

**این فایل فقط برای مشاهده قسمتی از پرسشنامه می باشد.**

**برای خرید و دریافت فایل کامل ورد و قابل ویرایش این پرسشنامه**

**به داخل سایت مراجعه نماید.**

**پرسشنامه استاندارد ادراک مدیران بازاریابی از اینترنت لئونگ و همکاران (2003)**

پرسشنامه استاندارد ادراک مدیران بازاریابی از اینترنت دارای 30 گویه میباشد که توسط لئونگ و همکارانش طراحی و تنظیم شده است و نمره گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت از نمره 1 کاملاً مخالفم تا نمره 5 کاملاً موافقم بوده و تک مولفه ای می باشد. در ضمن این پرسشنامه به صورت کامل دارای تعاریف مفهومی و عملیاتی + سوالات تخصصی و عمومی + شیوه نمره گذاری + تفسیر و تحلیل + روایی و پایایی + منابع می باشد

ردیف	عوامل	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
1	روش بازاریابی برای کالاها و خدمات را تغییر می دهد.					
2	به پرداخت همزمان و به موقع کمک می کند.					
3	ایجاد روابط مبتنی بر تعامل دو طرفه را با مشتریان امکان پذیر می کند.					
4	به عنوان یک شبکه اثربخش برای ارائه اطلاعات مربوط به کالاها و خدمات می باشد.					
5	به عنوان یک ابزار اثر بخش در بهبود و سهم بازار می باشد.					
6	=====					
25	باعث کاهش هزینه بازاریابی می شود.					

					26	باعث بهبود توسعه محصولات جدید می‌شود.
					27	باعث بهبود توانایی در اطلاع رسانی به مشتریان می‌شود.
					28	باعث انجام تحقیقات بهتر در زمینه نیازهای مشتری می‌شود.
					29	به قیمت گذاری به شیوه‌ای صحیح تر کمک می‌کند.
					30	به ارائه کالا و خدمات متناسب با نوع نیاز هر مشتری کمک می‌کند.

نمره گذاری پرسشنامه:

بر اساس طیف لیکرت نمره گذاری شده است

کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم	گزینه
5	4	3	2	1	امتیاز

منابع:

Elaine K.F.Leong, Michael T.eWing and Leyland F.pitt, "Australism marketing managers'perceptions of the Internet", **European Journal of Marketing**, Vpl.37. No.3-4,2003, pp.554-571.