

## عنوان مقاله:

طبقه بندی ویژگیهای طراحی تلویزیون با استفاده از الگوی جدیدی از سوالات مدل کانو - مطالعه موردی در گروه صنعتی انتخاب

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

آرش شاهین - گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

سیما ابراهیمی - گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی شده است که نیازهای مشتری تلویزیون با ایجاد تغییر در نوع سوالات پرسشنامه کانو با توجه به ویژگی های طراحی تلویزیون، شناسایی و طبقه بندی شوند. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه شامل پرسشنامه های تعیین نیازهای مشتری تلویزیون، تعیین ویژگی های طراحی تلویزیون و پرسشنامه ی توسعه یافته ی کانو با نوع سوالات جدید استفاده شده است؛ و سپس با جدول ارزیابی کانو تحلیل شده است. این پژوهش در گروه صنعتی انتخاب و در بخش تلویزیون انجام گرفته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که طبقه بندی به دست آمده از این طریق با توجه به اهمیت شناخت نوع و طبقه ی نیازهای مشتری می تواند در محیط رقابتی امروز که تامین نیازهای مشتریان بر اساس قابلیت های داخلی سازمان، بسیار اهمیت دارد، مفید باشد

## کلمات کلیدی:

مدل کانو، گروه صنعتی انتخاب، نیازها مشتری، ویژگی های طراحی محصول

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/456137>

