

بررسی تاثیر هوش هیجانی و کیفیت رابطه بر بهبود اکوسیستم های پلتفرم های آنلاین در شرکت دی جی کالا (مطالعه موردی شهرستان ساری)

سید یاسر قاسمی^۱

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۳/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۹

چکیده

پلتفرم آنلاین به عنوان یکی از کاربردی ترین و موفق ترین راه های ارتباط بین فروشندگان و خریداران و کسب درآمد تبدیل شده اند، این پلتفرم ها در عصر اینترنت موبایل و اقتصاد مشارکتی، روز به روز محبوب تر می شود. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر هوش هیجانی و کیفیت رابطه بر بهبود اکوسیستم های پلتفرم های آنلاین (مطالعه موردی، شرکت دیجی کالا) می پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از جهت شیوه جمع آوری اطلاعات توصیفی/پیمایشی محسوب می شود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و از آزمون رگرسیون و معادلات ساختاری جهت سنجش فرضیه ها با استفاده از نرم افزار SPSS و لیزرل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می دهد که هوش هیجانی مشتریان، تأثیر مثبتی بر کیفیت روابط بین مشتریان و ارائه دهندگان خدمات و کیفیت روابط بین مشتریان و پلتفرم های آنلاین دارد. کیفیت رابطه بین مشتریان و ارائه دهندگان خدمات تأثیر مثبتی بر کیفیت رابطه بین مشتریان و پلتفرم های آنلاین دارد، کیفیت ارتباط بین مشتریان و پلتفرم های آنلاین تأثیر مثبت بر وفاداری مشتری به پلتفرم آنلاین دارد.

کلمات کلیدی: اکوسیستم پلتفرم آنلاین، هوش هیجانی، کیفیت رابطه، وفاداری مشتری به پلتفرم آنلاین

^۱ کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بین الملل، موسسه آموزش عالی ادیب مازندران شهرستان ساری