۸۴, p<۰/۰۱$) توانسته است، وفاداری را پیش‌بینی و ۱۴ درصد از واریانس این متغیر را تبیین نماید. همچنین بین کیفیت خدمات به طور کلی و میزان وفاداری در سطح $p \leq ۰/۰۵$ رابطه معنی‌دار وجود دارد. شکل ۱ نیز مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد را نشان می‌دهد.

چنانچه در جدول ۱ مشاهده می‌شود، پیش‌بینی ابعاد کیفیت خدمات حضوری با وفاداری، درگام اول شرایط محیطی ($\beta=۰/۵۵۹, p<۰/۰۱$) توانسته است، وفاداری را پیش‌بینی و ۳۱ درصد از واریانس این متغیر را تبیین نماید. در گام دوم حسن نیت ($\beta=۰/۲۲۸, p<۰/۰۱$) در شرایط محیطی ($\beta=۰/۴۵۱, p<۰/۰۱$) افزوده شده و هر دو توانسته‌اند پیش‌بینی‌کننده وفاداری باشند و ۳۵ درصد از واریانس این متغیر را تبیین نمایند. در گام سوم امنیت ($\beta=۰/۱۳۵, p<۰/۰۱$) در حسن نیت ($\beta=۰/۱۷۵, p<۰/۰۱$) و شرایط محیطی ($\beta=۰/۴۱۳, p<۰/۰۱$) افزوده شده و هر سه توانسته‌اند پیش‌بینی‌کننده وفاداری باشند و ۳۶ درصد از واریانس این متغیر را تبیین نمایند. در گام چهارم دسترسی ($\beta=۰/۱۱۱, p<۰/۰۰۶$) در حسن نیت ($\beta=۰/۱۵۶, p<۰/۰۰۶$) و شرایط محیطی ($\beta=۰/۳۷۳, p<۰/۰۰۱$) و امنیت ($\beta=۰/۰۴۲, p<۰/۰۱۷$) افزوده شده



شکل ۱: مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

جدول ۲: وزن رگرسیون و سطح معنی‌داری تاثیر کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی بر میزان وفاداری

P	t	خطای معیار	وزن رگرسیون	
۰/۰۰۱	۱۴/۲۷	۰/۰۳۷	۰/۵۳۳	کیفیت خدمات حضوری ← میزان وفاداری
۰/۰۰۱	۱۲/۸۷	۰/۰۷۵	۰/۷۹۷	کیفیت خدمات الکترونیک ← میزان وفاداری

کتابخانه بر اساس کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی کتابخانه در کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان است. نتایج نشان داد میزان وفاداری کاربران بیش از سطح متوسط بود. به عبارتی کتابخانه مذکور کاربران وفاداری دارد. کاربران کتابخانه تمایل خود را برای ادامه استفاده بیشتر از خدمات و توصیه خدمات کتابخانه به دیگران ابراز کردند. این نتیجه با پژوهش Srirahayu در بین کاربران کتابخانه دانشکده‌ای در اندونزی (۱۶) همسو می‌باشد. همچنین بین کیفیت خدمات حضوری با میزان وفاداری رابطه معنادار وجود دارد و چهار بعد شرایط محیطی، حسن نیت، امنیت و دسترسی توانسته‌اند پیش‌بینی‌کننده وفاداری باشند. به عبارتی هرچه کیفیت خدمات حضوری کتابخانه بیشتر باشد، وفاداری کاربر بیشتر خواهد بود که همسو با پژوهش‌های Cristobal در بین کاربران کتابخانه دانشکده‌ای دانشگاه University of Saint Louis (۱) و Soares-Silva (۱۴) می‌باشد.

محیط کتابخانه در حصول اطمینان از اینکه کاربران همچنان از خدمات حمایت می‌کنند مهم است. برخی مطالعات (۱) نشان داده داشتن یک محیط مناسب یکی از ویژگی‌های اساسی است که کاربران ممکن است انتظار داشته باشند. از این‌رو،

براساس نتایج جدول ۲ با توجه به معنی‌دار بودن وزن رگرسیون در سطح $P \leq 0.05$ نشان‌دهنده تاثیر کیفیت خدمات حضوری و الکترونیک بر میزان وفاداری می‌باشد. با توجه به شاخص‌های ارزیابی برازندگی مدل اندازه‌گیری به‌ویژه نسبت مجذور کای بر درجات آزادی (۱/۱۵) شاخص نیکویی برازش، GFI (۰/۹۸)، شاخص برازندگی تطبیقی، CFI (۰/۹۴)، شاخص برازندگی افزایشی، IFI (۰/۹۷)، شاخص برازندگی هنجار شده، NFI (۰/۹۶)، شاخص توکر-لویس، TLI (۰/۹۶) و شاخص جذر میانگین مجذورات خطای تقریب، RMSEA (۰/۰۹۰) مدل اندازه‌گیری عوامل مکنون از برازندگی و روایی سازه خوبی برخوردار است.

بحث

کیفیت خدمات کتابخانه می‌تواند بر وفاداری کاربران تاثیر بگذارد، اما عوامل احتمالی مختلف دیگری نیز ممکن است بر وفاداری کاربران نسبت به خدمات کتابخانه تاثیر بگذارد؛ نظیر بازاریابی صحیح، نیروی انسانی کارآمد، تنوع و مخاطب محور بودن منابع اطلاعاتی و... در این پژوهش فقط اثرات کیفیت خدمات مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین هدف این پژوهش پیش‌بینی میزان وفاداری کاربران

با توجه به برآزش مناسب مدل و اینکه کیفیت خدمات می‌تواند بر وفاداری کاربران کتابخانه اثرگذار باشد، لذا مدیران کتابخانه‌ها باید به ابعاد کیفیت خدمات توجه ویژه نمایند. در پایان باید اشاره شود که وفاداری تحت تأثیر عوامل مختلف است و کیفیت خدمات یکی از این عوامل است و لذا عوامل احتمالی مانند بازاریابی، نیروی انسانی کارآمد، تنوع و مخاطب محور بودن منابع اطلاعاتی و... نیز باید توجه شود. از محدودیت‌های این پژوهش، بررسی و استناد به پژوهش‌های به زبان فارسی و انگلیسی بوده است و لذا ممکن است در سایر زبان‌ها نیز بر روی این موضوع پژوهش‌هایی صورت گرفته باشد. در عین حال این در بافت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بوده است و لذا سایر پژوهشگران در تعمیم دهی نتایج به این نکته توجه کنند.

نتیجه‌گیری

یکی از عوامل مهم در موفقیت کتابخانه‌های سلامت، توانایی آنها در حفظ مشتریان فعلی و وفاداری آنها به کتابخانه است. نتایج نشان داد کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی تأثیر مثبت و معناداری بر وفاداری کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان دارد. در واقع داده‌ها نشان داد افزایش کیفیت خدمات به طور معناداری منجر به افزایش وفاداری کاربران شده است. همچنین کیفیت خدمات پیش‌بینی مثبت و قابل توجهی بر وفاداری کاربران دارد. در این پژوهش مشخص شد که سطوح بالاتر شرایط محیطی، امنیت، دسترسی، حسن نیت و تعامل خدمات ممکن است به سطح بالاتر وفاداری منجر شود.

پیشنهادهای

در جهت افزایش وفاداری کاربران کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- کتابخانه مذکور باید مجموعه‌ای از اطلاعات و امکانات فیزیکی و تجهیزاتی مختلف را برای کاربران فراهم نماید؛

- در جهت روزآمدسازی کتابداران و اطلاع رسانی پزشکی شاغل از طریق دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی به‌ویژه در حوزه تعامل با کاربران اقدام شود؛

- مدیریت کتابخانه باید استفاده از فناوری‌های نوین برای دسترسی به اطلاعات گسترش دهد؛

- کتابخانه استراتژی‌های مانند هدف‌گذاری، موقعیت‌یابی، برندسازی و استفاده مؤثر از فناوری را در جهت وفاداری بیشتر کاربران به کار گیرد.

تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل تحقیق با حمایت دانشگاه پیام نور با کد اخلاق IR.PNU.REC.1404.540 است. نویسندگان از تمام کسانی که در این پژوهش همکاری داشتند، کمال تشکر را دارند.

تضاد منافع

در انجام پژوهش حاضر، نویسندگان هیچ‌گونه تضاد منافی نداشتند.

امکانات نامناسب و محیط غیر استاندارد، استفاده را به شدت تحت تأثیر قرار خواهد داد. این یافته با پژوهش Cristobal در بین کاربران کتابخانه دانشکده ای دانشگاه University of Saint Louis (۱) و پژوهش Helgesen و Nesst در بین دانشجویان نروژی (۱۷) همسو و با یافته‌های Budu و همکاران (۱۸) و کشوری، زارع فراشبندی و گرایه در بین کاربران کتابخانه‌های عمومی غرب ایران (۱۹) غیرهمسو می‌باشد. این عدم همسویی می‌تواند ناشی از بافت باشد؛ چرا که پژوهش اخیر در بین کاربران کتابخانه عمومی است. با این حال، مدیریت کتابخانه‌ها باید به محیط فیزیکی کتابخانه توجه بسیاری داشته باشند.

کارکنان کتابخانه نقش مهمی در افزایش وفاداری کاربران کتابخانه ایفا می‌کنند؛ زیرا برای ارائه خدمات با مشتریان تعامل دارند، به آنها احساس امنیت می‌دهند که منجر به کسب مزیت رقابتی و ایجاد اعتماد می‌شود. این یافته در پژوهش (۱۸) نیز مورد تأیید قرار گرفت. همچنین نتایج نشان داد ارائه خدمات کتابخانه با مشارکت دادن کاربران جهت مدیریت نحوه دسترسی آنها به اطلاعات برای اطمینان از استفاده مداوم بسیار مهم است. مدیریت کتابخانه می‌تواند با بهبود سهولت دسترسی به داده‌ها استفاده را تشویق کند. بنابراین به کاربر استقلال بسیاری داده می‌شود، که منجر به افزایش وفاداری می‌گردد. در واقع وجود مشارکت کاربران و اثرات آن بر وفاداری کاربران در پژوهش‌های Budu و همکاران در بین کاربران کتابخانه دانشگاه دولتی در غنا (۱۸) نیز مورد توجه می‌باشد. در واقع کاربران باید احساس کنند نظرات و دیدگاه آنها در فرایند مدیریت کتابخانه توجه می‌شود.

نتایج نشان داد بین کیفیت خدمات الکترونیکی با میزان وفاداری رابطه معنادار وجود دارد و بعد تعامل خدمات توانسته است پیش‌بینی‌کننده وفاداری باشد. بدین ترتیب، طراحی وب‌سایت قابل اعتماد، دارای امنیت و سرعت عمل بالا همچنین تعامل بهتر با کارکنان از طریق وب‌سایت منجر به افزایش وفاداری کاربران شده است. این یافته با پژوهش Anser (۲۰) در رابطه با تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان کتابخانه دیجیتال همسو می‌باشد. همچنین مدیریت کتابخانه باید در ارائه خدمات الکترونیکی با منابع دیجیتالی قابل اعتماد برای بهبود اعتماد مشتریان تلاش کند. مشتریان زمانی که کارایی، در دسترس بودن و حریم خصوصی وب‌سایت کتابخانه را درک کردند، رضایت و وفاداری بیشتری را احساس خواهند کرد.

نتایج نشان داد در مجموع کیفیت خدمات حضوری و الکترونیکی کتابخانه بر میزان وفاداری تأثیر دارد. در پژوهش Chuang CF, Cheng در بین کاربران کتابخانه دانشکده‌ای تایوان (۲۱)، Twum در بین کاربران کتابخانه عمومی در کشور غنا (۲۲) و Pannu و Fatima، Malik در بین کاربران کتابخانه دانشگاه Minhaj University (۱۱) نیز تأثیر مستقیم کیفیت خدمات بر وفاداری کاربران تأیید شده است. این امر برای مدیریت کتابخانه در مؤسسات آموزش عالی مهم است، زیرا بهبود کیفیت خدمات منجر به افزایش سطح رضایت کاربران و در نتیجه انگیزه‌ای برای افزایش سطح وفاداری آنها می‌شود. اگر کتابخانه نتواند کیفیت خدمات رضایت بخشی را ارائه دهد، دانشجویان از خدمات کتابخانه استفاده مجدد نخواهند کرد.

References

1. Cristobal AS. Expectations on library services, library quality (LibQual) dimension and library customer satisfaction: relationship to customer loyalty. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 2018;1706:1-24.
2. Kusumastuti C, Setyawan AA. Influence Quality Service to Satisfaction and Loyalty Student, Study Empirical on Users UMS Library. In *Proceeding Medan International Conference on Economic and Business 2023 Feb 1* (Vol. 1, pp. 283-292).
3. Najaeinejad M. Analysis and Review Of Digital Knowledge Management based on User Research of Large Information Systems. *Digital and Smart Libraries Researches*, 2023; 11(3): 33-46.[In Persian].
4. Biranvand A, Mohammadi Ostani M, Ghanaatian S. The Effect of Knowledge Management Systems and Knowledge Sharing on the Performance and Loyalty of Librarians. *Sciences and Techniques of Information Management*, 2024; 10(1): 239-264.[In Persian].
5. Azimi MH, Khedri M, Khademizadeh SH. S tatus of ancillary services in the children section of public libraries and its relationship with loyalty of children aged 7-11 years. *Research on Information Science and Public Libraries*. 2023 Apr 10;29(1):88-106.[In Persian].
6. Bahmani A, Seyedin SM. The Impact of Librarians' Social Capital on Members' Loyalty according to the Mediating Role of Social Responsibility in Public Libraries. *Library and Information Science Research*. 2023 Jan 1;13(1):24-43.[In Persian].
7. Arani ZS. Developing a Model of Users' Satisfaction and Loyalty Based on Content and Structural Quality of E-Service (Case: The National. *Information Management*. 2022;8(1):143-92.[In Persian].
8. Asghariaggonbad M, Mohammadi M, Amoughin JE. A Survey on the Public Library Members' Loyalty Covered by the Iran Public Libraries Foundation, Case Study: Tabriz Public Libraries. *Digital and Smart Libraries Researches*. 2022 Jun 22;9(34):17-30.[In Persian].
9. Anser MK, Tabash MI, Nassani AA, Aldakhil AM, Yousaf Z. Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy. *Library Hi Tech*. 2023 Aug 25;41(4):1006-21.
10. Srirahayu DP, Aspura MY, Harisanty D, Mannan EF, Anna NE. Loyalty of Public Library Users in Indonesia Using the Net Promoter Score (NPS) Metrics: A Case Study of Drive-through Services During the COVID-19 Pandemic. *SAGE Open*. 2025 Jun;15(2):21582440251340625.
11. Malik SA, Fatima T, Jia Y, Pannu H. The influence of library service quality, library image, place, personal control and trust on loyalty: the mediating role of perceived service value and satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2024 Mar 14;41(4):1111-29.
12. Jeong MO. A Study on the Effect of Public Library Service Quality on User Satisfaction and User Loyalty according to Brady & Cronin's Three-Dimensional Service Quality Model. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*. 2024;58(2):289-316.
13. Malakooti Asl N, Kaffashan Kakhki M, Parirokh M. The evaluation of the relationship between customers' knowledge management and their loyalty to academic libraries. *Global Knowledge, Memory and Communication*. 2021 May 20;70(3):205-24.
14. Soares-Silva D, de Moraes GH, Cappellozza A, Morini C. Explaining library user loyalty through perceived service quality: what is wrong?. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2020 Aug;71(8):954-67.
15. Latifian A. The equal approach to assess the effectiveness of electronic service quality in central library (Case Study: Ferdowsi University of Mashhad). *Journal of Critical Reviews*. 2020 Dec 12;8.
16. Srirahayu DP, Hartini S, Handriana T, Layyinah K, Firdaus A. The effect of service quality and satisfaction on loyalty of college library users in Indonesia. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 2020 Oct;4311.
17. Helgesen Ø, Nasset E. Does LibQUAL+ TM account for student loyalty to a university college library?. *Quality Assurance in Education*. 2011 Sep 27;19(4):413-40.
18. Budu S, Korkuvi PJ, Twum KK, Budu RA. Determining university library loyalty using library service quality of a public university in Ghana. *Library Philosophy and Practice*. 2021 May 31;5395.
19. Keshvari M, Zare Farashbandi F, Geraei E. Modelling influential factors on customer loyalty in public libraries: a study of West Iran. *The Electronic Library*. 2015 Aug 3;33(4):810-23.
20. Anser MK, Tabash MI, Nassani AA, Aldakhil AM, Yousaf Z. Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy. *Library Hi Tech*. 2023 Aug 25;41(4):1006-21.
21. Chuang CF, Cheng CJ. A Study of Institutional Repository Service Quality and Users' Loyalty to College Libraries in Taiwan: The Mediating & Moderating Effects. *J. Convergence Inf. Technol.*. 2010 Oct;5(8):89-99.
22. Twum KK, Adams M, Budu S, Budu RA. Achieving university libraries user loyalty through user satisfaction: the role of service quality. *Journal of Marketing for Higher Education*. 2022 Jan 2;32(1):54-72.

Predicting the Loyalty of Users of the Central Library at Isfahan University of Medical Sciences based on the Quality of in-Person and Electronic Library Services

Zahra Kazempour ¹, Mehri Shahbazi ²

Original Article

Abstract

Introduction: Understanding user loyalty to the library and examining the factors affecting it is an important method for retaining existing users and attracting new users, and the quality of services can be effective in it. The aim of this study was to predict the loyalty of users of the Central Library at Isfahan University of Medical Sciences based on the quality of services.

Methods: This was a survey and applied method. The statistical population was students, faculty members and employees (12,300 people) at Isfahan University of Medical Sciences. The sample size was 320 people. The sampling method was simple random and the data collection tool were the modified questionnaire of Suarez Silva et al. and the Latifian questionnaire. The validity of the questionnaire was confirmed by experts and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha (0.77). SPSS20 and Kolmogorov-Smirnov tests, one-sample T, Pearson correlation coefficient and regression were used for data analysis.

Results: The level of user loyalty was above the average level with an average of 3.71. Also, a positive and significant relationship was shown between the quality of in person services and the level of loyalty ($r=0.557$ and $p\geq 0.05$), between the quality of electronic services and the level of loyalty ($r=0.367$ and $p\geq 0.05$), and between the quality of services in general and the level of loyalty ($r=0.534$ and $p\geq 0.05$). Environmental conditions, security, access, goodwill, and service interaction have a positive and significant role in predicting loyalty.

Conclusion: The quality of library services has a positive and significant effect on user loyalty. Higher levels of environmental conditions, security, access, goodwill, and service interaction may lead to a higher level of loyalty. Also, the latent factor measurement model has good construct validity and fit.

Keywords: User Loyalty; Service Quality; Central Library; Isfahan University of Medical Sciences

Received: 10 May; 2025

Accepted: 20 Jun; 2025

Published: 1 Jul; 2025

Citation: Kazempour Z, Shahbazi M. Predicting the Loyalty of Users of the Central Library at Isfahan University of Medical Sciences based on the Quality of in-Person and Electronic Library Services. Health Inf Manage 2025; 22(2): 99-105.

Article resulted from a thesis with ethics code IR.PNU.REC.1404.540.

1 Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Payame Noor University, Tehran, Iran

2 .Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Payame Noor University, Tehran, Iran

Corresponding Author: Mehri Shahbazi; Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Payame Noor University, Tehran, Iran

Email: shahbazi.mehri@pnu.ac.ir