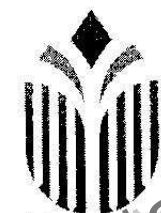


بررسی تأثیر پاداش نقدی در افزایش فروش

مؤلف: مسعود سلیمی

www.ketab.ir

سرشناسه: سلیمی، مسعود، ۱۳۴۲ -
 عنوان و نام پدیدآور: بررسی تأثیر پاداش نقدی در افزایش فروش / مسعود سلیمی.
 مشخصات نشر: تهران: انتشارات علوم و فنون کاربردی، ۱۴۰۰.
 مشخصات ظاهری: ۱۳۴ ص.
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۸۳۲-۴-۱
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 یادداشت: کتابنامه.
 موضوع: فروشندگان -- حقوق و دستمزد -- Sales personnel -- Salaries, etc.
 فروشگاه‌های زنجیره‌ای -- مدیریت Chain stores -- Management
 حقوق و دستمزد -- مدیریت Compensation management
 نظام پاداش‌پردازی -- ایران Iran -- Bonus system
 رده بندی کنگره: HF۵۴۳۹/۷
 رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۰۰۶۸
 شماره کتابشناسی ملی: ۸۷۸۳۳۴۶
 اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا



کتابخانه ملی
 سازمان اسناد و کتابخانه ملی
 جمهوری اسلامی ایران

بررسی تأثیر پاداش نقدی در افزایش فروش

مؤلف: مسعود سلیمی
 انتشارات: علوم و فنون کاربردی
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۸۳۲-۴-۱
 نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۱
 قیمت: ۷۰,۰۰۰ تومان
 شمارگان: ۱۰۰ نسخه

نارمک - خ دردشت - خ گلبرگ شرقی (جانبازان

شرقی) - پلاک ۲۸۰ - کد پستی ۱۶۵۱۸۵۵۴۱۳

۷۷۹۵۳۰۵۹



فهرست

مقدمه	۹
فصل اول: چارچوب تحقیق	۱۱
۱-۱ بیان کلی مسئله تحقیق	۱۳
وظایف مدیریت پرسنلی	۱۴
۲-۱ هدف و اهمیت تحقیق	۱۵
۳-۱ پیشینه تحقیق (ادبیات مربوطه)	۱۷
۴-۱ فرضیه های تحقیق	۲۰
۵-۱ قلمرو تحقیق - محدوده تحقیق - ناحیه مورد مطالعه	۲۰
۶-۱ مراحل و روش تحقیق	۲۱
۷-۱ مدل تحقیق	۲۱
۸-۱ محدودیت های تحقیق	۲۳
۹-۱ تعریف اصطلاحات و مفاهیم	۲۴
فصل دوم: مبانی نظری و تئوریک تحقیق (ادبیات موضوعی)	۲۵
۱-۲ مقدمه	۲۷
۲-۲ فروشگاه	۲۸
۳-۲ ماهیت فروشگاه های بزرگ	۲۹
۴-۲ فروشگاه های بزرگ زنجیره ای	۳۱
۵-۲ برخی از مشخصات مهم و برجسته فروشگاه های زنجیره ای عبارتند از:	۳۲
۶-۲ مزایای فروشگاه های زنجیره ای بزرگ	۳۳
۱-۶-۲ برای صاحبان سهام	۳۳
۲-۶-۲ برای مصرف کنندگان	۳۵
۳-۶-۲ برای جامعه	۳۶
۷-۲ شبکه فروشگاه های بزرگ زنجیره ای	۳۷
۸-۲ شبکه سنتی توزیع کالا	۳۸
۹-۲ معرفی فروشگاه های زنجیره ای در ایران	۳۹
۱۰-۲ تجربه ایران در مورد فروشگاه های بزرگ زنجیره ای	۴۲

- ۱۱-۲ اثرات فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند بر کل اقتصاد ایران ۴۴
- ۱۲-۲ تاریخچه فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایران ۴۶
- ۱۳-۲ نگاهی گذرا به بخش توزیع در کشور ۴۹
- ۱۴-۲ بهره‌وری و کارایی نظام توزیع رایج کشور ۵۱
- ۱۵-۲ دلایل موافق با لزوم گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور: ۵۳
- ۱-۱۵-۲ کاهش هزینه‌ها ۵۳
- ۲-۱۵-۲ راحتی نسبی مصرف‌کننده ۵۳
- ۳-۱۵-۲ کاهش هزینه‌ها و اتلاف منابع ۵۳
- ۴-۱۵-۲ هدایت و برنامه‌ریزی و نظارت بر توزیع ۵۴
- ۱۶-۲ دلایل مخالف با لزوم ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای ۵۴
- ۱-۱۶-۲ رویکرد نظری ۵۴
- ۲-۱۶-۲ راحتی مصرف‌کننده ۵۴
- ۳-۱۶-۲ پایین بودن احتمال موفقیت در رقابت با بازار سنتی ۵۵
- ۱۷-۲ رسالت و جایگاه زنجیره‌ای‌ها در کشور ۵۵
- ۱۸-۲ برخی از شرایط موفقیت یک فروشگاه زنجیره‌ای سراسری (مثلاً شهروند) در کشور ۵۶
- ۱-۱۸-۲ مدیریت کارآمد ۵۷
- ۲-۱۸-۲ تشکیلات قابل انعطاف و اقتضایی ۶۶
- ۳-۱۸-۲ اولویت به عمده‌فروشی ۶۷
- ۴-۱۸-۲ ساختار تشکیلاتی مجزای عمده/خرده‌فروشی ۶۹
- ۵-۱۸-۲ نظام تأمین کالا ۷۰
- ۶-۱۸-۲ جلب شرکتهای خارجی ۷۳
- ۷-۱۸-۲ خدمات جنبی و عام المنفعه ۷۴
- ۱۹-۲ پاداش ۷۵
- ۲۰-۲ سلسله‌مراتب نیازهای مازلو ۷۸
- ۲۱-۲ کارایی فنون انگیزش ۸۰
- ۲۲-۲ انگیزاننده پولی ۸۱
- ۲۳-۲ نظریه تک انگیزه‌ای «پاداش نقدی» ۸۳
- ۲۴-۲ نظریه تجزیه و تحلیل مسیر و هدف ۸۴
- ۲۵-۲ الگوی توقع (انتظار) ۸۵

۸۹.....	۲-۲۶ انواع و خصوصیات پاداش‌ها
۸۹.....	۲-۲۶-۱ اهمیت
۹۰.....	۲-۲۶-۲ انعطاف‌پذیری در تعداد
۹۰.....	۲-۲۶-۳ دفعات
۹۰.....	۲-۲۶-۴ عینی و واقعی بودن

۹۱.....	فصل سوم: طرح تحقیق، روش‌های گردآوری و متدولوژی تحقیق
۹۳.....	۳-۱ مقدمه
۹۴.....	۳-۲ فرضیه‌ها
۹۴.....	۳-۳ روش تحقیق
۹۵.....	۳-۴ جامعه آماری
۹۵.....	۳-۵ حجم نمونه و روش نمونه برداری
۹۵.....	۳-۶ ابزار اندازه‌گیری
۹۵.....	۳-۷ محدودیت‌های تحقیق
۹۶.....	۳-۸ روایی و اعتبار ابزار اندازه‌گیری
۹۶.....	۳-۹ روش‌های آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها

۹۹.....	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته‌های تحقیق
۱۰۱.....	۴-۱ مقدمه
۱۰۲.....	۴-۲ روش‌های توصیفی و تحلیل‌های آن
۱۰۷.....	۴-۳ روش‌های استنباطی و تحلیلی
۱۰۷.....	۴-۳-۱ بررسی فرضیه اول
۱۱۰.....	۴-۳-۲ بررسی فرضیه دوم
۱۱۱.....	۴-۳-۳ بررسی فرضیه سوم

۱۱۳.....	فصل پنجم: نتایج یافته‌های تحقیق و پاسخ‌ها
۱۱۵.....	۵-۱ مقدمه
۱۱۵.....	۵-۲ یافته‌های تحقیق
۱۱۷.....	۵-۲-۱ یافته‌های تحقیق با فرضیه اول
۱۱۷.....	۵-۲-۲ یافته‌های تحقیق با فرضیه دوم
۱۱۸.....	۵-۲-۳ یافته‌های تحقیق با فرضیه سوم

فصل ششم: خلاصه تحقیق، نتیجه گیری ها و پیشنهادات ۱۱۹

۱-۶ خلاصه تحقیق ۱۲۱

۲-۶ نتیجه گیری ۱۲۴

۳-۶ پیشنهاد های تحقیق ۱۲۶

منابع و مآخذ ۱۲۹

فهرست منابع داخلی ۱۳۱

فهرست منابع خارجی ۱۳۳