

عنوان مقاله:

اولویت بندی معیارهای تاثیر گذار بر رضایت مشتریان با استفاده از مدل Fuzzy (Analytic Network) ANP فازی مطالعه موردی: گروه صنعتی ایران دوش

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی نقد و واکاوی مدیریت در هزاره سوم (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسن تیبانیان - عضو هیات علمی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

صبا جلالیون - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه بنگاه هایی در کسب سود موفق میگردند که در جلب رضایت مشتریان خود در بازارهای هدف، بیشتر تلاش نمایند. خریداران امروز با انبوهی از محصولات مواجه هستند و انتظارات آنها در مورد کیفیت کالاها و خدمات با گذشته تفاوت زیادی دارد. با توجه به این واقعیتها، خریداران، کالاها و خدماتی را انتخاب خواهند کرد که با نیازها و انتظارات آنها مطابقت بیشتری داشته باشد. وظیفه بخش بازاریابی شرکتها ایجاد میکند که عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان را شناسایی و جهت جلب رضایت مشتریان خود تلاش نمایند. تحقیق حاضر به منظور وزندهی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان در گروه صنعتی ایران دوش با استفاده از روش ANP فازی صورت گرفته است، ابتدا عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان با استفاده از منابع موجود و نظرات کارشناسان فنی شرکت شناسایی و سلسله مراتب درخت تصمیم طراحی شده، سپس به وسیله پرسشنامه و مصاحبه، داده های لازم جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

خدمات، کیفیت خدمات، مدل سروکوال فازی، شرکت ایران دوش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1168619>

