

عنوان مقاله:

تاثیر تعهد و اعتماد برند بر رفتار شهروندی مشتریان بواسطه وفاداری مورد مطالعه: هتل های پنج ستاره شهر مشهد

محل انتشار:

کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

علیرضا حدادیان - استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

نرگس اهنچیان - استادیار موسسه آموزش عالی حکمت رضوی مشهد

فاطمه فریدون نیا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی حکمت رضوی مشهد

خلاصه مقاله:

بسیاری از نظریه پردازان، مدیران و پژوهشگران، دنیای آینده بازاریابی را جهان مدیریت برند و فعالیت های پیرامون آن نام نهاده اند. شاید هیچ سرمایه ای بیش از یک نام قدرتمند، معتبر و ارزش آفرین برای سازمان ها، کارآمد نباشد. امروزه برند دیگر تنها یک ابزار کارآمد در دست مدیران نیست بلکه یک الزام استراتژیک است که سازمان ها را در جهت خلق ارزش بیشتر برای مشتریان و همچنین ایجاد مزیت های رقابتی پایدار کمک می کند. ساخت برند در خدمات و کالاها با هم متفاوت است، به این دلیل که در خداتی با سطح تعامل بالا با مشتری، ارایه خدمت در حین تعاملات متعدد در بین مشتری و ارایه دهنده صورت می گیرد. طی این تعاملات مشتری خدمت ارایه شده آن برند را تجربه می کند و با توجه به اینکه ایران از نظر گردشگری جزو کشورهای خوب می باشد ولی متأسفانه هنوز در صنعت هتلداری جایگاه خوبی ندارد تحقیق حاضر در مورد اثر تعهد و اعتماد برند بر رفتار شهروندی مشتریان به واسطه وفاداری که در هتل های پنج ستاره مشهد برای 385 مشتری که آن ها با روش نمونه گیری در دسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه با تایید روایی و پایایی آن استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها از روش معادلات ساختاری و تحلیل سلسله مراتبی، آزمون بارن و کنی نیز برای بررسی اثر میانجی گری متغیرها استفاده شد که فرضیه های تحقیق با نرم افزار اموس و اس پی اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که اعتماد برند با وفاداری برند و تعهد برند ارتباط دارد، تعهد برند با وفاداری برند و وفاداری برند با رفتار شهروندی برند، وفاداری برند نقش میانجی بین تعهد برند و اعتماد برند با رفتار شهروندی برند ایفا می کند.

کلمات کلیدی:

تعهد برند، اعتماد برند، وفاداری برند، رفتار شهروندی مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/591820>

