

عنوان مقاله:

نقش تعدیل کننده جنسیت در رابطه بین شکل سازمانی و عملکرد در صنعت سوپرمارکت اسپانیا

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی یافته های نوین در مدیریت، روان شناسی و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

نوید حبیبی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، مشهد، ایران

احمد بهروزارج - دانشجوی ترم سوم کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق به دنبال کشف چگونگی شکل سازمانی (امتیاز دهی و شرکت های عمودی) ۳۰۵ سوپرمارکت است. متعلق به یک زنجیره امتیاز اسپانیایی بر عملکرد در سطح واحد که از طریق سه شاخص کلیدی عملکرد که معمولا در ادبیات خرده فروشی استفاده میشوند اندازه گیری میشود: فروش به ازای هر متر مربع، فروش به ازای هر کارمند و امتیازهای کیفیت خدمات، تاثیر می گذارد. علاوه بر این، ما نقش تعدیل کننده جنسیت مدیر را در هر سوپرمارکت جداگانه ارزیابی می کنیم. ما سوالات تحقیق را با استفاده از تجزیه و تحلیل های چند متغیره، با مجموعه داده های پانلی که شامل داده های فصلی در سطح تاسیسات است که دوره ژانویه ۲۰۱۷ تا دسامبر ۲۰۱۹ را پوشش میدهد، تجزیه و تحلیل کرده ایم. ما دریافتیم که سوپرمارکت های دارای امتیاز فروش بالاتری را هم در هر متر مربع و هم به ازای هر کارمند نسبت به یکپارچه سازی عمودی ثبت می کنند. آنهایی که این تاثیر مثبت امتیازدهی در موسساتی که توسط زنان اداره می شود کمتر از موسساتی است که توسط مردان اداره می شود. این یافته ها همچنین نشان می دهد که سوپرمارکت های دارای حق امتیاز امتیازات کیفیت خدمات پایین تری نسبت به هم تایان متعلق به شرکت خود ثبت میکنند، و این اثر منفی دوباره در موسساتی که توسط زنان اداره میشوند کمتر از آنهایی است که توسط مردان اداره می شوند.

کلمات کلیدی:

مالکیت شرکت، فرانشیز، جنسیت، کارایی، فروش به ازای هر کارمند، فروش هر متر مربع، کیفیت خدمات، صنعت سوپرمارکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1517886>

