

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خدمات پس از فروش بر رضایت مشتریان شرکت خودروسازی سایپا

## محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

## نویسنده:

حسن باباپور - دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر خدمات پس از فروش بر میزان رضایت مشتریان در شرکت خودروسازی سایپا صورت گرفته است، تا با شناسایی عوامل موثر بر رضایت و شکایت مشتریان، شرکت سایپا را در کسب سطوح بالای رضایت در مشتریان یاری رساند. بدین منظور فرضیه و هدفهایی تعریف شده است. واحد آماری پژوهش مالکان خودروی پراید ۱۴۱ یکی از تولیدات گروه صنعتی سایپا که شماره پلاک سمت راست آنها زوج باشد را شامل می شود که از خدمات پس از فروش ارائه شده توسط نمایندگی مجاز شرکت سایپا، خدمات پس از فروش دریافت می کنند. برای گردآوری داده های مورد نیاز از ابزار پرسشنامه و پژوهش میدانی استفاده شده است. بدین منظور پرسشنامه ای حاوی بیست و یک سوال بین واحدهای آماری که به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب شده است، توزیع گردید. پس از جمع آوری و تلخیص داده ها، فرضیه ها در سطح خطای ۵ درصد براساس روش آماری آزمون مورد بررسی قرار گرفتند. سپس نتیجه گیری از آزمون فرضیه ها صورت گرفت. در مجموع نتیجه ها حاکی از آن بود که بین کیفیت خدمات پس از فروش و رضایت مشتریان ارتباط و همبستگی بالایی وجود دارد، پرداخت مالی (اجرت) و پرداخت غیرمالی (زمان و زحمت) مشتریان با خدمات دریافتی متناسب نیست و در بروز شکایتهای مشتریان نارسایی های عوامل ملموس (عینی) پس از فروش بیشتر از نارسایی های عوامل ناملموس (ذهنی) موثر است. در نهایت، براساس نتیجه های پژوهش، پیشنهادهایی نیز به شرکت سایپا ارائه شده است

## کلمات کلیدی:

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1445999>

