

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خدمات پس از فروش و رفتار فروش اخلاقی بر رضایت مشتریان شرکت سایپا در نمایندگی های استان سیستان و بلوچستان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، بانکداری و اقتصاد نوین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

میثم قیومی - کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زاهدان، زاهدان، ایران

عبدالعلی کشته گر - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه شرکت هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایت و وفاداری مشتریان را در پی خواهند داشت. هدف از انجام این پژوهش، بررسی تاثیر خدمات پس از فروش و رفتار فروش اخلاقی بر رضایت مشتریان شرکت سایپا در نمایندگی های استان سیستان و بلوچستان بود. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی پیمایشی با رویکرد همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان شرکت سایپا در استان سیستان و بلوچستان می باشند که با توجه به نامحدود بودن آن از طریق جدول مورگان تعداد 383 به عنوان نفر تعیین و به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. مهم ترین ابزار جمع آوری اطلاعات شامل پرسشنامه، مشاهده و مطالعه کتابخانه ای است. محقق برای انجام تحقیق از پرسشنامه سروکوال که شامل پنج بعد ملموسات، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، تضمین و همدلی و 31 سوال استاندارد شده و پرسشنامه رضایت مشتری محقق ساخته 13 سوالی و پرسشنامه 9 سوالی رفتار فروش اخلاقی شیخعلی زاده 1395 که به صورت طیف 5 گزینه ای لیکرت در مقیاسی بین خیلی مخالفم تا خیلی موافقم طراحی شده استفاده کرده است، که روایی آن ها توسط اساتید و خبرگان تایید و پایایی آنها با آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب برای پرسشنامه خدمات پس از فروش، 0.85 و پرسشنامه رضایت 0.795 و پرسشنامه رفتار فروش اخلاقی 0.84 بدست آمد. در این تحقیق برای تجزیه تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد، که در سطح آمار توصیفی از آزمون های فراوانی، درصد فراوانی و نمودارها استفاده گردید و در سطح آمار استنباطی از آزمون اسمیرنوف کولموگروف، رگرسیون خطی نیز استفاده گردید. برای تحلیل آزمون های آماری از نرم افزار SPSS 17th بهره گرفته شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که خدمات پس از فروش و مولفه های آن به همراه رفتار فروش اخلاقی بر رضایتمندی مشتریان شرکت سایپا تاثیر مثبت و معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

خدمات پس از فروش، رفتار فروش اخلاقی، رضایتمندی مشتریان، شرکت سایپا، سیستان و بلوچستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1027339>

