

Курт Мацлер, Йозеф Мазанець, Андреас Штробль, Карін Тейхманн

Управління рівнем задоволеності клієнтів: вивчення тимчасових змін нелінійностей у формуванні рівня задоволеності лижників

Задоволеність клієнтів – один із найважливіших факторів успіху. Менеджери гірськолижних курортів повинні розуміти, як формується задоволеність, на яких факторах слід зосередитися і як підвищити продуктивність. Модель Кано пропонує менеджерам корисні рекомендації щодо підвищення рівня задоволеності клієнтів. Згідно з моделлю, є три фактори, які впливають на рівень загальної задоволеності клієнтів, а вага цих факторів змінюється з плином часу. Дослідження доповнює обмежені емпіричні дані про темпоральні зміни нелінійних взаємозв'язків між атрибутами продуктивності та задоволеністю клієнтів. У рамках проведеного опитування до вибірки увійшли понад 40 000 лижників з 55 гірськолижних курортів у 2012 та 2016 роках. Шляхом застосування моделювання нелінійними структурними рівняннями фактори «першорядні показники» та «співвідношення ціни та якості» були визначені основними факторами (що можуть викликати незадоволення), а «другорядні показники» – як фактор продуктивності. Зміна рівня задоволеності лижників відбувається повільно, і, крім загальних тенденцій у цій сфері, важливу роль відіграють критерії сегментації, пов'язані з часом, такі як лояльність і навички лижників. Зокрема фактор «співвідношення ціни та якості» схильний до змін з часом.

Ключові слова: управління рівнем задоволеності клієнтів, атрибути продуктивності, модель Кано, теорія перспектив, гірськолижні курорти

Класифікація JEL: M19, M31, Z31, Z33



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.