

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد نوآوری خدمات بر جذابیت نسبی فروشگاه با نقش میانجی نوآوری در خدمات تحمیلی (مطالعه موردی: فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش)

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

دنیا باوی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران

خلاصه مقاله:

خرده فروشی یکی از صنایعی است که بیش از همه تحت تاثیر همه گیری کووید-۱۹ قرار می گیرد. شرکت های خرده فروشی مجبور شده اند با توسعه و معرفی نوآوری های خدماتی با هدف بهبود ایمنی مشتری، فعالیت های خود را با همه گیری کووید-۱۹ سازگار کنند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر ابعاد نوآوری خدمات بر جذابیت نسبی فروشگاه با نقش میانجی نوآوری در خدمات تحمیلی انجام شد. این پژوهش با هدف کاربردی و از نوع توصیفی-پژوهشی است. جامعه آماری پژوهش را مشتریان فروشگاه های افق کوروش در سراسر کشور تشکیل داد و تعداد اندازه نمونه به دلیل نامحدود بودن جامعه به کمک فرمول کوکران به تعداد ۳۸۴ نفر تعیین شد. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد پیلاوا و همکاران (۲۰۲۲) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی، آمار استنباطی و معادلات ساختاری صورت گرفت. این مطالعه پیشنهاداتی را جهت بهبود عملکرد خرده فروشی ها در شرایط اضطراری همچون کووید-۱۹ ارائه می دهد و همچنین به خرده فروشان کمک می کند تا در چنین مواقعی، سطح فعلی عملکرد و فعالیت خود را حفظ نموده و به کمک نوآوری در خدمات تحمیلی با توجه به شرایط پیش رو، همچنان به فعالیت خود ادامه دهند. یافته ها نشان داد ابعاد نوآوری خدمات با نقش میانجی نوآوری در خدمات تحمیلی بر جذابیت نسبی فروشگاه تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

ابعاد نوآوری، جذابیت نسبی فروشگاه، نوآوری در خدمات تحمیلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1604863>

