

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ارزش ویژه برند و رفتار خرید مصرف کنندگان براساس مدل نت مایر (مطالعه موردی: شرکت گندم دشت مشهد)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

حسن دانایی - استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام، تربت جام، ایران

مهدی دارینی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام، تربت جام، ایران

سیما وحدتی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام، تربت جام، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین ارزش ویژه برند و رفتار خرید مصرف کنندگان بر اساس مدل نت مایر انجام گرفته است. ارزش ویژه برند با توجه به فضای رقابتی موجود از اهمیت دو چندان برخوردار است. با توجه به گسترش روز افزون و اهمیت جایگاه نان در سبد غذایی خانواده ها ایجاد یک فضای ذهنی مثبت در راستای ترجیح خرید به یک برند خاص نان بسیار مهم است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه خریداران نان مزرعه از نمایندگی های این شرکت در شهر مشهد که تعداد کل آنها نا محدود می باشد، روش نمونه گیری تصادفی ساده در نظر گرفته شد. هر نمایندگی فروش نان مزرعه در شهر مشهد یک طبقه و هر خریدار نان مزرعه در شهر مشهد یک واحد نمونه در نظر گرفته شد. حجم نمونه آماری این تحقیق که با استفاده از روش فرمول کوکران 165 نفر می باشد. در این تحقیق برای پاسخ به سؤال ها ی پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردیده است. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه 0/9224 بدست آمد. ضمناً نتایج حاصل از آزمون کولوموگروف اسمیرنف نشان داد که همه متغیر های تحت بررسی غیر نرمال هستند. اطلاعات حاصل از پرسشنامه ها با استفاده از آزمون های آماری همبستگی اسپیرمن تحلیل و بررسی شد. نتیجه اینکه، بین ارزش ویژه برند و رفتار خرید مصرف کنندگان بر اساس مدل نت مایر ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد. بین کیفیت ادراک شده، ارزش ادراک شده بر اساس هزینه، منحصر به فرد بودن، تمایل به پرداخت قیمت بالا تر، آگاهی از برند، آشنایی با برند، محبوبیت برند، پیوندهای سازمانی و پایداری تصویر برند نان مزرعه و رفتار خرید مصرف کنندگان ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

ارزش ویژه برند ، رفتار خرید مصرف کنندگان، مدل نت مایر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/301606>

