

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی شاخص های رضایت مندی مشتریان کسب و کارهای الکترونیکی نوپا در محیط فازی با استفاده از مدل ترکیبی TOPSIS و BWM

محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 20، شماره 78 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

حامد محمدعلی زاده - دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

محمدجواد ارشادی - پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایراندک)، تهران، ایران

آرمان ساجدی نژاد - پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایراندک)، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

عدم شناخت صحیح کسب و کارهای الکترونیکی از عوامل رضایت مندی مشتریان و همچنین بازار هدف خود می تواند به عدم مدیریت صحیح منابع محدود آنها منجر شود که در نهایت این عامل می تواند شکست و نابودی را برای این کسب و کارها به ارمغان آورد. این کسب و کارها در ابداع شیوه های جدیدی که به تغییرات فناوری و افزایش توانایی تولید منجر خواهد شد نقش مهمی ایفا می کنند. می توان گفت چنین واحدهایی در جستجوی تغییر و تحول و رقابت هستند، چون در حال دگرگون کردن ساختار کلی بازارند همچنین ایجاد و توسعه ی این کسب و کارها سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید، تسریع در بهبود اوضاع اقتصادی و رشد کشورها بشمار می رود. از این رو باید توجه ویژه ای به کسب و کارهای نوپا گردد. لذا این پژوهش در ابتدا با بررسی مدل های مختلف رضایت مندی مشتریان به ارائه مدلی بومی و سپس با استفاده از روش بهترین- بدترین فازی عوامل رضایت مندی مشتریان کسب و کارهای الکترونیکی را وزن دهی و با استفاده از تکنیک تاپسیس فازی یکی از دسته های کسب و کارهای الکترونیکی یعنی فروشگاه های اینترنتی را مورد بررسی قرار داد. نتایج تحقیق نشان داد که این مدل با کارایی محاسباتی و سازگاری بالا اولویت دهی عوامل رضایت مشتریان را مشخص می کند. همچنین معیار ارتباطات و تعاملات به عنوان بهترین معیار و بعد از آن کیفیت محصول و خدمات، قیمت/ زمان، فروش و خدمات پس از فروش به ترتیب در رتبه های بعد قرار گرفتند.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری؛ کسب و کار الکترونیکی؛ روش بهترین- بدترین معیار فازی؛ فروشگاه اینترنتی؛ روش تاپسیس فازی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2078713>

