

بررسی تاثیر کیفیت خدمات پس از فروش بر رضایت و وفاداری مشتری در حوزه محصولات

لوازم خانگی (مورد مطالعه : شرکت ساواکیش)

عطیه حاجیعلی بیگ^۱، علی عالیخانی^{۲*}

۱- کارشناس ارشد مدیریت صنعتی (گرایش تولید و عملیات)، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد

تهران شمال

۲- *استادیار ، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، گروه مدیریت صنعتی، تهران، ایران

چکیده

در بازار محصولات لوازم خانگی بارها دیده شده است که مشتریان از خرید کالاهایی با برندهای معروف امتناع می کنند و علت آن را عدم ارائه خدمات پس از فروش با کیفیت بیان می دارند. تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر میزان کیفیت خدمات پس از فروش بر رضایت و وفاداری مشتری در حوزه محصولات لوازم خانگی (مورد مطالعه : شرکت ساواکیش) انجام شده است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نوع توصیفی می باشد. تحقیق حاضر از نوع همبستگی و با توجه به نحوه گردآوری داده ها پیمایشی نیز می باشد. جامعه آماری در این پژوهش کلیه مشتریان شرکت ساواکیش هستند که مالک یکی از محصولات شرکت می باشند و تعداد آنها نامحدود می باشد. به علت نامحدود بودن جامعه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان که به واحد خدمات پس از فروش مراجعه کرده اند را به صورت تصادفی و در دسترس ، انتخاب نموده ایم و پرسشنامه ها را در اختیار آنان قرار داده ایم . در بخش توصیفی به ویژگی نمونه آماری و بیان مشخصه های توصیفی متغیرهای پژوهش پرداخته شده و در بخش استنباطی با بکارگیری مدل معادلات ساختاری و تکنیک تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس به بررسی مسیرهای مشخص شده پژوهش مطابق با مدل مفهومی پرداخته شده است . نتیجه بدست آمده از داده های آماری بیان می کند که سه عامل در دسترس بودن یا ابعاد فیزیکی، قابلیت اعتبار یا ضمانت ، اطمینان یا قابلیت اعتماد و همدلی بر رضایت و وفاداری مشتری تاثیر گذار بوده است اما بعد پاسخگویی تاثیری بر میزان رضایت و وفاداری نداشته است .

کلمات کلیدی : کیفیت ، خدمات پس از فروش، رضایت مشتری، وفاداری مشتری