

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر عملکرد شرکت های کوچک و بزرگ با توجه به ساختار حمل و نقل و مهارت های بازاریابی و تشخیص بهترین متغیرهای متمایزکننده آنها

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 2 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

فریال فرمانی - دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا پویا - دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا پویا - دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

اکثر کسب و کارهای کوچک، شرکت های کوچک خانوادگی هستند که معمولاً از مهارت های بازاریابی بی بهره بوده و فاقد قابلیت های زیرساختی برای عملیاتی کردن فعالیت های به روز سیستم های توزیعی بازاریابی می باشند. آنها بیشتر درگیر فعالیت های روزانه، خرید و فروش اعتباری و وصول مطالبات هستند و زمان اندکی را صرف توسعه ی مهارت های بازاریابی و شبکه های حمل و نقل می کنند. از این رو، این پژوهش به دنبال شناسایی عوامل مهارت های بازاریابی و حمل و نقلی است که با عملکرد شرکت های کوچک و بزرگ مرتبط می باشد. بر این اساس، پرسشنامه ای در میان ۱۷۳ شرکت که در شهرک های صنعتی شهر مشهد مشغول به فعالیت بودند، توزیع گردید. گفتنی است، روایی صوری و محتوایی پرسش نامه از طریق بررسی نظرات متخصصان مربوطه تایید گردید و روایی سازه نیز از طریق تحلیل عاملی تاییدی بررسی گردید و همچنین، پایایی آن توسط آلفای کرونباخ محاسبه شد. تحلیل رگرسیون چندگانه در این مطالعه نشان داد که عوامل خدمات تامین کننده و خدمات خریدار به شرکت، عملکرد شرکت های کوچک و عوامل خدمات تامین کننده و خریدار و خدمات شرکت به خریدار، عملکرد شرکت های بزرگ را توضیح می دهند. تحلیل تشخیصی نیز نشان داد که خدمات شرکت به خریدار بیشترین نقش را تمیز عملکرد شرکت های کوچک و بزرگ ایفا می کند.

کلمات کلیدی:

شرکت های کوچک و بزرگ، مهارت های بازاریابی، فعالیت های حمل و نقل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207047>

