

ارزیابی «تصورات» و «انتظارات» مشتریان از فروشگاههای تعاونی آموزشی در سنگاپور

مأخذ: گزارش اتحادیه ملی تعاون سنگاپور

• ترجمه: بابک لعل فام

مقدمه مترجم

موضوع فعالیت تعاونی‌های آموزشی یکی از مباحث مورد توجه در نظام سیاستگذاری بخش تعاونی و نیز فعالیتهای تحقیقاتی وزارت تعاون می‌باشد. زیرا ایجاد فضای مشارکت جویی هر چه بیشتر در مراکز آموزشی مانند مدارس و دانشگاهها، اجرای فعالیتهای تعاونی و تلاش برای ایجاد و تقویت هر چه بیشتر این نوع از تعاونی‌ها امری بسیار ضروری است و در این میان قطعاً یکی از راههای مؤثر استفاده از تجارب کشورهای دیگر در این زمینه می‌باشد. مطلب زیر ترجمه‌ای از یکی از مقالات ارائه شده در کنفرانس ICA در سنگاپور در سال ۲۰۰۰ است و در آن یک تحقیق پیمایشی به صورت ساده ولی دقیق و مفید اجرا شده است. اجرای این نوع تحقیقات برای تمام تعاونی‌ها مفید است و در این ترجمه نکته بارزی که به چشم می‌خورد توجه عمیق به تصورات و انتظارات اعضای مشتریان از تعاونی است و این که مدیریت تعاونی‌ها چقدر خود را نسبت به شناخت هر چه بیشتر از نظرات اعضا موظف و حتی محتاج می‌دانند. اجرای چنین تحقیقات دقیق و ساده‌ای حداقل برای تعاونی‌های مصرف توصیه می‌شود.

چکیده

به منظور اندازه‌گیری انتظارات و تصورات مشتریان و اعضای ان اکثر فروشگاههای تعاونی آموزشی سنگاپور، یک تحقیق پیمایشی انجام گرفته است. نتیجه به دست آمده در زمینه نگرش اعضای مشتریان از عملکرد فروشگاهها بسیار پر اهمیت است. درجه اختلاف بین تصورات و انتظارات، اطلاعات ارزشمندی به دست می‌دهد تا مدیریت با وقوف به نقاط قوت و ضعف عملکرد تعاونی‌ها و همچنین تقویت قسمتهای مورد نیاز بتواند بیش از پیش موفق شود.

مقدمه

تعاونی‌های آموزشی یکی از بخش متمایز وابسته به اتحادیه ملی سنگاپور (SNCF) هستند. حوزه فعالیت این بخش در دانشگاهها، دانشسراها، دانشکده‌ها و مدارس است. این تعاونی‌ها به منظور پاسخگویی به پاره‌ای از نیازها در درون مراکز آموزشی ایجاد شده‌اند. این نیازها عبارتند از: ارائه خدمات مناسب و ضروری

به دانشجویان و کارکنان مراکز آموزشی، جذب منابع مالی به منظور کاهش هزینه‌های تأمین کالاهای اساسی و ضروری و ارائه آموزشهای مناسب به دانشجویان و دانش‌آموزان به منظور کسب تجربه عملی در فعالیتهای اقتصادی، خدمات ارائه شده نیز مواردی از قبیل فروش کتاب، نوشت افزار، رایانه‌های شخصی، بلیط اتوبوس، کارت تلفن، وسایل ورزشی، محصولات دارویی، CD، گل و اشیاء یادگاری و لوازم یدکی می‌باشد. خدمات فوق برنامه در آنها نیز عبارتند از: سفرهای سیاحتی، بوفه داری و وام.

در حال حاضر ۱۲ تعاونی آموزشی وجود دارند که درآمد سالانه شان ۱۹ میلیون دلار سنگاپور و تعداد اعضا آنها ۱۵۰۰۰ نفر می‌باشد.

در سالیهای اخیر تعاونی‌های آموزشی با رقابتی فزاینده از سوی رقبای بخش خصوصی رو به رو هستند. به همین دلیل مراکز آموزشی، دیگر یک بازار مصرف اختصاصی برای تعاونی‌ها

محسوب نمی‌شوند و تعاونی‌ها برای ارائه کالاها و خدماتشان بایستی وارد رقابت با رقبای بخش خصوصی شوند. همچنین لازم است که مدیران تعاونی‌ها شناخت بهتری از انتظارات اعضا و مشتریان خود داشته باشند. شناخت این انتظارات مستلزم کشف این نکته است که اعضا و مشتریان از تعاونی‌ها چه تصویری دارند. اختلاف بین انتظارات و تصورات، ارائه کننده اطلاعات ارزشمندی است که مدیران تعاونی‌ها را قادر می‌سازد قوت و ضعف عملکرد خود را باز یافته، عقب ماندگیهای خود را شناخته و بهینه سازی لازم را تحقق بخشند. به همین منظور، تحقیقی در نیمه اول سال ۱۹۹۹ انجام گردید و ۵ تعاونی آموزشی مورد مطالعه قرار گرفتند. در مجموع ۲۱۰ پرسشنامه تحقیقاتی جمع آوری شد و این پرسشنامه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و طبقه بندی شدند. در این گزارش یافته‌های تحقیق مذکور ارائه می‌شوند.

پرسشنامه‌ها

نمونه پرسشنامه تحقیق در قسمت آخر

آورده شده است. ساختار پرسشنامه به سه بخش تقسیم می‌شود. قسمت اول مربوط به سئوال‌ات کلی راجع به تعاونی می‌باشد. این بخش شامل ۵ سئوال است. قسمت دوم که مشتمل بر ۱۵ سئوال است مربوط به نحوه عملکرد تعاونی‌ها در شرایط فعلی می‌باشد و بخش سوم نیز که دارای ۱۵ سئوال است نظرات مشتری را درباره اقلامی جویا می‌شود که از نظر او اهمیت دارند. پاسخهای این بخش (بخش سوم) بیانگر نظرات و نیازهای مشتری است.

بخش دوم و سوم در واقع با یکدیگر مرتبط هستند سئوال‌ات این دو بخش هر چند به گونه‌ای متفاوت طراحی شده‌اند ولی در حقیقت مفاهیم یکسانی را مورد پرسش قرار می‌دهند و بنابراین، هماهنگ بودن پاسخهای داده شده به این دو بخش یا بر عکس عدم تطابق پاسخها واقعیتی را به دست می‌دهد که بر اساس آن می‌توان به قدرت یا ضعف فروشگاههای تعاونی پی برد و این یکی از اهداف تحقیق است.

۲-۳ بخش دوم: تصورات

در این بخش ۱۵ سئوال درباره نحوه عملکرد تعاونی‌ها در حال حاضر مطرح شده‌اند. پاسخها بر اساس یک طیف چهار سنجی‌ای تنظیم شده‌اند که از «کاملاً صحیح» با امتیاز یک شروع شده و به «کاملاً غلط» که امتیاز ۴ دارد ختم می‌شود. جدول شماره ۲ تعداد پاسخگویان و تصورات آنها را از عملکرد تعاونی نشان می‌دهد.

۳-۳-۱ انتظارات

در این بخش یک مجموعه تکمیل کنندگان سئوال‌ات ۱۵ تایی پیرامون انتظارات اعضا یا مشتریان در زمینه چیزهایی که مطمح نظر آنها است آورده شده است. پاسخهای این قسمت نیز مشابه قسمت قبل بر اساس یک طیف ۴ سنجی‌ای تنظیم شده است. جدول شماره ۳ تعداد پاسخگویان مربوط به انتظارات تعیین شده را نشان می‌دهد.

۴-۳-۱ تحلیل

اطلاعات به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و با استفاده از نرم‌افزار

جدول شماره (۱): پاسخهای ارائه شده به هر سئوال

فراوانی حمایت از تعاونی	کاملاً منظم	تقریباً منظم	گامگامی	بندرت
میزان خرید مایحتاج روزانه از تعاونی	زیر ۲۵٪ /۵۱	۲۵ تا ۵۰٪ /۳۲/۳	۵۰ تا ۷۵٪ /۱۱/۳	بالای ۷۵٪ /۵/۴
دلایل خرید از تعاونی	نزدیک بودن	مناسب بودن	مطلوب بودن	چاره دیگری ندارم
وضعیت کلی تعاونی	خیلی خوب	خوب	متوسط	خوب نیست
تعاونی‌ها را بایستی حمایت و تقویت نمود	بلی حتماً	در صورت امکان	نمی‌دانم	خیر
	/۶۶/۱	/۲۳/۲	/۸/۴	/۰/۴

میکروسافت اکسل (Micro Soft Excell) محاسبه می‌شوند. با این محاسبه نمره متوسط هر گزینه به دست می‌آید. جدول شماره ۲ حاوی نمرات مربوط به انتظارات و تصورات اعضا و مشتریان است. انتظارات و تصورات و نیز مقادیر عددی انحراف از معیار این دو متغیر در دو نمودار چند ضلعی (پلی گون) آورده شده است.

۵- نتایج

اعداد استخراج شده از پرسشنامه‌ها بیانگر تصورات و انتظارات مشتریان درباره فروشگاههای تعاونی آموزشگاهی می‌باشند. نمودار چند ضلعی شامل ۱۵ نقطه است که نمایشگر ۱۵ سئوال مطرح

جدول شماره (۲): تعداد پاسخگویان و تصورات آنها

جمع	اظهار نشده	۱	۲	۳	۴	
۳۱۰	۱	۶	۲۳	۱۷۰	۱۱۰	محل استقرار فروشگاههای تعاونی مناسب است
۳۱۰	۳	۱۲	۸۶	۱۳۳	۶۶	قیمت‌ها مناسب هستند
۳۱۰	۲	۳۴	۸۸	۱۳۲	۵۴	ساعت کار فروشگاه مناسب است
۳۱۰	۶	۱۸	۸۳	۱۵۶	۲۷	بیشتر اقلامی که می‌خواهم در فروشگاهها موجودند
۳۱۰	۶	۱۲	۵۰	۱۶۴	۷۸	کارکنان فروشگاههای تعاونی رفتاری دوستانه دارند
۳۱۰	۲	۱۲	۱۳۳	۱۲۹	۱۴	کالاهای تعاونی دارای کیفیتی برتر هستند
۳۱۰	۲	۱۰	۸۳	۱۸۰	۳۵	میزان کالاها نشان دهنده نیازهای مشتریان هستند
۳۱۰	۳	۸	۶۱	۲۰۹	۲۹	تعاونی‌ها به نظرات مشتریان احترام می‌گذارند
۳۱۰	۴	۲۵	۱۳۶	۱۰۷	۳۸	فروشگاههای تعاونی عمومآبر فروشگاههای خصوصی برتری دارند
۳۱۰	۶	۱۳	۹۶	۱۶۷	۲۸	یافتن کالاها در تعاونی‌ها سریع انجام می‌شود
۳۱۰	۱	۱۳	۸۲	۱۵۲	۶۲	فروشگاههای تعاونی روشنائی مناسبی دارند
۳۱۰	۱	۲۲	۱۲۶	۱۴۳	۱۸	محیط فروشگاههای تعاونی جذاب است
۳۱۰	۳	۳۰	۵۲	۱۸۱	۲۴	زمان انتظار در هنگام پرداخت وجه در پشت پیشخوان حده و تعداد قابل قبول است
۳۱۰	۲	۱۴	۹۷	۱۶۶	۳۱	اطلاعاتی که من می‌خواهم به آسانی در دسترس است
۳۱۰	۲	۲	۱۷	۱۶۹	۱۲۰	نظافت فروشگاههای تعاونی مطلوب است

مقادیر عددی انحراف بین انتظارات و تصورات است. این مقادیر عددی از صفر تا ۰/۹ تعیین شده‌اند. صفر بیانگر هماهنگی کامل این دو متغیر و ۰/۹ بیانگر بالاترین اختلاف بین آنها است.

از مقایسه اعداد دو متغیر می‌توان نتیجه گرفت که تعاونی‌های آموزشی در دو زمینه بسیار خوب عمل کرده‌اند: نظافت، فروشگاهها و روشنایی مناسب آنها.

همچنین مشخص شد که ۵ مورد وجود دارد که نیاز به بهبودی و بهینه‌سازی دارند که عبارتند از: طولانی بودن صف صندوق و عادلانه بودن قیمت‌ها، ساعات کار فروشگاهها، دسترسی به کالاهای مورد نیاز مشتریان و فروش کالاهایی با کیفیت بهتر.

با توجه به جدول ۱ خوشحالیم که می‌بینیم وضعیت عمومی تعاونی‌ها از نظر مشتریان رضایت بخش است. مشتریان و اعضا ما واقعاً معتقدند که تعاونی‌ها بایستی حمایت و تقویت شوند. به عبارت دیگر اگر نحوه ارائه خدمات بهبود یابد اعضا بیش از پیش از تعاونی حمایت خواهند نمود.

استقرار تعاونی در آموزشگاه باعث خواهد شد که اعضا و مشتریان دسترسی

آسان‌تری به آن داشته باشند و از آن احساس رضایت نمایند. ولی به هر جهت مایوس کننده است که ببینیم میزان احتیاجات روز مره که از تعاونی تهیه می‌شوند کمتر از ۲۵٪ است و یکی از مهم‌ترین کارها در این زمینه عبارت است از آگاهی به نیازهای مشتریان و بهبود وضعیت این رقم ناچیز.

در پایان تحقیق فوق، اطلاعات ذیقیمتی در زمینه قدرت و ضعف فروشگاهها و انتظارات مشتریان و اعضا به مدیریت

فروشگاهها ارائه می‌دهد. با این اطلاعات، مدیریت تعاونی‌ها باید از فرصت استفاده کرده و در اسرع وقت نسبت به بهبود نقاط ضعف اقدام نماید و به عنوان یک مزیت جنبی، ما بدین وسیله یک تکنیک عملی با برنامه رایانه‌ای خاص خود را ارائه نموده‌ایم که با آن می‌توان تجزیه و تحلیل‌ها و نمودارهای گرافیکی را رسم نمود. این روش برای دیگر تعاونی‌هایی که علاقمند به اجرای تحقیقی مشابه هستند، مناسب و مفید است.

جدول شماره (۳): انتظارات پاسخگویان و تعداد پاسخگویان هر مورد

محل	۴	۳	۲	۱	اظہار نشده	مجموع
محل	۱۹۶	۹۷	۱۶	۱	۵	۳۱۰
قیمت‌ها	۲۲۹	۶۴	۱۲	۴	۱	۳۱۰
ساعات کار فروشگاهها	۱۶۷	۱۱۶	۲۲	۲	۳	۳۱۰
میزان دسترسی به کالاهایی که مورد نیاز است	۱۹۹	۱۹۰	۱۴	۴	۳	۳۱۰
رفتار دوستانه پرسنل تعاونی	۱۵۸	۱۲۸	۱۹	۲	۳	۳۱۰
فروش کالاهایی با کیفیت برتر	۱۳۶	۱۴۸	۲۰	۲	۴	۳۱۰
ضرورت تهیه کالاهایی بر اساس نیاز مشتریان	۱۰۹	۱۴۳	۵۰	۲	۶	۳۱۰
استفاده از نظرات مشتریان و احترام به نظرات آنها	۱۳۳	۱۴۰	۳۱	۲	۴	۳۱۰
ارجحیت تعاونی‌ها به فروشگاههای خصوصی	۷۱	۱۳۱	۸۶	۱۶	۶	۳۱۰
امکان یافتن سریع و آسان کالا در تعاونی	۱۳۸	۱۲۲	۲۲	۰	۸	۳۱۰
روشنایی درون فروشگاهها	۹۴	۱۳۷	۶۴	۱۴	۱	۳۱۰
محیط و دکور جذاب تعاونی‌ها	۱۰۴	۱۳۷	۵۹	۸	۲	۳۱۰
میزان مدتی که در صف صندوق سپری می‌شود	۱۹۲	۹۷	۱۷	۲	۲	۳۱۰
دسترسی آسان به اطلاعات مورد نیاز	۱۵۰	۱۳۲	۲۲	۴	۲	۳۱۰
نظافت فروشگاهها	۱۲۹	۱۳۰	۲۲	۶	۳	۳۱۰

نمودار شماره (۵):

انحراف بین انتظارات و تصورات پاسخگویان

انحراف معیار	محل مناسب تعاونی
۰/۳۴	محل مناسب تعاونی
۰/۸۳	مناسب بودن قیمت‌های تعاونی
۰/۷۸	ساعات کار فروشگاه تعاونی
۰/۸۳	میزان دسترسی به کالاهای مورد نیاز در تعاونی
۰/۴۶	رفتار دوستانه کارکنان تعاونی
۰/۸۰	فروش کالاهایی با کیفیت مطلوب
۰/۳۶	ضرورت تهیه کالاها بر اساس نیاز مشتریان
۰/۴۶	استفاده از نظرات مشتریان و احترام به نظرات آنها
۰/۳۱	ارجحیت تعاونی‌ها به فروشگاههای خصوصی
۰/۵۹	امکان یافتن سریع و آسان کالاها در تعاونی
۰/۱۶	روشنایی درون فروشگاهها
۰/۵۷	محیط و دکور جذاب تعاونی‌ها
۰/۷۸	میزان مدتی که در صف صندوق سپری می‌شود
۰/۶۹	دسترسی آسان به اطلاعات مورد نیاز
۰/۰۴	نظافت فروشگاهها

جدول شماره (۴)

تصورات	انتظارات	مناسب بودن محل تعاونی
۳/۲۳	۲/۵۷	مناسب بودن قیمت‌ها
۲/۸۳	۳/۶۶	ساعات کار فروشگاه تعاونی
۲/۶۵	۳/۴۳	میزان دسترسی به کالاهای مورد نیاز در تعاونی
۲/۷۱	۳/۵۲	رفتار دوستانه کارکنان تعاونی
۲/۹۵	۳/۴۱	فروش کالاهایی با کیفیت مطلوب
۲/۵۲	۳/۳۲	ضرورت تهیه کالاها بر اساس نیاز مشتریان
۲/۷۶	۳/۱۲	استفاده از نظریات مشتریان و احترام به نظرات آنها
۲/۸۲	۳/۲۸	ارجحیت تعاونی‌ها به فروشگاههای خصوصی
۲/۴۸	۲/۷۹	امکان یافتن سریع و آسان کالاها در تعاونی
۲/۶۴	۳/۲۳	روشنایی درون فروشگاهها
۲/۸۴	۳	محیط و دکور جذاب تعاونی‌ها
۲/۵۰	۳/۰۷	میزان مدتی که در صف صندوق سپری می‌شود
۲/۷۵	۳/۵۳	دسترسی آسان به اطلاعات مورد نیاز
۲/۶۸	۳/۳۷	نظافت فروشگاهها
۳/۲۰	۳/۳۴	

پرسشنامه (۱)

**اتحادیه ملی تعاونی‌های سنگاپور
تحقیق در زمینه تصورات و انتظارات
اعضاء و مشتریان تعاونی‌های
آموزشگاهی**

نام تعاونی

عضو یا مشتری محترم:

مسئیریت تعاونی شما در جستجوی راه‌های بهبود عملکرد تعاونی است ولی این کار بدون استفاده از نظرات صادقانه شما میسر نیست. بنابراین، از شما در خواست می‌کنیم کمی وقت برای پاسخ به سئوالات زیر اختصاص دهید.

لطفاً:

۱- نظرات واقعی خود را ارائه دهید.

۲- در صورت تمایل می‌توانید از ذکر نام خودداری کنید.

۳- در صورت لزوم درباره نظرات خود توضیح داده و یا نظرات دیگری نیز مرتبط با سئوال ارائه کنید.

۴- در صورت لزوم می‌توانید بیش از یک پاسخ را علامت بزنید.

۵- به یاد داشته باشید که نظرات شما در بهبود وضعیت مؤثر خواهد بود.

توجه: پاسخهایی را علامت بزنید که بهترین وجه نظرات شما را نشان می‌دهد.

توجه: لطفاً عددی را با دایره مشخص کنید که نظر شما را به بهترین نحو ارائه نماید.

۴ = کاملاً درست

۳ = تقریباً درست

۲ = نه تقریباً درست

۱ = کاملاً غلط

نظراتان درباره عملکرد تعاونی در حال حاضر چیست؟

توجه: لطفاً دور عددی دایره بزنید که در

بر گیرنده کامل نظرات شما است:

۴ = بسیار مهم

۳ = مهم

۲ = نه خیلی مهم

۱ = بی اهمیت

لازم است که مدیران تعاونی‌ها شناخت بهتری از تصورات و انتظارات اعضاء و مشتریان خود داشته باشند. شناخت این انتظارات نیز مستلزم کشف این نکته است که بدانند اعضاء و مشتریان چه انتظار و تصوری از تعاونی‌ها دارند. تبیین تمایز انتظارات و تصورات، ارائه‌کننده اطلاعات ارزشمندی است که مدیران تعاونی‌ها را قادر می‌سازد نکات قوت و ضعف عملکرد خود را باز شناسی نموده و عقب ماندگیهای موجود را جبران نمایند.

فراوانی حمایت از تعاونی	کاملاً منظم	منظم	گاهگاهی	بندرت
میزان خرید مایحتاج روزانه از تعاونی	زیر ۲۵٪	۲۵ تا ۵۰٪	۵۰ تا ۷۵٪	بالای ۷۵٪
دلایل حمایت از تعاونی	نزدیک بودن	قیمت مناسب	کیفیت خوب	چاره دیگری ندارم
نظر کلی درباره تعاونی	بسیار خوب	خوب	متوسط	خوب نیست
تعاونی‌ها باید تشویق و تقویت شوند	بلی حتماً	در صورت امکان	نمی‌دانم	نه خیر

تعاونی‌ها از لحاظ مکانی در محل مناسبی هستند	۴	۳	۲	۱
قیمت‌ها عادلانه هستند	۴	۳	۲	۱
ساعات کاری تعاونی‌ها مناسب هستند	۴	۳	۲	۱
تعاونی‌ها بیشتر اقلامی را که من می‌خواهم دارند	۴	۳	۲	۱
رفتار پرسنل تعاونی دوستانه است	۴	۳	۲	۱
کالاها موجود در تعاونی دارای کیفیتی بهتر هستند	۴	۳	۲	۱
میزان کالاها موجود در تعاونی بیانگر میزان نیازهای مشتریان هستند	۴	۳	۲	۱
تعاونی به عقاید مشتریان احترام می‌گذارد	۴	۳	۲	۱
تعاونی‌ها عمدتاً نسبت به مفاهیم شخصی ارجحیت دارند	۴	۳	۲	۱
یافتن کالاها در تعاونی آسان و سریع است	۴	۳	۲	۱
تعاونی‌ها از روشنایی مطلوبی برخوردارند	۴	۳	۲	۱
تعاونی‌ها محیط و دکور جذابی دارند	۴	۳	۲	۱
زمان انتظار در صف صندوق قابل قبول است	۴	۳	۲	۱
اطلاعاتی که مورد نیاز است به راحتی قابل حصول می‌باشد	۴	۳	۲	۱
نظافت تعاونی‌ها مناسب هستند	۴	۳	۲	۱

محل مناسب تعاونی	۴	۳	۲	۱
عادلانه بودن قیمت‌ها	۴	۳	۲	۱
ساعات کار تعاونی	۴	۳	۲	۱
دسترسی به کالاها مورد نیاز	۴	۳	۲	۱
رفتار دوستانه کارکنان	۴	۳	۲	۱
فروش کالاها با کیفیت برتر	۴	۳	۲	۱
نیاز به فروش محصولات بر اساس نیاز مشتریان	۴	۳	۲	۱
استفاده و احترام به نظرات مشتریان	۴	۳	۲	۱
ارجحیت تعاونی‌ها به فروشگاههای خصوصی	۴	۳	۲	۱
سهولت یافتن کالاها در تعاونی	۴	۳	۲	۱
روشنایی داخل فروشگاه تعاونی	۴	۳	۲	۱
محیط و دکور جذاب تعاونی	۴	۳	۲	۱
مدت انتظار در صف صندوق	۴	۳	۲	۱
دسترسی آسان به اطلاعات مورد نیاز	۴	۳	۲	۱
نظافت تعاونی	۴	۳	۲	۱