

Амгад С. Д. Халед, Набил Мохамед Алабсі, Ейсса А. Аль-Хомайді, Абдулмалек М. М. Саїд

Вплив COVID-19 на результати діяльності роздрібних компаній: емпіричні дані з Індії

Мета статті – синтезувати виклики, з якими стикаються роздрібні компанії під час COVID-19. Дослідження є завершеним, інформативним і базується на єдиній схемі досліджень методом поперечних зрізів. На основі дослідницького інструмента (анкети) зібрано кількісні дані. Від працівників великих роздрібних магазинів Індії отримано п'ятсот відповідей. Ефективність роздрібної торгівлі використано як залежну змінну, тоді як добробут працівників, захист клієнтів та торгової марки, використання технологій, державну політику та ланцюг постачання розглянуто в ролі незалежних змінних. Результати показали, що добробут працівників і політика уряду, захист споживачів і торгових марок, використання технологій та ланцюг постачання мають суттєвий позитивний вплив на ефективність роботи роздрібних компаній. Результати дослідження допоможуть роздрібним продавцям розробити стратегії для своїх працівників щодо їх захисту та розуміння потреби в новітніх технологіях. Наголошено на необхідності гнучкості при впровадженні стратегій та розробки керівництвом роздрібних підприємств комплексних планів і дій, зокрема відбору керівників ініціатив та визначення цілей і термінів. З огляду на те, що нинішня реальність сектору роздрібної торгівлі відрізняється від звичної старої, не можна витратити час на необачні дії.

Ключові слова: COVID-19, результати діяльності роздрібних компаній, політика уряду, Індія

Класифікація JEL: M31, M39



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.

Амгад С. Д. Халед, Набил Мохамед Алабси, Эйсса А. Аль-Хомайди, Абдулмалек М. М. Саид

Влияние COVID-19 на результаты деятельности розничных компаний: эмпирические данные из Индии

Цель статьи – синтезировать вызовы, с которыми сталкиваются розничные компании во время COVID-19. Исследование является завершённым, информативным и базируется на единой схеме исследований методом поперечных срезов. На основе исследовательского инструмента (анкеты) собраны количественные данные. От работников крупных розничных магазинов получены пятьсот ответов. Эффективность розничной торговли использована в качестве зависимой переменной, в то время как благосостояние сотрудников, защита клиентов и торговой марки, использование технологий, государственная политика и цепочка снабжения рассматриваются в качестве независимых переменных. Результаты показали, что благосостояние сотрудников и политика правительства, защита потребителей и торговых марок, использование технологий и цепочка поставок оказывают существенное положительное влияние на эффективность работы розничных компаний. Результаты исследования помогут розничным торговцам разработать стратегии для своих сотрудников относительно их защиты и понимания потребности в новейших технологиях. Акцентируется внимание на необходимости гибкости при внедрении стратегий и разработке руководством розничных предприятий комплексных планов и действий, в частности отбора руководителей инициатив и определения целей и сроков. Исходя из того, что нынешняя реальность сектора розничной торговли отличается от привычной старой, нельзя тратить время на необдуманные действия.

Ключевые слова: COVID-19, результаты деятельности розничных компаний, политика правительства, Индия

Классификация JEL: M31, M39



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.