

رابطه‌ی بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و میزان فروش آن‌ها از دیدگاه مدیران و کارکنان شرکت‌های تجاری شهر اردبیل

خدیجه محمدی بارزبلی^۱، حسین پیشگر^۲

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی نوین اردبیل^۱
کارشناس بازرگانی^۲

Khadijehmohammadi1370@novinardebil.ac.ir

چکیده

آنچه ما را در فهم خواسته‌ها و انتظارات مشتریان یاری می‌نماید به‌کارگیری مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری در جهت فروش می‌باشد. با به‌کارگیری مهارت‌های ارتباطی فروش می‌توان در رویه‌های قبلی سازمان و شرکت تجدیدنظر نمود و با ایجاد نوآوری در محصولات و خدمات، سطح رضایت مشتریان را ارتقاء بخشید. هدف کلی تحقیق حاضر بررسی رابطه‌ی بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و میزان فروش آن‌ها از دیدگاه مدیران و کارکنان شرکت‌های تجاری شهر اردبیل بوده است. در پژوهش حاضر از روش توصیفی-همبستگی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری شامل کلیه‌ی مدیران و کارکنان شرکت‌های تجاری شهر اردبیل در سال ۹۵ بوده است. تعداد ۳۰ نفر از مدیران به شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی سهمیه‌ای و همچنین تعداد ۵۰ نفر کارمند از نواحی و شرکت‌های اردبیل به نسبت مساوی به‌صورت تصادفی به‌عنوان گروه نمونه انتخاب گردید. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل دو پرسشنامه‌ی مهارت‌های ارتباطی و میزان فروش مدیران می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش‌های آماری در سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان دارد که بر اساس ادراکات مدیران و کارکنان بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و میزان فروش رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد و میزان این همبستگی از نظر کارکنان بیشتر است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که بعد گروهی مهارت‌های ارتباطی از نظر مدیران و کارکنان قدرت پیش‌بینی کنندگی میزان فروش مدیران را ندارد. همچنین مقایسه میانگین نمرات مدیران زن و مرد در مقوله مهارت‌های ارتباطی و میزان فروش نشان داد که مدیران زن دارای مهارت‌های ارتباطی و میزان فروش به بیشتری نسبت به مدیران مرد هستند.

واژگان کلیدی

مهارت‌های ارتباطی، میزان فروش، مدیران، شرکت‌های تجاری،