

رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر جذب و حفظ مشتریان در زنجیره تأمین محصولات شرکت پتروشیمی استان ایلام با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP

آرام مقدم فر^۱

یاسر امامیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۰۳ تاریخ چاپ: ۱۳۹۸/۱۱/۰۷

چکیده

امروزه با تنگ‌تر شدن عرصه رقابت در فاکتورهای وفاداری مشتری، سازمان‌ها به دنبال راهی برای جذب و حفظ مشتریان هستند. هدف پژوهش حاضر، رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر جذب و حفظ مشتریان در زنجیره تأمین محصول شرکت پتروشیمی استان ایلام با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP می‌باشد. در این پژوهش از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Expert choice v11، Lisrel v10.20 و Excel v2016 استفاده شده است. هدف این پژوهش کاربردی است و از لحاظ ماهیت توصیفی پیمایشی می‌باشد. نتایج حاکی از آن است که با توجه به نتایج تحلیل عاملی نشان داده شده که عملکرد بازار، عملکرد مالی، کیفیت محصولات، ارزش ریالی و بازاریابی از عوامل مؤثر بر جذب مشتری در شرکت پتروشیمی ایلام می‌باشد. همچنین مؤلفه‌های همدلی، برآورده کردن انتظارات، قابل اعتماد بودن، پاسخگو بودن و بازخورد مشتری جزو عوامل مؤثر بر حفظ مشتری در شرکت پتروشیمی ایلام می‌باشند. نتایج رتبه‌بندی با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی نشان داده شد که در بین مؤلفه‌های جذب مشتری، مؤلفه عملکرد بازار در رتبه اول و مؤلفه بازاریابی در رتبه پنجم قرار گرفته است.

واژگان کلیدی

جذب و حفظ مشتریان، زنجیره تأمین، شرکت پتروشیمی، تحلیل سلسله‌مراتبی

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام، ایران (arammoghadam14240@gmail.com)

^۲ مربی گروه مدیریت صنعتی، مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام، ایران (yas62_ie@yahoo.com)