

چکیده

در سالهای اخیر موضوع تحول خدمات بوسیله شرکتهای تولیدی به سرعت در حال رشد است. به گونه‌ای که نه تنها مورد بحث در مراکز علمی نظیر دانشگاهها بوده بلکه سبب تغییرات در شیوه‌های کسب و کار نیز شده‌است. و این نتیجه تغییر در انتظارات مشتریان است. مفهوم سیستم محصول-خدمات یک راه‌حل یکپارچه محصول به همراه خدمات است. هدف نهایی این سیستم بهبود سودآوری در رقابت در کنار به حداقل رساندن اثرات بد زیست محیطی می‌باشد. لذا مسئله اصلی این تحقیق شناسایی و اولویت بندی معیارهای رضایتمندی مشتری در اینگونه سیستم‌ها می‌باشد. این پژوهش با هدف کمک به شرکتهای تولیدی در شناسایی معیارهای مناسب برای دستیابی به رضایت مشتری از طریق رویکرد تلفیقی کارت امتیازی متوازن و روش تصمیم‌گیری چندمعیاره است. پژوهش حاضر از نظر هدف بنیادی و کاربردی و براساس روش اجرا از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه این تحقیق شامل خبرگان اعم از اعضاء هیئت مدیره، مدیران عامل، فروش و بازاریابی شرکتهای دارنده سیستم محصول-خدمات و روش نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. این تحقیق مشتمل بر ۵ فاز که به ترتیب عبارتند از شناسایی ابعاد و مولفه‌های مسئله و بررسی وضعیت موجود معیارها و معیارهای مهم، شناسایی معیارها در زیرمجموعه رویکرد کارت امتیازی متوازن و تلفیق نظرات خبرگان و دستیابی به معیارهای موثر، شناسایی روابط بین و درون معیارها با استفاده از تکنیک دیمتل، اولویت بندی معیارها و در نهایت تحلیل و تفسیر نتایج است. نتایج نشان می‌دهد با توجه به رتبه‌های حاصل از اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای پیشنهاد می‌شود اولویت‌های به دست آمده براساس میزان اهمیت آنها در فرآیند جلب رضایتمندی مشتری در سیستم‌های محصول-خدمات بکار گرفته شود. و همینطور نتایج این پژوهش به سازمانهایی که قصد پیاده‌سازی سیستم‌های محصول-خدمات را دارند ارائه شود تا با توجه به یافته‌های تحقیق به برنامه‌ریزی و سیاستگذاری پردازند و گام مثبتی را در راستای رضایتمندی مشتریان بردارند. در این راستا پیشنهاداتی در خصوص معیارهای نوآوری و تنوع محصول و خدمات، اشتراک دانش، افزایش رضایت کارکنان، سازگاری سازمانی، آموزش کارکنان و توانایی حرفه‌ای کارکنان که در اولویت‌بندی معیارها دارای امتیازات مناسبی نبود ارائه شد.

کلمات کلیدی: سیستم محصول-خدمات، کارت امتیازی متوازن، تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره، دیمتل و تحلیل شبکه‌ای