

International Conference on Management

بررسی عوامل موثر بر کاهش نارضایتی واسطه‌های توزیع از
شرکت‌های مادر (مطالعه موردی: شرکت‌های پخش مواد خشکبار)

پیمان اکبری^۱، رضا رستمی^۲، اکبر ویسمرادی^۳ و عبدالمجید محمدی^۴

۱ مربی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران

peymanakbari3537@gmail.com

۲ مربی، مدیریت مالی، دانشگاه پیام نور، ایران

Rostami79@gmail.com

۳ مربی، حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران

Veismoradi2462@gmail.com

۴ مربی، حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران

Abm.mohammadi@gmail.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی عوامل موثر بر کاهش نارضایتی واسطه‌های توزیع از شرکت‌های مادر که همانا شرکت‌های پخش مواد خشکبار در غرب کشور می‌باشد. برای این منظور در این تحقیق از ابزار پرسشنامه پیمان (۱۳۹۱) که روایی (توسط اساتید) و پایایی (آلفای کرونباخ: ۰,۸۲۰) آن مشخص شده، استفاده شد. که بین ۳۵۰ نفر از واسطه‌های توزیع از شرکت‌های مادر پخش مواد خشکبار، برای نیمه اول سال ۱۳۹۳ به صورت تصادفی ساده توزیع شده است. روش تحقیق توصیفی، از نوع پیمایشی-همبستگی می‌باشد. از آزمون‌های تک نمونه‌ای و فریدمن به ترتیب برای آزمون فرضیه‌ها و به منظور رتبه‌بندی استفاده شده است. نتایج فرضیه‌های تحقیق نشان داد که عوامل ۶گانه منجر به بالا رفتن رضایت کانال توزیع از شرکت‌های مادر می‌شود. و از نظر اهمیت رضایت‌مندی: افزایش امکان خرید در هر نوبت سفارش‌دهی و ارائه خدمات پشتیبانی بیشتر به ترتیب در رتبه اول و آخر قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: رضایت مشتری، واسطه‌های توزیع، شرکت‌های پخش مادر