

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط ابزارها و روش های نوین با بازدهی کانال های توزیع در واحدهای خرده فروشی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مهدی براتی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

سعید عبدالمنافی - مربی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی اثر ابزارها و روش های نوین با بازدهی کانال های توزیع در واحدهای خرده فروشی می باشد این تحقیق از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و در دسته تحقیق های همبستگی قرار دارد جهت بررسی فرضیه های مطرح شده و تجزیه و تحلیل های آماری از روش میدانی و از ابزار پرسشنامه به منظور گرد آوری داده ها استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه خبرگان آشنا به حوزه توزیع کالا هستند با بررسی های انجام شده، حجم جامعه در حدود 140 نفر برآورد می شود. برای انتخاب نمونه، با توجه به محدود بودن جامعه مورد بررسی از روش سرشماری در توزیع پرسشنامه استفاده شده، از 140 پرسش نامه ارسالی، 87 مورد دریافت و مورد تحلیل قرار گرفت. برای آزمون فرضیه ها از روش همبستگی پیرسون و از نرم افزار SPSS استفاده شده است. با توجه به تجزیه و تحلیل داده ها نتایج حاکی از تایید کلیه فرضیات مطرح شده می باشد.

کلمات کلیدی:

کانال توزیع، خرده فروشی، بازاریابی، برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/504699>

