

# ẢNH HƯỞNG CỦA TRÍ TUỆ CẢM XÚC VÀ CHUẨN MỰC XÃ HỘI ĐẾN HÀNH VI PHÀN NÀN CỦA KHÁCH HÀNG

Phạm Văn Hạnh, Nguyễn Văn Hùng,

## TÓM TẮT:

Hành vi phàn nàn của khách hàng là rất quan trọng với các hãng dịch vụ. Hiểu được hành vi phàn nàn của khách hàng có thể giúp các hãng dịch vụ giảm rủi ro của việc mất những khách hàng hiện tại, giúp cho các hãng nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua việc tiếp nhận thông tin phản hồi từ những phàn nàn của khách hàng. Tuy nhiên, không phải tất cả khách hàng bực mình đều phàn nàn với nhà cung cấp. Nghiên cứu này nghiên cứu nguyên nhân tại sao khách hàng bực mình lại không phàn nàn trên giác độ hành vi khách hàng kiểm soát cảm xúc của mình. Bằng cách giải thích hành vi phàn nàn của khách hàng như là một quá trình cảm xúc, bài viết này chỉ ra vai trò của việc kiểm soát cảm xúc như là vai trò trung gian giữa cảm giác bực mình và xu hướng phàn nàn. Nghiên cứu này cũng nghiên cứu ảnh hưởng của trí tuệ cảm xúc của khách hàng và chuẩn mực xã hội đến hành vi phàn nàn của khách hàng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, khách hàng kiểm soát cảm xúc của mình và chính hành vi này sẽ ảnh hưởng đến xu hướng phàn nàn của họ. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, khách hàng nhận thức áp lực xã hội cao hoặc khách hàng có mức độ trí tuệ cảm xúc cao sẽ tham gia nhiều hơn vào hành vi kiểm soát cảm xúc và có xu hướng ít phàn nàn với nhà cung cấp so với những khách hàng nhận thức áp lực xã hội thấp hoặc có mức độ trí tuệ cảm xúc thấp.