

## عنوان مقاله:

تاثیر وفاداری مشتریان بر کسب مزیت رقابتی پایدار

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

سپیده نعمتی خرم آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی راهیان نوین ساری

سیدمحمد باقری - استادیار دانشگاه پیام نور

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر وفاداری مشتریان بر کسب مزیت رقابتی پایدار در شرکت های لوازم آرایشی بهداشتی میباشد. این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از لحاظ جمع آوری اطلاعات از نوع توصیفی باشد. جامعه آماری این پژوهش را فعالان حوزه لوازم آرایشی بهداشتی به تعداد ۷۰۰ نفر تشکیل میدهند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۰۰ نفر محاسبه شد. برای تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان میدهد که وفاداری مشتری بر روی مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معنادار دارد.

## کلمات کلیدی:

وفاداری مشتری، مزیت رقابتی پایدار، کسب و کار کوچک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1307011>

