

عنوان مقاله:

نقش هوش هیجانی در نیات رفتاری مشتریان در فروشگاه های زنجیره ای

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات میان رشته ای مدیریت بازاریابی، دوره 1، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد حسن زاده - دانشجوی مدیریت دانشگاه تهران

محمد حقیقی - دانشیار دانشگاه تهران (نویسنده مسوول)

علی صالحی - مدعو دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش هوش هیجانی بر نیات رفتاری مشتریان در فروشگاه های زنجیره ای بود. تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی، از نظر ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی و همبستگی است. از نظر روش گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات میدانی محسوب می شود. جامعه آماری پژوهش کلیه مشتریان فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش و نمونه آماری تعداد ۳۷۶ نفر از مشتریان فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش بود که به شیوه غیرتصادفی در دسترس انتخاب شدند. برای گردآوری داده های تحقیق از سه پرسشنامه استاندارد شامل پرسشنامه هوش هیجانی بار-آن (۲۰۱۸) و پرسشنامه نیات 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 که هوش هیجانی بر نیات رفتاری و خرده مقیاس های آن نقش دارد. استفاده از استراتژی های هوش هیجانی اطمینان می دهد که به طور صحیح با مشتریان رفتار کرد که به نوبه خود، به گسترش سریع تر کسب و کار کمک می نمایند. هوش هیجانی شناخت احساسات و هیجانات خود و دیگران و مدیریت آنها به گونه ای که باعث رشد فردی و سازمانی و شغلی شود.

کلمات کلیدی:

"هوش هیجانی"، "نیات رفتاری"، "مشتری"، "فروشگاه های زنجیره ای"، "افق کوروش"

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1733899>

