

عنوان مقاله:

رابطه میان آرم سازمان، تصویر و شهرت سازمان از طریق برداشت های مشتری

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت نوین در افق 1404 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سمانه خوش زبان - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

فتانه علیزاده مشکانی - دکتری مدیریت بازرگانی، استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

آرم یک سازمان مانند زبانی است که مستقل از اطلاعات کلامی، با مشتریان ارتباط برقرار می کند، هویت سازمانی را منعکس و به شکل گیری تصویر سازمان در جهت مثبت کمک می کند. تصویر یک سازمان بیانگر اولین برداشت ذهنی است که مخاطبان از سازمان دریافت می کنند، از سوی دیگر شهرت سازمان نشان دهنده یک قضاوت ارزشی درباره ویژگی های آن است. شهرت پیامد تصویر ذهنی مطلوب نسبت به آن سازمان در ذهن ذینفعان می باشد. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه میان آرم سازمان، تصویر و شهرت سازمان از طریق برداشت های مشتریان بانک ملی می باشد. این تحقیق از نوع توصیفی می باشد و از نظر هدف، کاربردی است. روش انجام پژوهش نیز به صورت پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان بانک ملی در شعب شهر تهران می باشد که با استفاده از فرمول جامعه نامحدود کوکران تعداد نمونه 384 برآورد گردید. وسیله اندازه گیری پرسشنامه می باشد که در آن گویه هایی در طیف پنج گزینه ای لیکرت برای سنجش متغیرهای مستقل و وابسته طراحی شده است. روش آماری مورد استفاده برای سنجش پایایی پرسشنامه آلفای کرونباخ و برای آزمون فرضیه ها همبستگی پیرسون می باشد که داده های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS 21- مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. مطلوبیت نام، فونت، طرح و رنگ آرم به عنوان اجزای اصلی یک آرم بر مطلوبیت آن تأثیرگذار بوده و روابط بین آنها در این پژوهش معنادار بوده است. آرم سازمان هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم از طریق آشنایی مشتریان با خدمات بانک و شناخت خدمات آن بر تصویر سازمان در ذهن مشتریان اثرگذار بوده است. اثر مطلوبیت آرم بر نگرش نسبت به مطلوبیت تبلیغات، معنادار نشده است. نهایتاً تصویر سازمان تأثیر بسیار قوی بر شهرت آن از دیدگاه مشتریان داشته است.

کلمات کلیدی:

آرم، تصویر سازمان، شهرت سازمان، برداشت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550160>

