

ارزیابی عملکرد مهندسی برآورد فروش مطالعه موردی: شرکت ایران تابلو

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۱

کد مقاله: ۴۱۶۱۲

حمیدرضا صالحی^۱

چکیده

هدف از ارزیابی در شرکت‌ها می‌تواند تشخیص کاستی‌ها و تعیین علمی نیازهای آموزشی باشد و از جمله مشکلات جدی که اکثر سازمانها، با آن دست و پنجه نرم می‌کنند این است که مدیران از کمیت، کیفیت کار و توانایی کارکنان و سازمان خود شناسایی ناقصی دارند، در نتیجه از نیروی فکری و جسمی کارکنان به نحو احسن استفاده نمی‌شود. اگر ارزشیابی به صورت صحیح و اصولی انجام شود از بسیاری مشکلات سازمان کاسته می‌شود. برای این منظور تحقیق حاضر با هدف بررسی و ارزیابی عملکرد برآورد مهندسی فروش در نیمه اول و دوم سال ۱۳۹۶ در شرکت ایران تابلو انجام شد. نتایج بررسی‌های انجام شده حاکی از این است که نیمه دوم سال ۱۳۹۶ در مقایسه با نیمه اول سال ۱۳۹۶ مجموع استعلام‌ها کاهش ولی تعداد قرار دادها افزایش داشته اند و مجموعاً ۱۳ درصد نسبت کل استعلام‌ها به قرار داد‌ها در سال ۹۶ اندازه گیری شده است.

واژگان کلیدی: ارزیابی عملکرد، فروش، مهندسی فروش، عملکرد نیروی فروش.

۱- کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی گرایش مدیریت استراتژیک، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات تهران
شعبه زنجان

۱- مقدمه

در شرایط کنونی با افزایش رقابت در اکثر صنایع، رسیدن به مرحله اشباع، افزایش مرادفات بین‌المللی، هجوم محصولات وارداتی و ایجاد فشارهای قیمتی، واحد فروش سازمان خط مقدم مواجه با مشتریان است. با توجه به اهمیت و حساسیت واحد فروش، اثربخشی کارکنان واحد فروش مورد توجه قرار گرفته است. در حوزه مدیریت فروش، مدیریت کارکنان واحد فروش از مهم‌ترین مباحث در مدیریت بازاریابی شرکتها است. از جانب دیگر، در محیط فعلی تجاری ایران با وجود تغییر و تحولات در تمامی ارکان بازار و افزایش رقابت، ضرورت این امر، خود را بیشتر نشان داده است (صامعی^۱ و همکاران، ۲۰۱۹).

امروزه تعداد سازمان‌هایی که شاخص‌های کلیدی عملکرد خود را به درستی شناخته و آنها را رصد نموده و تحت نظارت خود قرار داده‌اند بسیار محدود است و علت این مسئله را می‌توان در این واقعیت دانست که تعداد معدودی از سازمان‌ها به بررسی دقیق ماهیت شاخص‌های کلیدی عملکرد پرداخته‌اند و به اهمیت و جایگاه آن در مدیریت عملکرد سازمان پی برده‌اند (پارمنتر، ۲۰۱۰).

موضوع ارزیابی عملکرد یکی از موضوعاتی است که دامنه وسیعی از رشته‌ها و صاحب نظران بر آن اثرگذار بوده‌اند گزارش‌ها و مقالات جدیدی درباره آن نوشته شده و بازار نرم‌افزارهای کاربردی در این زمینه رشد بسیاری نموده است (نارکونتی و آلبونیت^۲، ۲۰۱۸).

ارزیابی عملکرد سال‌های متمادی است که در بخش دولتی در اغلب کشورهای جهان پیشرفته و تعدادی از کشورهای در حال توسعه مرسوم گردیده است در این کشورها تصویب قوانین خاص ارزیابی عملکرد جزء الزامات محسوب می‌شود (سندهو و همکاران^۳، ۲۰۱۹). گذشته از پایگاه قانونی ارزیابی عملکرد در کشورها و صرف نظر از حد و مرزی که بابت آن در نظر گرفته می‌شود ضرورت ارزیابی اعمال، تصمیمات مدیران و عملکرد دستگاه‌ها در شرایطی که به دلیل محدودیت امکانات، خواست‌ها و تقاضاهای در حال افزایش اقتصادی و اجتماعی از سوی آحاد مختلف جامعه در برابر دولتها قرار دارد و شرط پاسخگویی به نیازهای مطرح شده و دستیابی به هدفهای پیشرفت و توسعه و برقراری نوعی تعادل بین تقاضا و استفاده از منابع جامعه از طریق ارزیابی و نظارت مستمر و جامع قلمداد می‌گردد (گالوز و میل^۴، ۲۰۱۸).

از طرفی با تشدید رقابت و کم شدن بازارهای بکر، اهمیت عملکرد نیروی فروش افزایش یافته است. اهمیت عملکرد نیروی فروش و بررسی آن به اوایل دهه ۱۹۰۰ برمی‌گردد. و از آن زمان تاکنون مطالعات گسترده‌ای برای تعیین و شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد فروشندگان انجام گرفته است. عملکرد نیروی فروش را می‌توان تابع عوامل فردی، سازمانی و محیطی دانست. استراتژی‌هایی که شرکتها برای دستیابی به اهدافشان اتخاذ می‌نمایند را می‌توان به منزله یک عامل سازمانی اثرگذار بر عملکرد فروشندگان بیان داشت (ولور^۵ و همکاران، ۲۰۱۹).

شرکت ایران تابلو بر اساس، شرایط محیط داخلی و خارجی حاکم بر سازمان خود با در نظر گرفتن مسائل سیاسی و اقتصادی اقدام به شناسایی عوامل داخلی ناشی از نیروی انسانی، تکنولوژی، دانش و اطلاعات، مشتریان و منابع و سایر موضوعات مرتبط به همراه عوامل خارجی مانند عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، قوانین و سایر را تحلیل می‌نماید.

سیستم مدیریت و فرآیند عمومی برنامه ریزی اهداف به شرح ذیل و با هدف نگهداشت و بهبود مستمر سیستم، در ابتدای هر سال یا دوره برنامه‌های بلند مدت اقدام به تعیین اهداف کیفیتی نماید. و همچنین هر سه سال یکبار، بیانیه یا ماموریت، چشم انداز و خط مشی سازمان به شکل روتین بازنگری می‌شود. هرچند در هر زمان بنا به تشخیص مدیریت ارشد در صورت لزوم تغییر آنها اعمال می‌گردد. از این رو در تحقیق حاضر، برآنیم که شاخص‌های ارزیابی عملکرد مهندسی برآورد فروش را مورد بررسی قرار دهیم.

۲- مبانی نظری

۲-۱- ارزیابی عملکرد

ارزیابی عملکرد به مجموعه اقداماتی اطلاق می‌گردد که به منظور افزایش سطح استفاده بهینه از امکانات و منابع در جهت دستیابی به هدف‌ها به شیوه اقتصادی توأم با کارایی و اثربخشی صورت می‌گیرد. اگر در ساده‌ترین تعریف؛ نسبت داده به ستاده را کارایی بدانیم نظام ارزیابی در واقع میزان کارایی تصمیمات مدیریت در خصوص استفاده از منابع و امکانات را مورد سنجش قرار می‌دهد که عمده‌ترین معیار آن صرفه اقتصادی یا بهینه بودن فعالیتهاست. از سوی دیگر ارزیابی عملکرد در بعد سازمانی معمولاً مترادف اثربخشی فعالیتهاست. منظور از اثربخشی میزان دستیابی به اهداف و برنامه‌ها با ویژگی کارا بودن فعالیتها و عملیات است. هدف از ارزیابی عملکرد عبارت است از سنجش، ارزش‌گذاری و قضاوت در خصوص ابعاد مختلف عملکرد با استفاده از الگوی مناسب ارزیابی عملکرد، به منظور ارائه راهکارهایی در جهت بهبود عملکرد سازمان و ارتقاء کیفیت خدمات ارائه شده (احدی و شریفیان، ۱۳۹۷).

1 Samei.

2 Narkunienė, J., & Ulbinaitė

3 Sindhu. I

4 Gálvez Suarez & Milla Toro

5 Wolor

سابقه ارزیابی به گذشته‌های بسیار دور بر میگردد. مطالعات نشان میدهد که همواره در شکل گیری اجتماعات بشری تحت عنوان قبایل، پدیده تقسیم کار در بین اعضای قبیله در مواردی نظیر شکار، ایجاد امکان استراحت و غیره وجود داشته است. در این دوران ارزیابی عملکرد به صورت ابتدایی موجود بوده است به گونه‌ای که افراد موفق به گرفتن پاداش یا احتمالاً ترفیع مقام نایل شدند. نظام ارزیابی عملکرد به صورت رسمی، در سطح فردی و سازمانی از سال ۱۸۰۰ میلادی توسط رابرت اون در اسکاتلند در صنعت نساجی برای اولین بار مطرح گردید به طوری که کالاهای تولید شده با استفاده از چوب‌هایی در رنگ‌های مختلف درجه بندی شدند که این کار در واقع نوعی ارزیابی از کیفیت و یا ستاده سازمان بوده است. در عصر حاضر، ارزیابی عملکرد در مقایسه با گذشته تکامل یافته و همپا با سیر توسعه اندیشه‌های مدیریت، فرایند، ماهیت و کارکردهای آن توسعه و گسترش زیادی یافته است (ژانگ و پان^۱، ۲۰۱۵). ارزیابی عملکرد به مجموعه اقدامات و اطلاعاتی اطلاق می‌گردد که به منظور افزایش سطح استفاده بهینه از امکانات و منابع در جهت دستیابی به هدف‌ها به شیوه‌ای اقتصادی توأم با کارایی و اثربخشی صورت می‌گیرد، به طوری که، ارزیابی عملکرد در بعد "نحوه استفاده از منابع" اساساً در قالب شاخص‌های کارایی بیان می‌شود (شای^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). اگر در ساده‌ترین تعریف نسبت داده به ستاده را کارایی بدانیم، نظام ارزیابی در واقع میزان کارایی تصمیمات مدیریت در خصوص استفاده از منابع و امکانات را مورد سنجش قرار می‌دهد که عمده‌ترین شاخص آن صرفه اقتصادی یا بهینه بودن فعالیت‌ها می‌باشد. تعیین اهداف استراتژیک عملکرد، سنجش عملکرد، جمع‌آوری و آنالیز داده‌های عملکرد و به کارگیری این داده‌ها، در جهت بهبود عملکرد سازمان/کشور با رویکردی سیستماتیک یک اصل بسیار مهمی در جهت موفقیت سازمان‌ها و کشورهاست و این همان مدیریت عملکرد در سطح خرد و کلان است (کریستان^۳ و همکاران، ۲۰۱۶).

۲-۲- عملکرد نیروی فروش

توجه به عوامل مؤثر بر عملکرد نیروی فروش باهدف شناسایی روش‌های تقویت آن، همواره در کانون توجه پژوهش‌های فروش قرار داشته است؛ اما مطالعات در زمینه شناخت عوامل مذکور همگرا نیستند (لستاری^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). نیروی فروش بازوی اجرایی سازمان‌ها در جذب مشتری و فروش کالا یا خدمات است. تمامی تلاش‌های صورت گرفته توسط واحدهای مختلف سازمان در عملکرد نیروی فروش خلاصه می‌شود. نیروهای فروش که معمولاً در سازمان فروش یا واحدهای فروش فعالیت می‌کنند، وظیفه اصلی فروش برون داده‌های سازمان را بر عهده دارند. تمام تلاش‌های نیروی فروش در نهایت از طریق عملکرد وی در حین فروش به نتیجه نهایی یا عملکرد عینی آن منجر می‌شود. رفتارهایی که فروشنده در حین فروش از خود نشان می‌دهد، تأثیر کلیدی و سرنوشت سازی بر خرید کالا و خدمات از سوی مشتری دارد (لی و همکاران، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، در محیط رقابتی امروزی، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت شرکت‌ها، برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان است. افزایش رقابت و کاهش تعداد مشتریان وفادار، باعث توجه به مفهوم مشتری‌گرایی و تغییر دیدگاه شرکت‌ها از محصول محوری به مشتری محوری شده است. حفظ مشتریان و ایجاد روالی که بتوانند با سازمان ارتباط برقرار کرده، خدمات موردنیاز را دریافت نموده و مشکلات مربوطه را به آسانی حل نمایند، امری ضروری می‌نماید (رومی^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

۳- پیشینه تحقیق

اسدی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی تحت عنوان "مروری بر ارزشیابی عملکرد کارکنان در سازمان" تحقیقات انجام شده در حوزه ارزیابی را مرور کردند، نتایج تحقیق ایشان نشان داد که هدف ارزیابی می‌تواند تشخیص کاستی‌ها و تعیین علمی نیازهای آموزشی و یا افزایش حقوق و مزایا و آخرین نه به لحاظ اهمیت کمترین اجرای عدالت در سازمان‌ها باشد. از جمله مشکلات جدی که اکثر سازمان‌های کشور با آن دست و پنجه نرم می‌کنند اینست که مدیران از کمیت و کیفیت کار و توانایی و استعداد کارکنان خود شناسایی ناقصی دارند، در نتیجه از نیروی فکری و جسمی کارکنان به نحو احسن استفاده نمی‌شود. اگر ارزشیابی بصورت صحیح و اصولی انجام شود از بسیاری مشکلات مدیران و کارکنان کاسته می‌شود. در این مقاله تلاش شده به طور مختصر، مفهوم ارزشیابی، اهداف ارزشیابی، شرایط و ویژگی‌های ارزشیابی‌کنندگان، روش‌های ارزشیابی، مشکلات ارزشیابی مورد بررسی قرار گیرد. وطن‌خواه (۱۴۰۰) تحقیقی تحت عنوان "رابطه بین ارزشیابی عملکرد و گرایش به کارآفرینی سازمانی در کارکنان منتخب معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی ایران" انجام دادند. نتایج پژوهش حاکی از این بود که میزان گرایش به کارآفرینی سازمانی در حد متوسط بوده است. بعد استقلال طلبی بیشترین و بعد رقابت تهاجمی کمترین میانگین امتیاز را داشته است. بین متغیر عملکرد و متغیرهای خطر پذیری، رقابت تهاجمی و نوآوری رابطه معنادار و منفی وجود داشت، اما بین متغیر عملکرد با متغیرهای پیشگامی و استقلال طلبی رابطه معناداری یافت نشد. همچنین نتایج نشان داد بین ارزشیابی عملکرد و گرایش به کارآفرینی سازمانی

1 Zhang, S., & Pan

2 Shi

3 Kristan,

4 Lestari, V. N

5 Romi, A

رابطه منفی و معنادار وجود دارد و به این نتیجه رسیدند که به نظر می‌رسد این ارتباط معکوس ناشی از نبود بسترهای لازم جهت گرایش به کارآفرینی سازمانی و ابعاد گرایش به کارآفرینی سازمانی در محورهای شاخص‌های ارزیابی عملکرد کارکنان باشد. عباسی و حسینی‌نیا (۱۳۹۵) نیز در تحقیقی تحت عنوان "ارزیابی عملکرد نمایندگی‌های خدمات پس از فروش در صنعت خودروسازی با استفاده از مدل‌های تحلیل پوششی داده‌های شبکه‌ای معکوس" به منظور امکان ارزیابی عملکرد، شناسایی نقاط ضعف و ارائه استراتژی بهبود در هریک از واحدها به ارائه مدل تحلیل پوششی داده‌های DMUo2 شبکه‌ای معکوس پرداخته شده است. مدل ارائه شده مقدار کارایی واحد تحت بررسی را با مقادیر بردار ورودی و خروجی جدید، ثابت نگه داشته و کارایی سایر واحدها نیز بدون تغییر باقی می‌ماند. مدل پیشنهادی جهت تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری بر مبنای مدل CCR خروجی محور طراحی گردیده است. در تحقیق حاضر مثال عددی برای نمایندگی‌های خدمات پس از فروش شرکت خودرو سازی سایپا در ۱۰ استان بزرگ ایران ارائه شده است.

اکبری و همکاران (۱۳۹۵) نیز در تحقیق خود تحت عنوان "بررسی تأثیر ویژگی‌های نقش و عوامل فردی فروشنده بر عملکرد نیروهای فروش: مورد مطالعه نمایندگی‌های بیمه پاسارگاد استان گیلان" به بررسی تأثیر عوامل فردی و ویژگی‌های نقش بر عملکرد نیروی فروش پرداختند. براساس تحقیقات گذشته در این پژوهش، مشتری‌گرایی، درجه انطباق‌پذیری و گرایش به ارزش دوره عمر مشتری، به منزله عوامل فردی مؤثر بر عملکرد نیروی فروش در نظر گرفته شده است طبق نتایج به دست آمده، هر یک از عوامل ارزش دوره عمر مشتری، مشتری‌گرایی، ویژگی‌های نقش و درجه انطباق‌پذیری به ترتیب از بیشترین تا کمترین تأثیر را بر عملکرد نیروی فروش در نمایندگی‌های بیمه پاسارگاد دارند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که جنسیت بر رابطه بین ارزش دوره عمر مشتری و عملکرد نیروی فروش و رابطه بین مشتری‌گرایی و عملکرد نیروی فروش نقش تعدیل‌کنندگی دارد.

۴- روش مطالعه

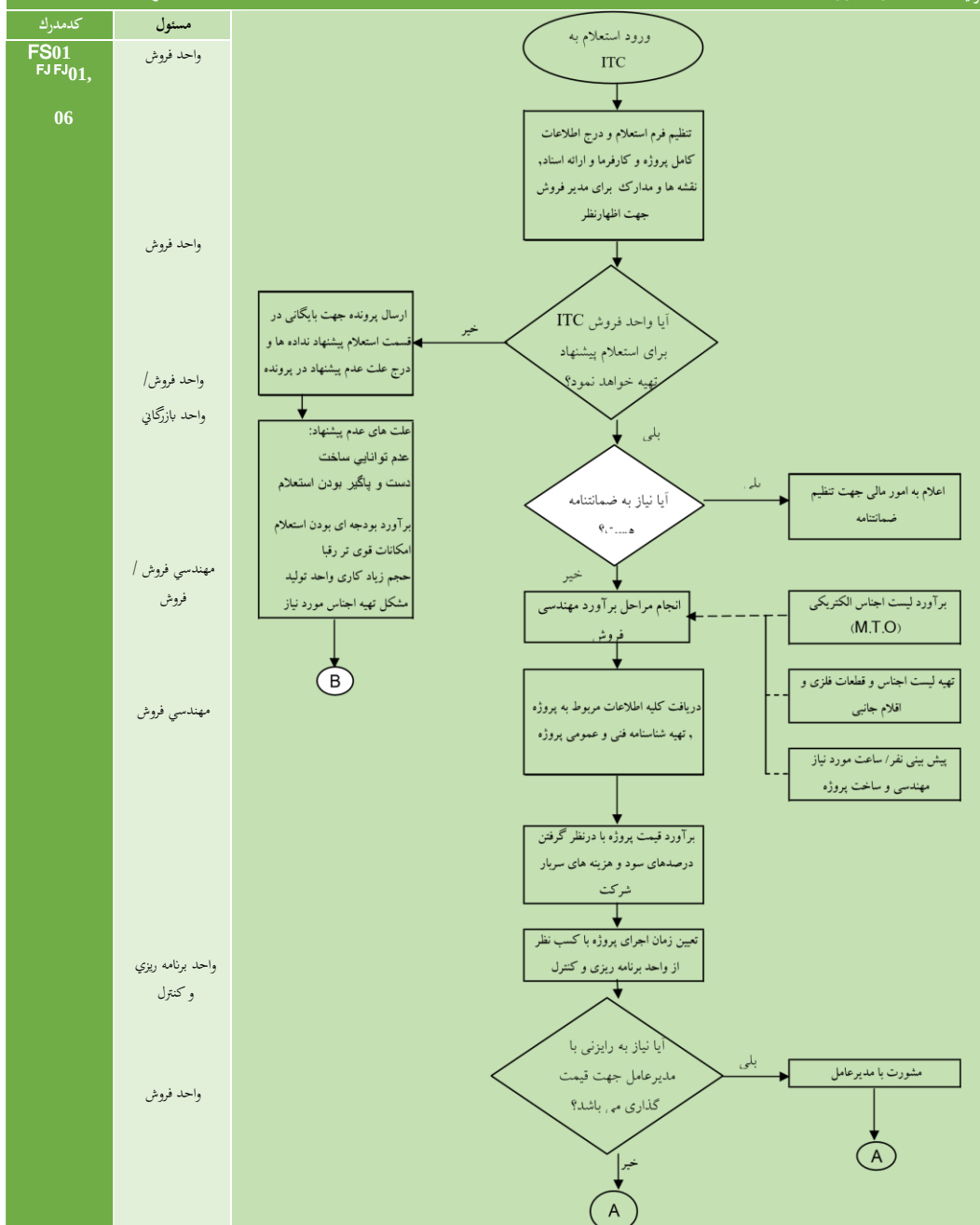
پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که به روش توصیفی انجام شد. ابتدا در این پژوهش ادبیات نظری در حوزه ارزیابی عملکرد و فروش مورد بررسی قرار گرفت. و در ادامه یافته‌های عملی در رابطه با ارزیابی عملکرد مهندسی برآورد فروش شرکت ایران تابلو ارائه شده است.

۵- یافته‌ها

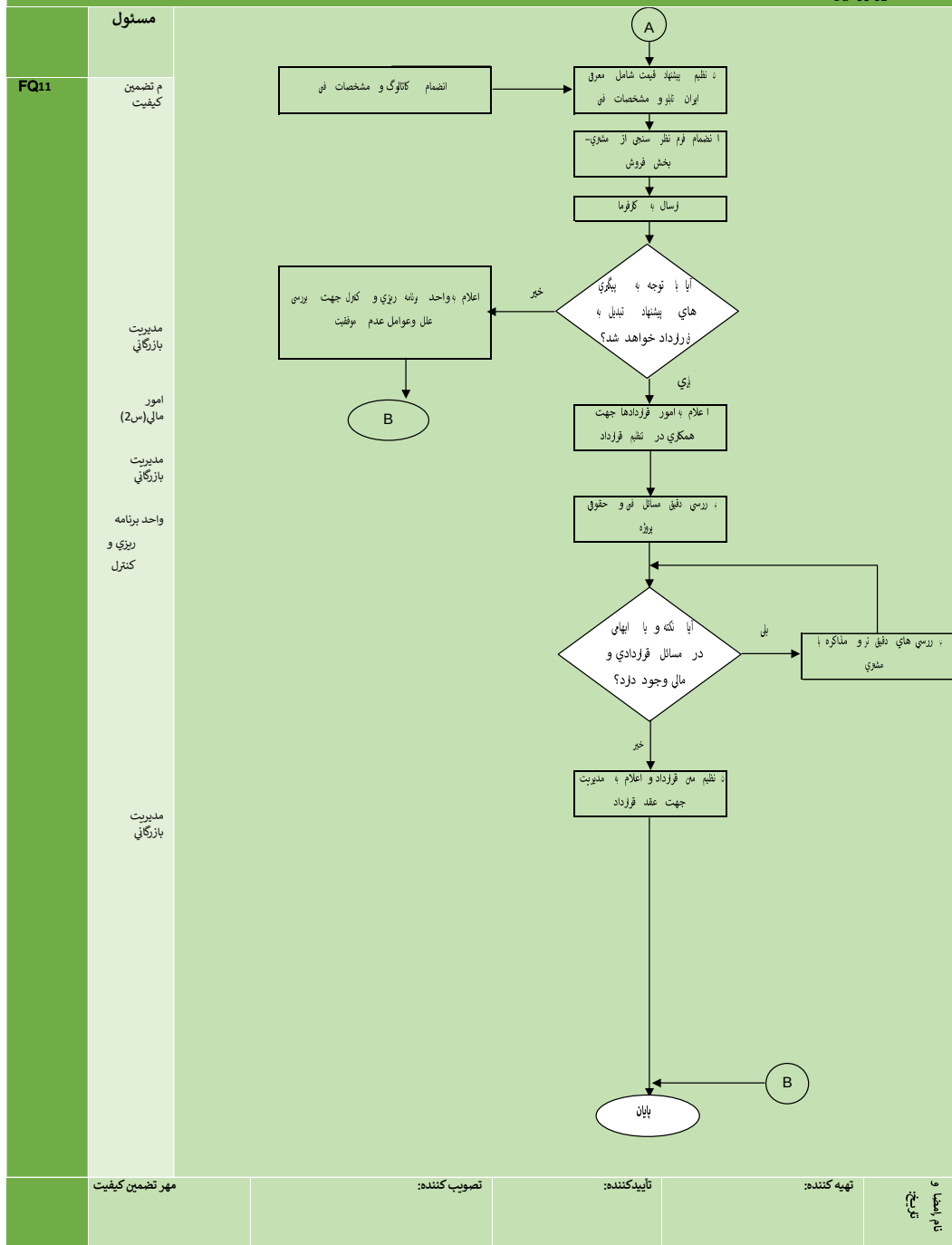
شکل شماره (۱) فرآیند برآورد مهندسی فروش شرکت ایران تابلو را نشان می‌دهد.

۵-۱- پایش و اندازه‌گیری و ارزیابی فرایند و تحلیل مهندسی فروش

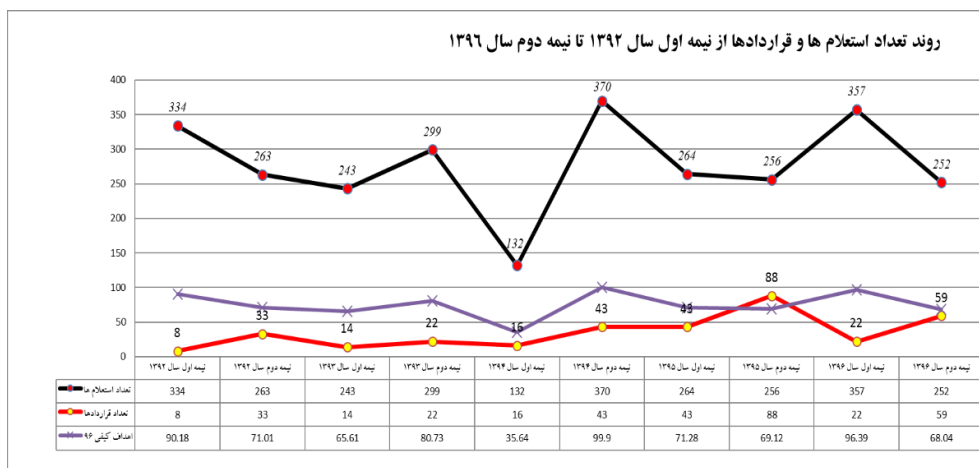
مهندسی فروش از یک دیدگاه معادل با تصمیم‌گیری است یعنی نوعی تصمیم‌گیری است با این تفاوت که مهندسی فروش نسبت به تصمیمات موردی و ثانویه بالاتر و اساسی‌تر است. مهندسی فروش قاعده‌ای کلی است که باید بر قوانین و آیین-نامه‌ها اشراف داشته باشد مهندسی فروش خود نوعی تصمیم است تصمیم اولیه کلی و بنیادی و فراگیر که پس از جمع‌بندی افکار و تصمیمات فراوان دیگر اتخاذ می‌شود. شکل شماره (۲) روند اعلام‌ها و قراردادها از نیمه اول سال ۱۳۹۲ تا نیمه دوم سال ۱۳۹۶ را در شرکت ایران تابلو نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱. فرآیند برآورد مهندسی فروش

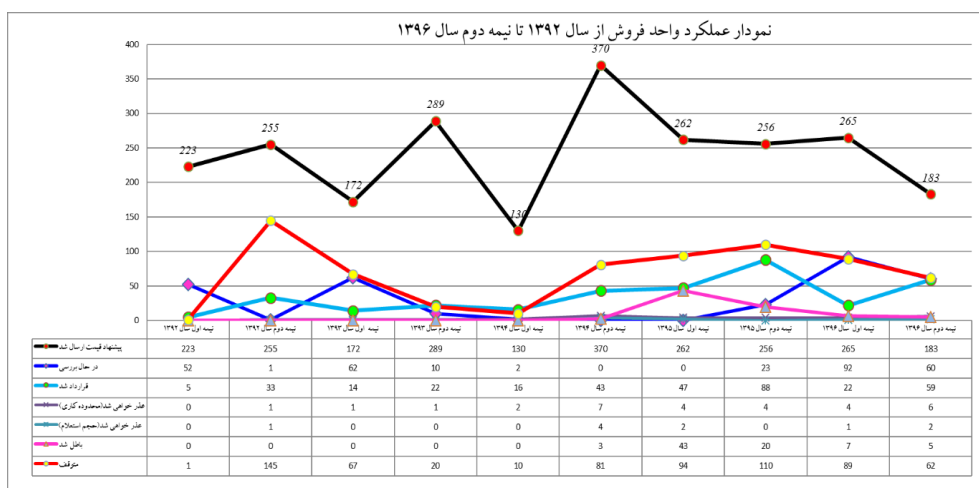


ادامه شکل شماره ۱. فرآیند برآورد مهندسی و فروش



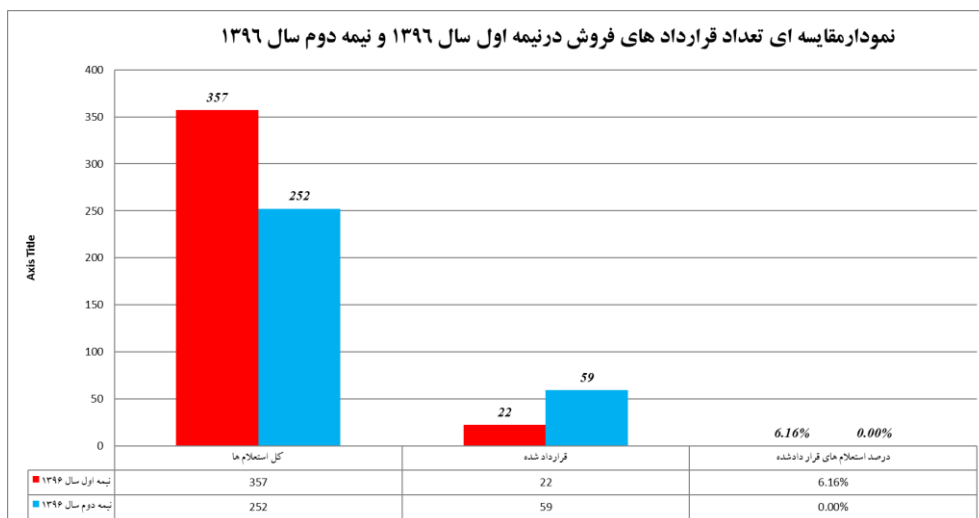
شکل شماره ۲. روند استعلام ها و قراردادها

شکل شماره (۳) نیز روند وضعیت استعلام های دریافتی و قرار داد شده را در شکت ایران تابلو نشان می دهد.



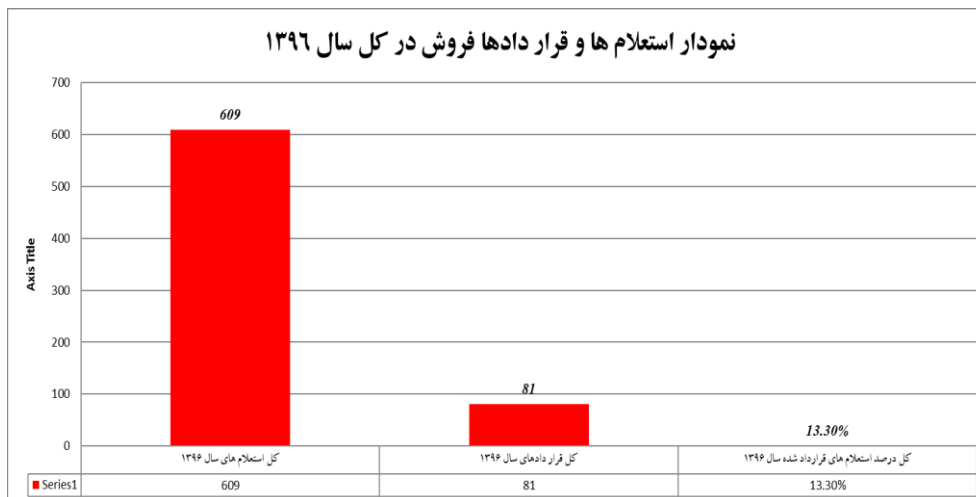
شکل شماره ۳. نمودار عملکرد واحد فروش

شکل شماره ۴ نیز نمودار مقایسه ای تعداد قراردادهای فروش در نیمه اول سال ۱۳۹۶ و نیمه دوم سال ۱۳۹۶ را نشان می دهد که بر اساس نمودار نمایش داده شده تعداد قراردادهای در نیمه اول سال بیشتر و به میزان ۳۵۷ قرارداد بوده است.



شکل شماره ۴. نمودار مقایسه ای تعداد قراردادهای فروش

شکل شماره (۵) نیز نمودار استعلام‌ها و قراردادهای فروش را در سال ۱۳۹۶ و به تعداد ۶۰۹ قرارداد را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۵. تعداد کل قراردادهای سال ۱۳۹۶

۶- نتایج

در شرایط کنونی با افزایش رقابت در اکثر صنایع، رسیدن به مرحله اشباع، افزایش مراودات بین‌المللی، هجوم محصولات وارداتی و ایجاد فشارهای قیمتی، واحد فروش سازمان خط مقدم مواجه با مشتریان است. با توجه به اهمیت و حساسیت واحد فروش، اثربخشی کارکنان واحد فروش مورد توجه قرار گرفته است. و در حوزه مدیریت فروش، مدیریت کارکنان واحد فروش از مهم‌ترین مباحث در مدیریت بازاریابی شرکتها می‌باشد. ازجانب دیگر، مشکلات و معضلات مدیریت کارکنان واحد فروش باتوجه به نوع صنعت، ورود رقبا و خارج شدن بازارها از حالت انحصاری اهمیت یافته است. در محیط فعلی تجاری ایران با وجود تغییر و تحولات در تمامی ارکان بازار و افزایش رقابت، ضرورت این امر، خود را بیشتر نشان داده است. برای این منظور تحقیق حاضر با هدف ارزیابی عملکرد مهندسی برآورد فروش در شرکت ایران تابلو انجام شد. نتایج ارزیابی و تحلیل عملکرد فرآیند فروش شرکت ایران تابلو نشان می‌دهد که از مجموع ۳۵۷ استعلام در نیمه اول سال ۱۳۹۶، ۲۲ قرارداد انجام شده است که معادل ۶٫۱۶٪ می‌باشد در صورتی که در نیمه دوم سال ۱۳۹۶ از مجموع ۲۵۲ استعلام، ۵۹ قرارداد انجام شده است که معادل ۲۳٪ می‌باشد. که به طور کلی نشان دهنده این است که نیمه دوم سال ۱۳۹۶ در مقایسه با نیمه اول سال ۱۳۹۶ مجموع استعلام‌ها کاهش ولی تعداد قراردادها افزایش داشته اند و مجموعاً ۱۳٪ نسبت کل استعلام‌ها به قراردادها در سال ۹۶ اندازه گیری شده است.

منابع

۱. احدی، حمیدرضا؛ شریفیان، امیرحسین. (۱۳۹۵). "ارزیابی عملکرد زنجیره تامین در صنعت ریلی با استفاده از مدل اسکور؛ مطالعه موردی شرکت واگن سازی تهران"، فصلنامه مهندسی حمل و نقل، سال یازدهم، شماره چهارم (۴۵)، صص ۸۳۹-۸۵۶
۲. اسدی، زهرا؛ فائزه؛ الهه؛ پاشا، مهدی. (۱۴۰۰). "مروری بر ارزشیابی عملکرد کارکنان در سازمان"، اولین کنفرانس ملی مدیریت، روشناسی و علوم رفتاری، تهران، تهران.
۳. وطن خواه، سودابه؛ محمدی، علیرضا؛ عشرتی، بابک. (۱۴۰۰). "رابطه بین ارزیابی عملکرد و گرایش به کارآفرینی سازمانی در کارکنان منتخب معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی ایران"، مدیریت سلامت ۲۴ (۱)، صص ۳۵-۴۲.
4. Gálvez Suarez, E., & Milla Toro, R. (2018). Teaching Performance Evaluation Model: Preparation for Student Learning within the Framework for Teacher Good Performance. Journal of Educational Psychology-Propósitos y Representaciones, 6(2), 431-452.
5. Kristan, M., Matas, J., Leonardis, A., Vojíř, T., Pflugfelder, R., Fernandez, G., ... & Čehovin, L. (2016). A novel performance evaluation methodology for single-target trackers. IEEE transactions on pattern analysis and machine intelligence, 38(11), 2137-2155.
6. Lee, Y. L. A., Malik, A., Rosenberger III, P. J., & Sharma, P. (2020). Demystifying the differences in the impact of training and incentives on employee performance: mediating roles of trust and knowledge sharing. Journal of Knowledge Management.

7. Lestari, V. N. S., Djanggih, H., Aswari, A., Hipan, N., & Siahaan, A. P. U. (2018). Technique for order preference by similarity to ideal solution as decision support method for determining employee performance of sales section. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.14), 281-285.
8. Narkunienė, J., & Ulbinaitė, A. (2018). Comparative analysis of company performance evaluation methods. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 6(1), 125-138.
9. Romi, A., Cook, K. A., & Dixon-Fowler, H. R. (2018). The influence of social responsibility on employee productivity and sales growth: Evidence from certified B corps. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*.
10. Samei, E., Bakalyar, D., Boedeker, K. L., Brady, S., Fan, J., Leng, S., ... & Wang, J. (2019). Performance evaluation of computed tomography systems: summary of AAPM task group 233. *Medical physics*, 46(11), e735-e756.
11. Shi, D., Dai, X., Zhang, X., & Quan, Q. (2017). A practical performance evaluation method for electric multicopters. *IEEE/ASME Transactions on Mechatronics*, 22(3), 1337-1348.
12. Sindhu, I., Daudpota, S. M., Badar, K., Bakhtyar, M., Baber, J., & Nurunnabi, M. (2019). Aspect-based opinion mining on student's feedback for faculty teaching performance evaluation. *IEEE Access*, 7, 108729-108741.
13. Wolor, C. W., Supriyat, Y., & Purwana, D. (2019). Effect of organizational justice conflict management compensation work stress work motivation on Employee Performance Sales People. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(4), 1277-1284.
14. Zhang, S., & Pan, N. (2015). Supercapacitors performance evaluation. *Advanced Energy Materials*, 5(6), 1401401.

