

عنوان مقاله:

مکان یابی بهینه فروشگاه های خرده فروشی زنجیره ای جدید بر مبنای ژئومارکتینگ (بازاریابی مکان محور) با رویکرد ترکیبی TOPSIS و GIS

محل انتشار:

پژوهشنامه بازرگانی، دوره 27، شماره 105 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 38

نویسندگان:

کبری سبزیلی یمقانی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران

محمد احمدی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ساوه، ایران

نادر غریب نواز - استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، تهران، ایران

علی سبزیلی یمقانی - دکتری، گروه سیستم های اطلاعات مکانی، دانشکده مهندسی نقشه برداری، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر تعیین مکان بهینه فروشگاه های خرده فروشی زنجیره ای جدید بر مبنای ژئومارکتینگ (بازاریابی مکان محور) با رویکرد ترکیبی TOPSIS و GIS می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان و مشتریان در صنعت خرده فروشی (فروشگاه های جانبی، افق کوروش، هفت، رفاه، شهروند و اتکا) شهر تهران است. در بخش خبرگان با استفاده از روش نمونه گیری خوشه‌ای از هر خوشه، دو الی سه فروشگاه از مناطق شمال، شرق، غرب، مرکز و جنوب تهران گزینش و سپس از میان خوشه ها به صورت هدفمند ۱۴ نفر خبره انتخاب شدند. در بخش مشتریان نیز ۳۸۴ نفر از مراجعه کنندگان به فروشگاه های زنجیره ای با استفاده از روش نمونه گیری غیرتصادفی از نوع در دسترس انتخاب و پرسشنامه ها میان آن‌ها توزیع گردید. پس از آن، در فاز کمی برای رتبه بندی در بخش خبرگان از روش AHP؛ و در بخش مشتریان از آزمون رتبه بندی فریدمن با نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. بعد از جمع آوری داده های مورد نیاز و تحلیل های مکانی، با نرم افزار ArcMap تولید نقشه های مرتبط با مولفه ها و شاخص های مکان یابی صورت گرفت. در ادامه، یک مطالعه موردی مشتمل بر سه مکان پیشنهادی در منطقه ۱۸ شهر تهران برای تاسیس یک فروشگاه جدید مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت، رتبه بندی فروشگاه های پیشنهادی با استفاده از روش TOPSIS بر مبنای ماتریس تصمیم مستخرج از نظرات خبرگان و مشتریان و نقشه های مبنای GIS صورت گرفت. لیکن، با توجه به مطالعه موردی صورت گرفته از منظر خبرگان و مشتریان مشخص شد مکان شماره دو مستقر در خیابان رجایی در شهر تهران جهت افتتاح فروشگاه جدید مناسب می باشد.

کلمات کلیدی:

مکان یابی / ژئومارکتینگ (بازاریابی مکان محور) / GIS / TOPSIS / فروشگاه های خرده فروشی زنجیره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1610110>

