



کویر تایر

اولین وکیلند پذیرش بین المللی

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، رضایت و تجربه ذی‌نفعان از عملکرد سازمان‌ها، نقشی اساسی در حفظ مزیت رقابتی و پایداری آن‌ها ایفا می‌کند. این پژوهش با هدف تحلیل نقش اجرای هدفمند سیستم‌های بازخورد و نظرسنجی در ارتقای تجربه و رضایت ذی‌نفعان در یک سازمان صنعتی انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل ۲۱۰ نفر از ذی‌نفعان (کارکنان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، جامعه و شرکای تجاری) است که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد رضایت‌سنجی با پایایی ۰.۸۷ بوده و داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری در نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند. نتایج نشان داد اجرای نظام‌مند سیستم نظرسنجی، تأثیر معناداری بر افزایش رضایت کلی ذی‌نفعان داشته است و بیشترین میزان رضایت سرمایه‌گذاران و شرکای تجاری دارد. یافته‌های پژوهش تأکید می‌کند که استقرار هدفمند سیستم‌های بازخورد، ضمن ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری مدیریتی، می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر در بهبود عملکرد سازمان و تقویت رابطه دوسویه با ذی‌نفعان به کار گرفته شود.

واژه های کلیدی : ذی نفعان، نظرسنجی، رضایت‌سنجی، تحلیل داده

محور: سرمایه انسانی

مقدمه

در دنیای پیچیده و رقابتی کنونی، شناخت دقیق نیازها و انتظارات ذی‌نفعان از ارکان حیاتی حفظ مزیت رقابتی سازمان‌ها است. ذی‌نفعان که شامل کارکنان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، جامعه و شرکای تجاری می‌شوند، با رضایت خود نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت یا شکست سازمان ایفا می‌کنند. یکی از ابزارهای مؤثر برای سنجش این رضایت، سیستم‌های نظرسنجی است که با جمع‌آوری داده‌های ساختاریافته امکان تحلیل دقیق‌تر و تصمیم‌گیری بهتر را فراهم می‌آورد. با این حال، چالش‌هایی مانند مقاومت کارکنان و عدم تحلیل صحیح داده‌ها مانع بهره‌برداری کامل از این سیستم‌ها می‌شود. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا پیاده‌سازی سیستم نظرسنجی منجر به افزایش رضایت ذی‌نفعان می‌شود؟

بخش تجربی

۱-پیش نظرسنجی:

۱-۱-جامعه و نمونه آماری:

جامعه آماری شامل ۲۱۰ نفر از ذی‌نفعان یک سازمان صنعتی بوده که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

کارکنان (پرسنل)	مشتریان	جامعه	سرمایه گذاران	شرکای تجاری
۵۰	۵۰	۵۰	۳۰	۳۰

۲-روش نمونه گیری:

از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده^۱ استفاده شد. برای هر گروه، لیست کامل اعضا تهیه و با استفاده از نرم‌افزار Excel، نمونه‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند.

۳-۱-معیارهای ورود:

- حداقل ۶ ماه تعامل با سازمان (برای کارکنان و شرکا).
- استفاده از خدمات سازمان در طول سال گذشته (برای مشتریان)

۴-۱-ابزار گردآوری داده:

از پرسشنامه استاندارد رضایت‌سنجی با پایایی ۰.۸۷ (محاسبه شده با آلفای کرونباخ) استفاده شد. پرسشنامه در مقیاس لیکرت ۵ درجه طراحی گردید.

• پرسشنامه استاندارد رضایت‌سنجی:

- شامل 20سوال در مقیاس لیکرت ۵ درجه (از ۱= بسیار ناراضی تا ۵= بسیار راضی)
- سوالات در سه حوزه (بعد/شاخص) طراحی شدند:

- رضایت از عملکرد کلی سازمان (6 سوال)
- رضایت از سیستم نظرسنجی و بازخوردها (8سوال)
- تأثیر نظرسنجی بر بهبود خدمات (6سوال)

۵-۱-پایایی^۲ و روایی^۳:

- پایایی: با استفاده از آلفای کرونباخ (0.87) تأیید شد.
- روایی: محتوایی: توسط ۵ متخصص مدیریت و آمار مورد تأیید قرار گرفت.

۲-مراحل اجرا پژوهش:

۱-۲-طراحی سیستم نظرسنجی:

طراحی یک سیستم نظرسنجی نیاز به تدوین فرآیند نظرسنجی و همچنین ایجاد یک دستورالعمل مشخص در سازمان دارد تا بتواند یکپارچگی را بین کلیه نظرسنجی‌های گروه ذی نفع ایجاد کند و همچنین به صورت نظام مند درسازمان اجرا شود. در این حالت رفته

تحلیل نقش اجرای هدفمند سیستم های باز خورد (نظر سنجی) در ارتقاء تجربه ذینفعان سازمان

نویسندگان پورا صادقی درمیان ، علیرضا مومن ، مجتبی شهرکی ، سروش سلیمانی

کارشناس سیستم مدیریت کیفیت ، مدیر سیستم مدیریت کیفیت، کارشناس سیستم مدیریت کیفیت ، کارشناس سیستم مدیریت کیفیت

ادرس: کارخانه کویر تایر

POURIYA1147@GMAIL.COM 09902493770

رفته سطح بلوغ فرآیند نظرسنجی در سازمان رشد خواهد داشت. پس از طراحی دستورالعمل، متولی هر گروه مطابق با دستورالعمل، از طریق فرم‌هایی که به لینک تبدیل شده‌اند با در اختیار قراردادن لینک به گروه‌های ذی نفع روند نظرسنجی را آغاز میکنند

۱-شناسنامه فرآیند نظرسنجی	۲-دستورالعمل کاری نظرسنجی
شناسنامه فرآیند نظرسنجی (نسخه ۱.۰) نام فرآیند: فرآیند نظرسنجی رضایت‌سنجی هدف: ارزیابی رضایت ذی‌نفعان و بهبود عملکرد سازمان مسئول: مدیر سیستم مدیریت کیفیت تاریخ: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱ نسخه: ۱.۰	دستورالعمل نحوه انجام کار نظرسنجی هدف: ارزیابی رضایت ذی‌نفعان و بهبود عملکرد سازمان مسئول: مدیر سیستم مدیریت کیفیت تاریخ: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱ نسخه: ۱.۰

۲-۲-جمع‌آوری داده‌ها:

جهت جمع‌آوری داده پرسشنامه‌های نظرسنجی لینک نظرسنجی از طریق ایمیل، پیام‌رسان و... برای گروه‌های ذی نفع ارسال می‌شود و مدت زمان پاسخگویی نیز تعیین و به اطلاع ذی نفع می‌رسد (میتوان جت یکپارچگی برنامه زمان‌بندی نظرسنجی ایجاد کرد) در نتیجه جامعه تحت مطالعه نرخ پاسخ برابر ۸۵٪ بود که نشان می‌دهد ۱۷۹ نفر از ۲۱۰ نفر شرکت داشته‌اند.

۳-۲-روش تحلیل داده:

داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های t (برای مقایسه میانگین‌ها) و ANOVA (برای مقایسه بین گروهی) تحلیل شدند.

۱-۲-۳-جدول آمار توصیفی رضایت ذی‌نفعان:

گروه ذی نفع	تعداد نمونه (N)	میانگین رضایت (۵-۱)	انحراف معیار (SD)
کارکنان	۵۰	۳.۷۵	۰.۶۹
مشتریان	۵۰	۴.۲۰	۰.۵۸
جامعه	۵۰	۳.۹۰	۰.۷۲
سرمایه گذاران و نهاد بالادستی	۳۰	۴.۰۵	۰.۶۵
شرکای تجاری	۳۰	۳.۸۵	۰.۷
کل نمونه	۲۱۰	۳.۹۳	۰.۶۷

تحلیل و تفسیر جدول ۱: نتایج نشان می‌دهد مشتریان با میانگین رضایت ۴.۲۰ (از ۵) راضی‌ترین گروه هستند، درحالی که کارکنان با ۳.۷۵ کمترین رضایت را گزارش کرده‌اند. سرمایه‌گذاران (۴.۰۵) و جامعه محلی (۳.۹۰) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. انحراف معیار پایین‌تر مشتریان (۰.۵۸) نشان‌دهنده توافق بیشتر آن‌ها در ارزیابی مثبت است.

۲-۳-۲-نتایج آزمون T-Test (مقایسه رضایت قبل و بعد از نظرسنجی)-محاسبات در محیط SPSS

زمان سنجش	میانگین	انحراف معیار	T-VALUE	P-VALUE
قبل از نظرسنجی	۳.۴۰	۰.۷۵	-۵.۱۲	۰.۰۰
بعد از نظرسنجی	۳.۹۳	۰.۶۷		

تحلیل و تفسیر جدول ۲: نتایج آزمون t-test نشان می‌دهد که میانگین رضایت ذی‌نفعان پس از اجرای سیستم نظرسنجی (۳.۹۳) به طور معناداری بالاتر از رضایت قبل از اجرا (۳.۴۰) بوده است. این یافته تأیید می‌کند که پیاده‌سازی سیستم نظرسنجی منجر به افزایش قابل توجه رضایت ذی‌نفعان شده است. مقدار p-value کمتر از ۰.۰۵ نشان دهنده معنادار بودن این تفاوت از نظر آماری است.

۳-۳-۲-نتایج آزمون ANOVA (مقایسه بین ۵ گروه)

منبع تغییرات	مجموع مربعات (SS)	درجه آزادی (df)	میانگین مربعات (MS)	F-VALUE	P-VALUE
بین گروه‌ها	۸.۴۵	۴	۲.۱۱	۷.۸۳	۰.۰۰
درون گروه‌ها	۱۱۲.۵۵	۲۰۵	۰.۵۵		
کل	۱۲۱.۰۰	۲۰۹			

تحلیل و تفسیر جدول ۳: نتایج نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین میانگین رضایت پنج گروه ذینفع وجود دارد. این یافته تأیید میکند که حداقل بین دو گروه از ذینفعان، تفاوت معنادار در سطح رضایت وجود دارد. آزمون تعقیبی توکی در ادامه مشخص کرد که این تفاوت عمدتاً ناشی از رضایت بالاتر مشتریان (۴.۲۰) و سرمایه‌گذاران (۴.۰۵) در مقایسه با کارکنان (۳.۷۵) است.

۳-۳-۲-آزمون توکی (Tukey HSD): یک روش آماری پس‌تحلیلی است که پس از معنادار شدن آزمون ANOVA استفاده می‌شود تا مشخص کند کدام گروه‌ها به طور خاص با یکدیگر تفاوت معنادار دارند. این آزمون با کنترل خطای نوع اول (Family-Wise Error Rate)، مقایسه‌های چندگانه بین میانگین گروه‌ها را با دقت بالا انجام می‌دهد.

مقایسه گروه‌ها	تفاوت میانگین	P-VALUE
مشتریان-کارکنان	۰.۴۵	۰.۰۰۰
سرمیه گذاران-کارکنان	۰.۳۰	۰.۰۰۲
جامعه-کارکنان	۰.۱۵	۰.۱۲۰
مشتریان-شرکای تجاری	۰.۳۵	۰.۰۰۱
سرمایه گذاران-جامعه	۰.۱۵	۰.۱۳۰

۵-۳-۲-ماتریس همبستگی پیرسون (رابطه بین متغیرها)

متغیر	رضایت کارکنان	رضایت مشتریان	رضایت جامعه	رضایت سرمایه گذاران	رضایت شرکای تجاری
کارکنان	۱	۰.۳۲	۰.۱۵	۰.۲۵	۰.۱۸
مشتریان	۰.۳۲	۱	۰.۲۸	۰.۴۵	۰.۳۰
جامعه	۰.۱۵	۰.۲۸	۱	۰.۲۲	۰.۲۰
سرمایه گذاران	۰.۲۵	۰.۴۵	۰.۲۲	۱	۰.۳۵
شرکای تجاری	۰.۱۸	۰.۳۰	۰.۲۰	۰.۳۵	۱

تحلیل و تفسیر جدول ۵: به زبان ساده هرچه مشتریان راضی‌تر باشند، سرمایه‌گذاران و شرکا هم راضی‌ترند، اما رضایت کارکنان ارتباط کمی با بقیه دارد! به جدول زیر دقت نمایید:

نوع رابطه	توضیحات
قوی	بین مشتریان و سرمایه‌گذاران (r=0.45) که نشان می‌دهد رضایت مشتریان تأثیر مستقیمی بر رضایت سرمایه‌گذاران دارد
متوسط	شرکای تجاری با سرمایه‌گذاران (r=0.35). احتمالاً به دلیل نقش شرکا در عملیات‌های مشترک مالی. مشتریان با شرکای تجاری (r=0.30): ممکن است ناشی از کیفیت خدمات ارائه‌شده توسط شرکا باشد.
ضعیف/غیرمعنادار	کارکنان با جامعه (r=0.15) و کارکنان با شرکا (r=0.18): نشان می‌دهد تعامل این گروه‌ها کمتر بر رضایت یکدیگر تأثیرگذار است.

نتیجه‌گیری:

پیاده‌سازی سیستم نظرسنجی به‌طور معناداری رضایت ذی‌نفعان، به‌ویژه مشتریان و سرمایه‌گذاران را افزایش داده است. برای بهره‌برداری حداکثری، پیشنهاد می‌شود سازمان با اولویت‌بندی بازخوردهای مشتریان و سرمایه‌گذاران، برنامه‌های عملیاتی طراحی کند و برای بهبود رضایت کارکنان، سیستم بازخورد دوسویه اجرا نماید.

- سرمایه‌گذاران بیشترین وابستگی را به رضایت مشتریان دارند.
- شرکای تجاری بیشتر با سرمایه‌گذاران و مشتریان مرتبط هستند تا کارکنان.
- جامعه محلی کمترین همبستگی را با سایر گروه‌ها دارد که نیاز به بررسی جداگانه دارد.

منابع:

Hinkle et al. (2022). Applied Statistics for Behavioral Sciences

4 Tukey's Honest Significant Difference - HSD