

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتری با استفاده از رویکردهای دلفی فازی و پویایی شناسی سیستم

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت تولید و عملیات، دوره 13، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسندگان:

فهیمه فارغ - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه یزد، یزد، ایران

یحیی زارع مهرجردی - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه یزد، یزد، ایران

محمد صالح اولیا - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه یزد، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

در اقتصاد نوین شرکت‌ها، سلول‌های حیاتی تبدیل منابع زمین به ثروت اند و اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در ایجاد پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی دارند؛ بنابراین پایداری سیستم، سبک نوین مدیریت در جهت متوازن کردن جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی شناخته شده است. رویکرد جدید نسبت به مسئله پایداری می‌تواند توسط سازمان‌های خصوصی و دولتی به عنوان یک راه حل برای تصمیم‌گیری بهتر، برای بهبود کسب و کار، با توجه به افزایش انعطاف پذیری و سازگاری استفاده شود. در این میان با توجه به اینکه صنعت گردشگری منافع فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی چشمگیری دارد، می‌تواند با توجه ویژه به پایداری سیستم، به مزیت رقابتی، مدیریت هزینه، عملکرد مالی سودآور و درنهایت رضایتمندی مشتری دست یابد. هدف از انجام این تحقیق، بررسی سطح رضایتمندی مشتریان در گذر زمان در چارچوب پایداری سیستم در هتل‌های چهار و پنج ستاره استان یزد، با استفاده از رویکرد پویایی شناسی سیستم است. در این تحقیق ابتدا با روش دلفی فازی متغیرهای تاثیرگذار بر مدل تعیین شد و سپس با استفاده از پویایی شناسی سیستم و با بهره گیری از روابط علت و معلولی بین متغیرهای مسئله و حلقه های بازخور، نشان داده شد که متغیرهای مذکور بر رضایتمندی مشتریان و پایداری سیستم تاثیرگذارند؛ همچنین سعی بر آن شده است تا مدل جامعی ارائه شود که بتواند دیدگاه‌های مختلف کیفیت خدمات، رضایتمندی و پایداری سیستم را هم زمان سنجش کند. نتایج بررسی سناریوهای ارائه شده نشان می دهد سیستم به تعداد برند حساس است و با افزایش تعداد برند، اگر هتل در راستای بهبود عملکردهای خود اقدام نکند، مشتریان خود را از دست خواهد داد و همچنین بهترین سرمایه گذاری در بحث نقدینگی، سرمایه گذاری در تبلیغات است؛ زیرا تبلیغات علاوه بر معرفی محصول، به طور غیرمستقیم بر شکل گیری انتظارات مشتریان تاثیرگذار است و به معرفی سازمان منجر می شود و همین امر تعداد مشتریان را افزایش می‌دهد.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی مشتری، پایداری شرکتی، دلفی فازی، پویایی شناسی سیستم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1583715>

