

عنوان مقاله:

پیش بینی نیت رفتاری مشتریان در فروشگاه ها بر اساس هوش هیجانی

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

محمد حسن زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار دانشگاه تهران (پردیس بین المللی ارس)

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر پیش بینی نیت رفتاری مشتریان در فروشگاه ها بر اساس هوش هیجانی بود. تحقیق حاضر توصیفی است. جامعه آماری پژوهش کلیه مشتریان فروشگاه های زنجیره ای و نمونه آماری تعداد ۶۷۳ نفر از مشتریان فروشگاه های زنجیره ای بود که به شیوه غیرتصادفی در دسترس انتخاب شدند. برای گردآوری داده های تحقیق از دو پرسشنامه استاندارد شامل پرسشنامه هوش هیجانی بار-آن (۲۰۱۸) و پرسشنامه نیت رفتاری مشتریان ژوی و هوانگ (۲۰۱۲) استفاده شد. روایی این پرسشنامه با جویا شدن نظر متخصصان حاصل شد و پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده و به ترتیب ۰/۸۲ و ۰/۷۹۹ به دست آمده است. داده ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون تحلیل شد و نتایج نشان داد می توان نیت رفتاری مشتریان در فروشگاه ها را بر اساس هوش هیجانی پیش بینی کرد.

کلمات کلیدی:

هوش هیجانی، نیت رفتاری، فروشگاه های زنجیره ای.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557675>

