

عنوان مقاله:

استراتژی های ورود به بازارهای خرده فروشی و بررسی پیامدها و فرصت های پیش روی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

محمد مهدی اشرفیان - دانشگاه دانش البرز

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی استراتژی های ورود به بازارهای خرده فروشی و بررسی پیامدها و فرصت های پیش روی است. روش تحقیق از نوع کیفی و مرور سیستماتیک است. پس از بررسی مقالات بازبیشده و ارزیابی کیفیت مقالات، ۲۰ مقاله وارد مرور سیستماتیک شد. زمان انتشار این مقالات بین سالهای ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ و روش تحقیق همه آنها مقطعی بود. در نهایت، ۲۰ نتیجه قابل استخراج از مقالات شناسایی شده در مرور سیستماتیک وارد شدند. یافته ها نشان داد از جمله مهمترین استراتژی های ورود به بازار های خرده فروشی میتوان به استراتژی رهبری هزینه (کاهش قیمت محصولات نسبت به رقبا)، نیچمارکتینگ یا نیش مارکتینگ (تمرکز بر بخشی از بازار که رقبا بزرگ به سراغ آن نرفته اند)، استراتژی تمایز (تامین محصولا تککیفیت و خدمات مشتریان ویژه و متفاوت) و تبلیغات و بازاریابی مناسب اشاره کرد.

کلمات کلیدی:

استراتژی، بازارهای خرده فروشی، مرور سیستماتیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2025945>

