

بررسی تاثیر ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه روی عملکرد فروشندگان محصولات غذایی ارگانیک

سید فخرالدین طاهرزاده موسویان^۱، متینه مقدم^۲

چکیده

در بسیاری از بنگاه های اقتصادی اطلاعات بدست آمده از ارزیابی عملکرد فروش و همینطور بازخورد مربوط به یک بخش از بنگاه به صورت سیستماتیک ارائه داده می شود، در صورتی که اگر این بازخورد از طرف افراد دیگر باشد باعث می شود کارکنان ادراک خود را در مورد محیط کاری شان، با ادراک ارزیابی کنندگان دیگر مقایسه کنند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر ارزیابی عملکرد فروشندگان محصولات آرایش بهداشتی با تکیه بر بازخورد ۳۶۰ فروشگاه زنجیره ای شهروند بیهقی شهر تهران است و این تحقیق نوع توصیفی- پیمایشی می باشد و جامعه آماری مشتریان محصولات غذایی ارگانیک فروشگاه شهروند شعبه بیهقی شهر تهران می باشد، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه (لیکرت) و داده ها با کمک نرم افزار SPSS و Excel تجزیه و تحلیل گشته اند.

در تحلیل آماری، اطلاعات در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد بررسی قرار گرفتند. اعتبار پرسشنامه از طریق آلفا کرونباخ با مقدار ۹۵٪ مورد تایید قرار گرفت و نتایج حاصله نشان داد که ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه از دیدگاه مشتریان داخلی و خارجی روی عملکرد فروش فروشندگان محصولات غذایی ارگانیک تاثیر دارد.

واژگان کلیدی: بازخورد ۳۶۰، عملکرد فروش، فروشندگان محصولات غذایی ارگانیک، مشتریان داخلی و خارجی

^۱ رئیس مرکز پژوهش های صنعتی و معدنی تجهیز صنعت نگین پاسارگاد taherzadeh.res@gmail.com

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران تحصیلات تکمیلی، ۱۵۷۵۷۸۳۴۹۱، تهران، ایران