

عنوان مقاله:

شناسایی و بررسی اولویت های بومی رضایتمندی مشتری بر اساس روش امتیازی متوازن در یک شرکت صنایع مبلمان

محل انتشار:

سومین همایش ملی دانش و نوآوری در صنعت چوب و کاغذ (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سینا محمدی نعمت آباد - دانشجوی دکتری مدیریت صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

میثم مهری چروده - دانشجوی دکتری مدیریت صنایع چوب و کاغذ، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

خلاصه مقاله:

در طول تاریخ، سیستم های سنجش عملکرد واحدهای کسب وکار، مالی بوده است، لیکن معیارهای مالی برای هدایت و ارزیابی مسیرهای سازمان در محیط های رقابتی ناکافی می باشند در سال ۱۹۹۰ طی انجام تحقیقی معلوم شد اکثر شرکتهای موفق اهداف استراتژیک خود را در چهار منظر تعیین و عملکرد خود را با آنها ارزیابی می کنند. رویکرد کارت امتیازی متوازن، با نگرش از چهار وجه مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و یادگیری و رشد به دنبال ایجاد توازن بین اهداف مالی به عنوان نتیجه عملکرد گذشته سازمان در دو وجه مشتری و فرآیندهای داخلی و اهداف وجوه دیگر است. مسئله اصلی که این تحقیق به آن می پردازد این موضوع است "شرکت از چه نوع شاخص هایی برای سنجش عملکرد خود بایستی استفاده کند و این شاخص ها چگونه تعیین می شوند؟" چگونه شاخص هایی که توسط آنها استراتژی های سازمان چیده میشود و عملکرد آن سنجیده می شود به بهترین وجه تعیین شود. برای حل این مسئله اساسی و متفاوت، در تهیه این تحقیق پس از تعیین مدل رضایتمندی مشتری صنعتی در شرکت مبلمان از مولفه های موجود در این مدل برای تعیین سنجه های منظر مشتری در روش کارت امتیازی متوازن استفاده میشود. که کارت امتیازی متوازن به نوبه خود وسیله های مشخص جهت اجرای یک سیستم سنجش عملکرد بر اساس سنجه های مشخص شده در شرکت فراهم بنماید. جامعه مورد بررسی از مشتریان شرکت مبلمان شامل نفرات شاغل در بخشهای خرید، مهندسی و تولید شرکتهای مشتری تشکیل شده است. این پژوهش از روش نمونه برداری تصادفی متناسب استفاده شده است. حجم نمونه ۲۰۰ عدد میباشد. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه ای محقق ساخته با ۳۱ سوال استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیرهای تحقیق از مقیاسترتیبی استفاده شده است. در این رابطه در هر گزاره از طیف لیکرت ۵ گزینه ۱ کاملاً مخالف و گزینه ۵ کاملاً موافق استفاده شده است. با توجه به ادبیات تحقیق و مدل های قبلی ارائه شده نسبت به ارائه مدل مفهومی خاص شرکت مبلمان اقدام می شود. پس از شناسایی عوامل، از روش تحقیقی توصیفی پیمایشی- همبستگی، برای بررسی صحت مدل تایید شده توسط خبرگان استفاده شده است. پس از بررسی های مدل در حالت استاندارد و در حالت معنی داری (T-value) مشاهده می شود تمامی سازه ها و متغیرها در گروه در وضعیت مناسبی قرار دارند و روابط میان متغیر با معنی دار است. در پایان پس از تایید مدل برای بررسی اهمیت و رتبه بندی تاثیرگذاری مولفه های کلیدی رضایتمندی مشتری صنعتی از آزمون فریدمن استفاده می شود. مولفه های تایید شده و رتبه بندی شده آماده برای به کارگیری به عنوان سنجه های منظر مشتریان کارت امتیازی متوازن شرکت فولاد خواهند بود. لازم به ذکر است مه مترین عامل رضایت از محصول م یباشد رسیدگی به شکایات در آخرین رتبه قرار دارد.

کلمات کلیدی:

کارت امتیازی متوازن، رضایتمندی مشتری صنعتی، شاخص رضایتمندی مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1214825>



