

چکیده

صنعت خودروسازی، صنعتی کلیدی به شمار می آید و تاثیری مهم در روند رشد و شکوفایی بخش ها و دیگر صنایع کشور دارد. خدمت به مشتری، از قدیمی ترین و در عین حال جزء تازه ترین مسائل برای هر شرکتی است. با توجه به اهمیت رضایت مشتری و توجه به خواسته های آن برای شرکت ها، امروزه شناسایی نقاط آسیب زا و ناراضی کننده مشتری امری ضروری محسوب می شود. در این راستا هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر شکست خدمات دهی و چگونگی رسیدگی به شکایت بر اعتبار برند با تاکید بر رضایت از رسیدگی به شکایت در میان مشتریان نمایندگی های ایران خودرو در استان گیلان است. روش پژوهش همبستگی و جامعه آماری تحقیق مشتریان نمایندگی های ایران خودرو در استان گیلان است. روش نمونه گیری در پژوهش حاضر از نوع نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس از نوع هدفمند است. با در نظر گرفتن پرسشنامه های بازگشت داده نشده و حذف پرسشنامه های ناقص، تعداد ۳۲۸ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. پس از جمع آوری داده ها به وسیله پرسشنامه های استاندارد، جهت ارزیابی روابط بین متغیرها از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر منفی شکست خدمات دهی بر رضایت از رسیدگی به شکایات مشتریان داشت. ضمن آن که تاثیر مثبت رسیدگی به شکایات بر رضایت از رسیدگی به شکایات مشتریان نیز تایید شد. به علاوه مشاهده گردید که رضایت از رسیدگی به شکایات بر رضایت کلی مشتریان و اعتبار برند تاثیر مثبت دارد و در نهایت تاثیر مثبت رضایت کلی مشتریان بر اعتبار برند هم مورد تایید قرار گرفت.

واژگان کلیدی : اعتبار برند، رضایت کلی، رضایت از رسیدگی به شکایات، شکست خدمات دهی، رسیدگی به شکایات، نمایندگی های ایران خودرو استان گیلان.