

نقش سیستم ارزیابی عملکرد مالی بر رشد فروش براساس رویکرد ترکیبی (AHP - BSC) (مطالعه موردی: شرکت های پخش مواد غذایی شهرستان بندرعباس)

فرشته احمدی طیفکانی

۱- فارغ التحصیل مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل قشم

Fereshteh.۲۰۱۴۴@gmail.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی نقش سیستم ارزیابی عملکرد مالی بر رشد فروش براساس رویکرد ترکیبی (AHP - BSC) در شرکت های پخش مواد غذایی در شهرستان بندرعباس انجام گرفت. پیچیده تر شدن مناسبات اقتصادی و مسائل کسب و کار در آستانه قرن بیست و دوم، اتکای شرکت‌ها به شاخص‌های مالی برای ارزیابی عملکرد و نشان دادن نقاط قوت و ضعف آنها، کمرنگ شد و نارسایی سنجش‌های مالی صرف بیش از پیش نمایان گردید. براساس روش کارت ارزیابی متوازن (BSC)، رویکرد برای کسب دستاوردهای مالی (در منظر مالی) می‌بایست برای مشتریان خود ارزش‌آفرینی کنیم (در منظر مشتری) و اینکار عملی نخواهد بود مگر اینکه در فرایندهای عملیاتی خود برتری یابیم و آنها را با خواسته‌های مشتریانمان منطبق سازیم (منظر فرآیندهای داخلی) و کسب برتری عملیاتی و ایجاد فرایندهای ارزش‌آفرین، امکان‌پذیر نیست مگر اینکه فضای کاری مناسب را برای کارکنان ایجاد و نوآوری و خلاقیت و یادگیری و رشد را در سازمان تقویت کنیم (منظر یادگیری و رشد). تکنیک AHP نیز از آنجا که توانایی مواجهه با مسائل تصمیم‌گیری چند معیاره را داراست، روشی را برای اندازه‌گیری معیارهای کیفی و شیوه‌ای بر مبنای اولویت‌ها فراهم می‌سازد و به مدیران امکان می‌دهد تا بوسیله ساده کردن و تسریع در فرآیند تصمیم‌گیری خود، تصمیمات مؤثری را در موضوعات پیچیده اتخاذ کنند. جامعه آماری در این پژوهش ۳۷ نفر از مدیران و کارشناسان خبره در حوزه ی فروش شرکت های پخش مواد غذایی بندرعباس می‌باشد که از مجموع بخش های مختلف انتخاب شدند. براساس یافته‌های تحقیق سنجه‌های مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری به ترتیب در راستای رشد فروش شرکت دارای از نظر درجه اهمیت اولویت بندی شدند.

واژگان کلیدی: ارزیابی عملکرد مالی، رشد فروش، روش کارت ارزیابی متوازن (BSC)، تکنیک AHP