

International Conference on Management

بررسی تاثیر نوع رفتار فروشنده بر وفاداری مشتریان (مورد
مطالعه: فروشگاه زنجیره ای شهروند شهرستان میاندوآب)

داریوش بخشی^۱

اگرچه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، میاندوآب، ایران.
آدرس پست الکترونیک (daryooshbakhshi@yahoo.com)

چکیده

این پژوهش به بررسی تاثیر نوع رفتار فروشنده (رفتار اخلاق مدارانه) بر وفاداری مشتریان در فروشگاه زنجیره ای شهروند شهرستان میاندوآب می پردازد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی پیمایشی و بر اساس نوع هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه مشتریان فروشگاه زنجیره ای شهروند بوده که از این جامعه آماری بصورت تصادفی تعداد ۱۹۰ نفر نمونه انتخاب شده و مورد بررسی قرار گرفت. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده و برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون ها همبستگی و رگرسیون استفاده گردید. از آنجایی که لیست کاملی از تمامی مشتریان در دسترس نبوده است لذا افراد نمونه از میان کسانی انتخاب شده است که برای خرید مراجعه نموده اند. یافته های پژوهش ارتباط مثبت و معنی داری ما بین رعایت مسائل اخلاقی فروشنده و وفاداری مشتریان را نشان می دهد.

واژه های کلیدی رفتار فروش اخلاق مدارانه، وفاداری مشتری، رضایت مشتری