

عنوان مقاله:

بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی موثر بر هماهنگی کانال های توزیع چندگانه

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت و کسب و کار الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

علی عابدینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (بازاریابی)، دانشگاه تهران (پردیس فارابی)، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه شرکت های زیادی در سراسر جهان از کانال های توزیع چندگانه، مانند نیروی فروش خود، پست مستقیم / کاتالوگ، اینترنت و شبکه های پخش تلفنی و مانند آن، برای ارایه کالا و خدمات به مشتریان خود بهره می جویند. کانال توزیع چندگانه با وجود داشتن مزایا، چالش های متعددی چون بروز تضاد و تعارض، تخصیص محصول و سواری مجانی برخی اعضا را نیز به دنبال دارد. هدف این پژوهش، بررسی هماهنگی کانال توزیع چندگانه و تاثیر آن بر عملکرد عرضه کننده می باشد. یافته ها نشان می دهند قابلیت هایی نظیر برند، مکانیزم کنترلی، جبران خدمات و مولفه های اجتماعی، مانند اعتماد و تعهد، موجب هماهنگی کانال توزیع چندگانه و ارتقای عملکرد عرضه کننده می شود و با افزایش عدم اطمینان محیطی، اثرگذاری مولفه های اعتماد و تعهد در افزایش عملکرد عرضه کنندگان بیشتر می شود.

کلمات کلیدی:

کانال توزیع چندگانه، هماهنگی، کانال توزیع، تعارض بین کانال ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/802366>

