

## عنوان مقاله:

اولویت بندی در شبکه توزیع و خدمت رسانی به مشتریان خرید کالاهای اینترنتی با در نظر گرفتن رضایت مندی مشتریان مبتنی بر رویکرد بهینه‌سازی مشارکتی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

عباس دانشور - دانشجوی دکتری

عرفان خسرویان - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

امید بویر - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

## خلاصه مقاله:

با به رشد روز افزون خریدهای اینترنتی و تمایل افراد برای خرید از آن ها، بررسی عوامل موثر بر سودآوری شرکت های اینترنتی (فروشگاه های اینترنتی) ضروری به نظر میرسد و با توجه به اینکه خریدهای اینترنتی به دلیل ماهیت خود که معاملات به صورتچهره به چهره و حضوری انجام نمی شود، لذا یکی از مهمترین عامل در سودآوری و حفظ مشتریان این شرکت ها، جلب وفاداری و اعتماد مشتریان به شرکت و نام آن برند و نحوه خدمت رسانی به مشتریان می باشد، بنابراین بررسی معیار های موثر بر خرید های آنلاین مشتریان امری حیاتی برای سایت های خرید اینترنتی می باشد زیرا که شناخت این معیارها می تواند بر ویژگی های خدمت رسانی و ارایه آن در وب سایت ها برای اشاعه برند سازمان و نیز دستیابی به هدف جلب رضایت مشتریان و افزایش تعهد و وفاداری آنان به برند شرکت بسیار مهم باشد. در این پژوهش مسیله اولویت بندی در شبکه توزیع و خدمت رسانی به مشتریان خرید کالاهای اینترنتی در نظر گرفتن رضایت مندی مشتریان مبتنی بر رویکرد بهینه سازی مشارکتی بیان و سپس حل گردید. نتایج حاصل از حل بیانگرتوانایی رویکرد پیشنهادی در دست یابی به پاسخ های رضایت بخش و قابل قبول بود.

## کلمات کلیدی:

الویت بندی، شبکه توزیع، رضایت مندی مشتریان، خرید کالاهای اینترنتی، بهینه سازی مشارکتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/811980>

