

## عنوان مقاله:

ارائه یک مدل مفهومی جهت ارزیابی مراکز خدمات پس از فروش شرکت های تامین کننده خودرو (مطالعه موردی شرکت ایساکو)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

محسن سلیمی - کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی سیاست های تحقیق و توسعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

غلام رضا هاشم زاده - دکتری مدیریت صنعتی، استادیار عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

## خلاصه مقاله:

با توجه به نقش ارزیابی عملکرد مراکز خدمات پس از فروش شرکت های تامین کننده خودرو در رفاه مصرف کنندگان و تامین امنیت جاده ها و همچنین کاهش حوادث رانندگی در کشور، تهیه یک مدل جهت ارزیابی مراکز خدمات پس از فروش امر لازم و حیاتی است. در این راستا در این پژوهش با توجه به مطالعات پیشین و استخراج شاخص ها و زیر شاخص های مربوطه اقدام به غربال سازی آنها با توجه به نظر 10 نفر افراد خبره شده است. در مرحله بعد با توجه به رویکرد فرایند تحلیل شبکه ای و تکنیک دیماتل اقدام به محاسبه اوزان شاخص ها و زیر شاخص ها و همچنین روابط بین زیر شاخص ها شده است و همچنین با استفاده از تکنیک دیماتل اقدام به محاسبه میزان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری زیر شاخص های پژوهش شده است. در نهایت نیز با توجه به اوزان بدست آمده و شاخص ها و زیر شاخص های پژوهش اقدام به ارائه مدل مفهومی پژوهش کرده ایم

## کلمات کلیدی:

مراکز خدمات پس از فروش، تامین کننده خودرو، شرکت ایساکو

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/330963>

