

Кавіта Інгале, Маніша Паллівал, Сучіта Джа, Гхазал Масаррат, Сучітра Кодлекере, Шрейя Шедж

Радість клієнтів: оцінка якості послуг та задоволення клієнтів при користуванні опцією самовивозу в роздрібних спортивних магазинах

Діджиталізація спричинила зміни у всіх сферах, в той час як технології повністю змінили клієнтський досвід. Однією з найбільш використовуваних технологій у роздрібних магазинах є послуга самовивозу. Метою дослідження є аналіз факторів впливу на користування клієнтами опцією самовивозу та оцінка їх впливу на якість послуг і задоволення клієнтів. Під час дослідження для перевірки концептуальної моделі було використано позитивістський підхід на основі моделі Даблокера. Після попереднього опитування 330 респондентів було визначено 99 споживачів, які користувалися опцією самовивозу. З огляду на вимогу щодо невеликого розміру вибірки зібрані дані було проаналізовано за допомогою моделювання структурними рівняннями та методу найменших квадратів. Виявлено позитивний вплив усіх незалежних показників на якість послуг, а також позитивний вплив сприйняття контролю, простоти використання, надійності, задоволення, швидкості, захоплення і відкритості на якість послуг. Зроблено висновок про те, що простота використання, з показником відхилення 2,451, а також відкритість до досвіду, показують важливість визначення незалежних показників для якості послуг. Результати дослідження вказують на те, що в першу чергу на якість послуг впливають простота використання, задоволення та відкритість до досвіду. Підкреслюється, що деякі клієнти роздрібних магазинів швидше за все будуть почуватися розчарованими, а не задоволеними від технології самообслуговування, вважаючи її менш надійною. Запропоновано впровадження відкритості до досвіду та захопливого шопінгу в роздрібних магазинах, що може підвищити рівень задоволення та лояльності клієнтів. Впровадження захопливого інтерактивного досвіду покупок, що мотивує клієнтів відкривати нові продукти та послуги, врешті-решт покращить думку про якість послуг та задоволення клієнтів.

Ключові слова: самовивіз, технологія самообслуговування, роздрібні спортивні магазини, модель Даблокера, якість послуг, задоволення клієнтів

Класифікація JEL: M31, L81, O33



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.