

## عنوان مقاله:

ارزیابی عملکرد واحدهای تجاری خدمات فروش و پس از فروش با مدل یکپارچه DEA-PCA

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

منصوره حور علی - عضو هیات علمی گروه مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور شاهرود

حمیدرضا ایزدبخش - دانشجوی دکترا مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران

امیرحسین امیرخانی - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور گرمسار، عضو باشگاه پژوهشگران

مریم حورعلی - دانشجوی دکترا مهندسی صنایع دانشگاه تربیت مدرس

## خلاصه مقاله:

امروزه فعالیت های پس از فروش به عنوان منابعی از درآمد، سود و مزیت رقابتی در بیشتر صنایع تولیدی محسوب می شوند. ارزیابی و اندازه گیری عملکرد موجب هوشمندی سیستم و برانگیختن افراد در جهت رفتار مطلوب می شود و بخش اصلی تدوین و اجرای سیاست سازمانی است. این مقاله شکاف موجود را پر کرده و چارچوب یکپارچه ای را برای اندازه گیری عملکرد واحدهای تجاری پس از فروش خودرو ارائه می دهد و کاربردهای تجربی را برای شرکت های خودرویی و سایر شبکه های خدمات ارائه می دهد. هدف اصلی مقاله حاضر ارزیابی عملکرد واحدهای تجاری مستقل خدمات فروش و پس از فروش شرکت ایران خودرو بوسیله مدل یکپارچه تحلیل پوششی داده ها و تحلیل پوششی مولفه های اصلی DEA PCA می باشد. در این مقاله نتایج مدل یکپارچه DEA PCA، رتبه بندی بخش ها و نقاط قوت و ضعف را در بین واحدهای تجاری نشان می دهد. سپس به منظور حصول نتایج مطلوب، یک مطالعه جامع در نمایندگی های خودرو در سال 1386 برای تعیین شاخص های تکنولوژیکی و اقتصادی که در ارزیابی واحدها موثر است، انجام می گیرد. این شاخص ها شامل تعداد نمایندگی، هزینه های گارانتی، درآمد فروش خودرو و درآمد فروش قطعه می باشد که بر طبق فرمت استاندارد بین المللی انتخاب می گردد.

## کلمات کلیدی:

تحلیل پوششی داده ها، تحلیل مولفه های اصلی، شرکت های خودروسازی، خدمات پس از فروش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/58999>

