

عنوان مقاله:

انتخاب سیستم توزیع بهینه در زنجیره تامین (IIEC 2017)

محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

فایزه تشویق - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

علی محمد کیمیگری - دانشیار دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

محسن کیوانلو - استاد مدعو دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

خلاصه مقاله:

امروزه شرکتها به طور پیوسته در جستجوی روشی برای بهبود عملکردشان به ویژه در بازارهای رقابتی هستند. در این راستا، انتقال کالاهای تولیدی به بازارهای هدف، یکی از مهمترین چالشهای مدیران بازاریابی و تولیدکنندگان است. بر این اساس تصمیم گیری در خصوص شیوه انتقال کالا به محل خرید یا مصرف، از جمله تصمیمات مهمی است که مدیر بازاریابی با آن مواجه است. تولیدکننده یا عمدهفروش باید در مورد چگونگی توزیع محصولات تصمیم بگیرد. توزیع باید به گونهای صورت گیرد که هنگام نیاز به محصول فروش و عرضه آن تسهیل شود. همچنین این متغیر باید با سایر زمینه های استراتژی بازاریابی یعنی محصول و قیمتسازگاری داشته باشد. به عنوان مثال یک محصول با کیفیت بالا به تنهایی برای بالا بودن قیمت محصول کافی نیست و لازم است که سیستم توزیع نیز کیفیت مشابهی داشته باشد. برایتصمیم گیری در مورد چگونگی توزیع، کارآفرین باید عواملی مانندکانال های توزیع و تعداد واسطه ها را بشناسد. شبکه توزیع بخشباز نظام اقتصادی کشور می باشد که تحولات اقتصادی کشور در تعیین کارکرد و ساختار آن موثر است. این شبکه حلقه رابط بینتولیدکنندگان و مصرف کنندگان و متشکل از عواملی است که بایکدیگر ارتباط متقابل دارند و عمل توزیع کالاها را انجام می دهند.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/648669>

