

عنوان مقاله:

تعیین میزان تاثیر عوامل کیفیت بر ارزش برند خودرو در کلاس جهانی

محل انتشار:

اولین کنگره بین المللی چشم انداز مدیریت کلاس جهانی در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مرتضی تنهافر - کارشناسی ارشد مهندسی کیفیت مرکز عملی کاربردی ایران خودرو کارشناسی ارشد فنی شرکت ایران خودرو

حسن فارسیجانی - دکتری مدیریت تولید دانشیار دانشگاه شهید بهشتی تهران

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر که دوران ادغام و جهانی شدن شرکت هاست. ارزش برند یک عامل کلیدی و تعیین کننده در ارزش شرکت و ارزش بازار سهام می باشد و این ارزش از تمایز بین محصولات و خدمات ارایه شده در بازار رقابتی بوجود می آید و این تمایز ناشی از کیفیت محصولات و خدمات می باشد. از دیدگاه مالی بهنگام خریداری، تصاحب یا ادغام و توسعه فعالیت های هر بنگاه اقتصادی آگاهی از ارزش خلق شده توسط برند شرکت از اساسی ترین عوامل در تصمیم گیری است. امروزه شرکت ها برای کاهش هزینه های خود سعی در سرمایه گذاری مشترک با یکدیگر داشته و در این راستا هرچه نام شرکت پراوازه تر باشد شرکت های دیگر برای این کار راغب تر می باشند. نتیجه معروف شدن شرکت و ادغام با شرکت های معتبر رشد دانش فنی و تولید محصولات با استانداردهای جهانی و ورود به بازارهای جهانی بوده که فروش و سودآوری زیاد را در بر خواهد داشت. در این تحقیق تلاش شده است تا براساس مدل مفهومی تحقیق، تاثیر مهم ترین عوامل کیفیت طبق تعریف گاروین شامل عملکرد، دوام، قابلیت اطمینان و زیبایی محصول بر ابعاد ارزش ویژه برند مبتنی بر نظر مصرف کننده طبق مدل معروف آکر شامل تداعی برند، آگاهی از برند، کیفیت درک شده و وفاداری به برند، فرضیه سازی شده و شرکت ایران خودرو به منظور مطالعه موردی انتخاب گردیده است که اطلاعات لازم با استفاده از پرسشنامه بصورت تصادفی در جامعه آماری مصرف کنندگان خودروهای سواری در داخل کشور و خبرگان طراحی خودرو با حجم نمونه 392 جمع آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آنالیز واریانس، تحلیل عاملی و مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است که نتایج آزمون ها نشان داد که کیفیت محصول و سه تا از ابعاد آن شامل زیبایی، عملکرد و قابلیت بر ارزش ویژه برند تاثیر معنی داری دارند ولی دوام محصول بر ارزش ویژه برند تاثیر معنی داری ندارد.

کلمات کلیدی:

ارزش برند، عوامل کیفیت، عملکرد، دوام، قابلیت، اطمینان، زیبایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/747138>

