

عنوان مقاله:

ارزیابی معیارهای اعتبارسنجی توزیع کنندگان استیل در بازار ایران از منظر مشتریان

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 5، شماره 4 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

علیرضا بخشی زاده

علیرضا بخشی زاده - دانشگاه تربیت مدرس

اصغر مشبکی - دانشگاه تربیت مدرس

فاطمه عیدی - دانشگاه پیام نور واحد البرز

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف ارزیابی و شناسایی مهمترین معیارهای تعیین کننده در انتخاب توزیع کنندگان عمده از جانب مشتریان خرده فروش در بازار استیل ایران صورت گرفته است و شرکت توزیع کننده استیل آروین به عنوان مورد مطالعه در نظر گرفته شد. تحقیق از نوع پیمایشی بوده و برای جمع آوری داده، از پرسشنامه ای که به طور ترکیبی از منابع مختلف موجود در ادبیات طراحی شده، استفاده شد. نمونه ۱۰۷ نفری از مشتریان خرده فروش شرکت توزیع کننده استیل آروین در شهر تهران انتخاب گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمون های مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) و تحلیل عاملی تاییدی (CFA) استفاده شده و دو بسته نرم افزاری SPSS و LISREL به کار گرفته شدند. در مجموع نه معیار به عنوان اصلی ترین معیارهای انتخاب توزیع کننده از دیدگاه مشتریان شناسایی شد. این معیارها عبارتند از: «توان مدیریتی»، «توان بازاریابی»، «شدت روابط»، «توان لجستیکی»، «توان مالی»، «تسهیلات فیزیکی»، «پوشش بازار»، «خط محصول» و «شهرت» توزیع کننده. یافته های تحقیق نشان داد تاثیر «توان مدیریتی»، «توان بازاریابی»، «شدت روابط»، «توان لجستیکی»، «توان مالی»، «تسهیلات فیزیکی»، «پوشش بازار» و «شهرت» بر انتخاب توزیع کننده معنی دار بود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، اعتبارسنجی توزیع کننده، مشتریان خرده فروش، صنعت استیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207172>

