

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد برند شرکت های خدماتی بر وفاداری برند (مطالعه موردی شرکت همراه اول)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، کسب و کار و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

احمد علی پور - استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی کرج

پیام مکنونی - استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی کرج

علی حکمت - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی کرج

## خلاصه مقاله:

شرکت های خدماتی بویژه خدمات تلفن همراه بعنوان یکی از صنایع رو به رشد جامعه حاضر جهان و ایران می باشد که با توجه به افزایش تعداد اپراتور های ارایه خدمات موبایلی همچنین افزایش رقابت در بازار، نیازمند انجام تحقیقات متنوع و کسب نتایج روابط متغیرهایی است که پیشرفت در این بازار رقابتی و البته پر تحول را با اتخاذ استراتژی ها و تصمیمات بهتر و سنجیده تر، میسر سازد. با توجه به وجود فضای رقابتی حاکم بر جامعه در سال های آینده برای حفظ جایگاه مناسب در ذهن مشتریان به طوری که همچنان به شرکت ارتباطاتسیار(همراه اول) وفادار بمانند، عوامل بسیاری موثر است که وفاداری مشتریان یک عامل بارز در موفقیت کسب و کار یک شرکت خدماتی می باشد. بنابراین مطالعه حاضر در حوزه ی خدماتی شرکت ارتباطات سیار(همراه اول) صورت گرفته تا علاوه بر سنجش متغیرهای مذکور در شرایط فعلی، روابط بین آن ها نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. شایان ذکر است که آشکار شدن روابط بین متغیرهای مربوطه، می تواند گامی در جهت پیشرفت شرکت های خدماتی در داخل کشور نیز باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده های پژوهش نیز جزء تحقیقات توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. روش گردآوری داده ها و اطلاعات، میدانی و نیز ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه ی استاندارد می باشد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات، مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل بوده است. در نهایت با آزمودن فرضیه ها، نتایج تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد که بین شواهد برند با نگرش برند و شواهد برند با رضایتمندی و رضایتمندی با نگرش برند رابطه مثبت وجود دارد؛ همچنین بین گفتمانهای متداول با نگرش و گفتمان های متداول با شواهد برند و نگرش برند با وفاداری برند نیز ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد

## کلمات کلیدی:

همراه اول، برند، وفاداری برند، نگرش برند، رضایتمندی، شواهد برند، گفتمان های متداول

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715033>

