

عنوان مقاله:

تعیین تاثیر عوامل مختلف (شخصیت و شواهد) برند بر خرید مشتریان (منطقه آزاد تجاری-صنعتی ارس)

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت ، اقتصاد و بانکداری اسلامی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ساعد مومنی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (تجارت الکترونیک) دانشگاه آزاد اسلامی جلفا

حامد پور حسینی - کارشناس ارشد مهندسی سازه دانشگاه ارومیه

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر تعیین تاثیر شخصیت و شواهد برند بر وفاداری مشتریان در منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس می باشد. جامع آماری در این پژوهش کلیه مشتریان واقع در منطقه آزاد ارس که از فروشگاه ها خرید خود را انجام می دهند می باشد و با توجه به در دسترس نبودن آمار این جامعه نامحدود فرض شده است. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است، قلمرو زمانی پژوهش حاضر شش ماهه اول سال 1397 و قلمرو مکانی منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، تحقیقی کاربردی بوده و از لحاظ روش تحقیق جزء تحقیقات توصیفی پیمایشی می باشد. روایی و پایایی پرسشنامه مورد تایید بوده و مشخص شد که عوامل شخصیت برند و شواهد برند بر خرید مشتریان در منطقه آزاد تجار صنعتی ارس تاثیرگذارند.

کلمات کلیدی:

شخصیت برند، خری مشتریان، منطقه آزاد تجاری، صنعتی ارس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1115160>

