

## عنوان مقاله:

ارزیابی واولویت بندی درجه اهمیت عناصر آمیخته بازاریابی محصولات اتکا از نگاه مشتریان با استفاده از مدل Topsis

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روانشناسی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

مهری خورشیدوند

## خلاصه مقاله:

عوامل فراوانی بر رفتار مصرف کنندگان تاثیر می گذارند که با شناسایی دقیق خواسته ها نیازها، انتظارات، تمایلات، توانایی ها ومحدودیت های آن در خرید می توان این عوامل را تشخیص داد. این تحقیق ارزیابی واولویت بندی درجه اهمیت عناصر آمیخته بازاریابی از نگاه مشتریان بررسی شده است . تحقیق حاضر براساس هدف از نوع تحقیق کاربردی است که و از نوع تحقیقات توصیفی است که درازطریق پیمایش داده های لام جمع اوری شده اند.ابزار اصلی در این تحقیق همان پرسشنامه محقق ساخت می باشد که روایی ان از طریق پانل کارشناسی مورد تایید قرار گرفته و پایایی ان نیز از طریق آلفای کرونباخ (جدول شماره 2) موردتایید قرار گرفت که اعدا حاصله مبین اعتبار کافی برای این تحقیق می باشند جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش تمام مراجعه کنندگان به فروشگاه های بزرگ سطح شهر خرم آباد می باشندنتیجه تحقیق نشان داد بین تمایل خرید محصولات اتکا توسط مشتریان وعناصر آمیخته بازاریابی ارتباط معناداری وجود دارد واز نگاه مشتریان عناصر آمیخته بازاریابی از درجه اهمیت متفاوتی برخوردارند وکیفیت در رتبه اول قرار دارند وهمه فرضیات تایید شدند.

## کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، آمیخته بازاریابی، مدل تاپسیس

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/628205>

