

## عنوان مقاله:

پایداری و بازاریابی خرده فروشی: دیدگاه های شرکت، محصول، و فروشگاه

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت، روان شناسی و علوم رفتاری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسنده:

مجید سبک آرا - عضو گروه مدیریت و خدمات اجتماعی سازمان جهاد دانشگاهی استان گیلان

## خلاصه مقاله:

در این مقاله پایداری در زمینه خرده فروشی را بر اساس سه دیدگاه مختلف مورد بررسی قرار می دهیم: (۱) مدیریت کلی شرکت، (۲) توسعه طیف جذابی از محصولات، (۳) مدیریت و فعالیت های درون فروشگاه های روزانه. هدف ما این است که یک سری موضوعات اصلی را برای هر دیدگاه شناسایی کنیم، تناقضات و موارد تضاد را بررسی کنیم، و توضیح دهیم که چطور می توان این دیدگاه ها را با هم مرتبط ساخت. ما برای بررسی خرده فروشی جهانی IKEA از یک رویکرد مطالعه موردی کیفی استفاده می کنیم. این مطالعه سوئد، آلمان و بریتانیا را شامل می گردد. تحقیقات نشان داده است که دیدگاه های شرکت، محصول، و فروشگاه مکمل هم هستند اما در عین حال تناقضاتی هم دارند و موانعی را برای اعطای یک اولویت بالاتر به پایداری ایجاد می کنند. اینها مربوط به دیدگاه زمانی، مجموعه ذینفعان بررسی شده، و اولویت کلی می باشد. توسعه دادن اهداف و مزایای مرتبط با پایداری، استفاده از عرصه های موثر برای تعاملات، و مرتبط سازی پایداری با افسانه و فرهنگ، به عنوان سه پل پیشنهاد شده اند که می توانند سبب غلبه بر تناقضات گردند.

## کلمات کلیدی:

پایداری، خرده فروشی، دیدگاه های متناقض، IKEA

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1451219>

