

**شناسایی و اولویت بندی معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت های خدمات
پس از فروش از نگاه مشتریان و رتبه بندی شرکت ها با استفاده از
رویکرد ترکیبی FMOORA-FATOSIS-FANP**

(مطالعه موردی شرکت های خودروسازی سایپا، ایران خودرو، پارس خودرو)

مؤلف:

محمد عاقل

کارشناس ارشد مدیریت صنعتی



انتشارات آفرینندگان

تهران - ۱۴۰۱

سرشناسه : عاقل، محمد، ۱۳۷۶ -

عنوان و نام پدیدآور : شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت‌های خدمات پس از

فروش از نگاه مشتریان و رتبه‌بندی شرکت‌ها با استفاده از رویکرد ترکیبی - FMOORA-FATOSIS

FANP (مطالعه موردی شرکت‌های خودروسازی سایپا، ایران خودرو، پارس خودرو) / مولف محمد عاقل.

مشخصات نشر : تهران : آفرینندگان ، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری : ۱۶۴ ص.: مصور(بخشی رنگی)، جدول(بخشی رنگی)، نمودار(بخشی رنگی).

شابک : 978-600-8989-86-8

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

موضوع : اتومبیل‌ها -- ایران -- صنعت و تجارت -- خدمات مشتری -- ارزشیابی --

نمونه‌پژوهی

Automobile industry and trade -- Customer services -- Iran -- Evaluation --

Case studies

خدمات مشتری -- ایران -- ارزشیابی -- نمونه‌پژوهی

Customer services -- Iran -- Evaluation -- Case studies

مصرف‌کنندگان -- ایران -- رضایت -- نمونه‌پژوهی

Consumer satisfaction -- Iran -- Case studies

رده‌بندی کنگره : HD۹۷۱۰

رده‌بندی دیویی : ۴۷۶۲۹۲۲۲۰۹۵۵/۳۳۸

شماره کتابشناسی ملی : ۸۸۲۴۳۵۹

اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیپا



شناسایی و اولویت بندی معیارهای ارزیابی
عملکرد شرکت های خدمات پس از فروش از
نظر مشتریان و رتبه بندی شرکت ها با استفاده
از روش ترکیبی FMOORA-FATOSIS-
FANP (مطالعه موردی شرکت های خودروسازی
سایپا، ایران خودرو، پارس خودرو)

ناشر	✱ انتشارات آفرینندگان
مؤلف	✱ محمد عاقل
چاپ اول	✱ ۱۴۰۱
شمارگان	✱ ۱۰۰ جلد
قیمت	✱ ۷۲۰۰۰ تومان
شابک	✱ ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۸۹-۸۶-۸

تهران، خیابان جمهوری، بین باستان و گلشن، کوچه نوری

پن بست دوم، پ ۱، واحد ۵

تلفن: ۶۶۵۷۵۸۸۱ و ۰۹۱۲۸۶۹۸۵۴۷

فهرست

۷	پیش گفتار
۹	فصل اول: کلیات تحقیق
۲۱	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق
۸۷	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۱۰۳	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۱۲۱	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهاد ها
۱۲۹	منابع
۱۳۳	ضمائم و پیوست ها

پیش گفتار

اگر شرکت های صنعتی در رقابت های اقتصادی و بازارهای رقابتی به مشتری مداری توجه داشته باشند آن شرکت ها می توانند به فعالیت خود ادامه داده و موفق باشند و اگر به این مهم توجه نداشته باشند، شرکتها در بازارهای رقابتی و رقابت جهانی دوام نیاورده و صرفاً در بازارهای انحصاری می توانند فعالیت داشته باشند.

موضوع مشتری مداری یکی از موضوعات مورد علاقه من در دوران تحصیل بوده که این مسئله موجب شده موضوع پایان نامه من در این باره باشد.

موضوعی با عنوان شناسایی و اولویت بندی معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت های خدمات پس از فروش از نگاه مشتریان و رتبه بندی شرکت ها با استفاده از رویکرد ترکیبی OORA-FATOSIS-FANP می باشد که مطالعه موردی آن شرکت های خودروسازی سایپا، ایران خودرو، پارس خودرو است.

صنعت خودرو با سابقه ای بیش از ۵۰ سال در ایران توانسته جایگاهی ملی را به دست آورد از سوی دیگر مردم ایران نیز با خودرو ملی خاطرات و نوستالژی فراوان دارند، لذا شرکت های خودرو سازی در جایگاه ملی به سمت خیزش جایگاه جهانی هستند. که این مسئله منوط به اصالت و اهمیت به مشتری مداری است.