

Зелеке Ворку

Аналіз факторів впливу на лояльність клієнтів на малих підприємствах

Дослідження було проведено шляхом збору даних від 608 клієнтів мігруючих ритейлерів у Західній Преторії у Південній Африці для визначення соціально-економічних факторів впливу на лояльність клієнтів. Дані було зібрано від підходящих респондентів за допомогою попередньо апробованого, затвердженого та стандартизованого опитування. Результати опитування свідчать про лояльність до ритейлерів з боку 69% клієнтів. Біля 68% клієнтів показали позитивне ставлення. Біля 68% ритейлерів використали ефективні методи рекламування своїх товарів потенційним клієнтам. Біля 69% ритейлерів надали своїм клієнтам послуги задовільної якості. Біля 67% клієнтів були лояльними до брендів ритейлерів. Факторний аналіз було використано для визначення трьох факторів впливу на лояльність клієнтів, а саме підприємницькі навички, маркетингові навички і відпускна ціна, згідно з якими відсоткова частка дисперсії складає 92,58%.

Ключові слова: лояльність клієнтів, сектор роздрібної торгівлі, мігруючі ритейлери, факторний аналіз

Класифікація JEL: C34, D12, D13



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Зелеке Ворку

Анализ факторов влияния на лояльность клиентов на малых предприятиях

Исследование было проведено путем сбора данных от 608 клиентов мигрирующих ритейлеров в Западной Претории в Южной Африке для определения социально-экономических факторов влияния на лояльность клиентов. Данные были собраны от подходящих респондентов с помощью предварительно апробированного, утвержденного и стандартизированного опроса. Результаты опроса свидетельствуют о лояльности к ритейлерам со стороны 69% клиентов. Около 68% клиентов показали позитивное отношение. Около 68% ритейлеров использовали эффективные методы рекламирования своих товаров потенциальным клиентам. Около 69% ритейлеров предоставили своим клиентам услуги удовлетворительного качества. Около 67% клиентов были лояльными к брендам ритейлеров. Факторный анализ был использован для определения трех факторов влияния на лояльность клиентов, а именно предпринимательские навыки, маркетинговые навыки и отпускная цена, согласно которым процентная доля дисперсии составляет 92,58%.

Ключевые слова: лояльность клиентов, сектор розничной торговли, мигрирующие ритейлеры, факторный анализ

Классификация JEL: C34, D12, D13



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.