

عنوان مقاله:

طراحی چارچوب ارتباط اقتصادی فروشگاه های زنجیره ای و نظام تولید کشور (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای شهروند)

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره 9، شماره 33 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مرتضی سلطانی

سید سعید راد

ابوالفضل خسروی

میثم شفیعی رودپشتی

مهدی خادمی گراشی

خلاصه مقاله:

بنگاه های فعال در حوزه توزیع کالا و خدمات، از واحدهای اصلی اقتصاد هر کشوری هستند و نقطه ای که در آن اجزای نظام توزیع با بنگاه های تولیدی مرتبط می گردند، محلی برای کمک بنگاه های توزیع کننده کالا و خدمات به رونق و جهش تولید است. در این راستا فروشگاه های زنجیره ای، یکی از نقاط ارتباط بخش توزیع کالا و خدمات با بنگاه های تولیدی هستند. از این رو هدف از پژوهش حاضر به عنوان یک مطالعه کیفی عبارت است از درک و ارائه چارچوبی در خصوص روابط و نقش اقتصادی فروشگاه های زنجیره ای در ارتباط با بنگاه های تولیدی. پژوهش از نظر هدف، کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نظر روش شناسی، پژوهشی کیفی مبتنی بر استفاده از روش داده بنیاد می باشد. جامعه آماری پژوهش، خبرگان فعال در صنعت فروشگاه های زنجیره ای و تولیدکنندگان همکار این فروشگاه ها است. داده های پژوهش از طریق مصاحبه با بیست تن از مدیران فروشگاه های زنجیره ای شهروند و مدیران عامل مجموعه های تولیدی همکار با این فروشگاه ها به دست آمد. ابزار گردآوری داده ها، مصاحبه عمیق بود و حجم نمونه بر اساس اشباع نظری تعیین گردید. داده ها با استفاده از نرم افزار تحلیل داده های کیفی ATLAS.ti تحلیل شد. براساس پارادایم نظریه داده بنیاد و چارچوب ارائه شده توسط استراوس و کوربین، پدیده محوری تحقیق تعاملات فروشگاه های زنجیره ای با بنگاه های تولیدی است که در رابطه با آن روابط علی، راهبردها (عمل و تعامل)، بافتار و نتایج و پیامدها مشخص گردیده است. سپس با بررسی ارتباط فروشگاه های زنجیره ای با بنگاه های تولیدی، مسائل دارای ماهیت مستقیم اقتصادی مشخص شد.

کلمات کلیدی:

ارتباط اقتصادی، فروشگاه های زنجیره ای، بخش تولید، روش داده بنیاد، فروشگاه زنجیره ای شهروند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1221234>

