

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ارزش ویژه برند کسب و کار مشتری محور بر شهرت و اعتبار برند (مورد مطالعه: رستوران های زنجیره ای شهر تهران)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

امیر مسعود زاده حسین محمد - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی نیما، مازندران، ایران

اعظم سازور - معاونت آموزشی، موسسه آموزش عالی نیما، محمودآباد، مازندران، ایران

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی حاضر، اکثر محققین بر این باورند که برند بخش مهمی از یک کسب و کار و دارایی های یک بنگاه را تشکیل می دهد و خیلی از کسب و کارها علاقه مند هستند که بیاموزند چطور یک برند موفق بسازند. یکی از الزامات ایجاد برندی قوی، شناخت هر یک از عوامل خلق ارزش ویژه برند است. ارزش ویژه برند با ایجاد وفاداری در مصرف کنندگان احتمال انتخاب برند را بالا می برد و شرکت ها میتوانند از این مزیت برای توسعه مجموعه محصولات خود بهره گیرند. در این پژوهش سعی شده است تا ارزش ویژه برند در رستوران های زنجیره ای مشتری گرا، بر مبنای اعتماد به برند و شهرت برند مورد بررسی قرار گیرد. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق از پرسشنامه مطالعه هان و همکاران (2015) اقتباس گشته است که پایایی و روایی آن مورد تأیید قرار بوده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه مشتریان رستوران های زنجیره ای بوف در شهر تهران بوده اند؛ از آنجاکه مشتریان رستوران های زنجیره ای جامعه ای نامحدود را تشکیل می دهند و قابل شمارش نیستند، لذا جامعه آماری نامحدود در نظر گرفته شد. حجم نمونه آماری بر اساس فرمول تعیین حجم نامحدود کوکران، تعداد 384 نفر تعیین گردید. نهایتاً برای آزمون فرضیات، از روش تحلیل آماری به شیوه آزمون مدل سازی معادلات ساختاری SEM استفاده شد که یکی از تکنیک های پر کاربرد به وسیله پژوهشگران حوزه علوم اجتماعی در چند دهه اخیر است. نتایج تحقیق نشان داد که ارزش ویژه برند کسب و کار مشتری محور بر شهرت و اعتبار برند تاثیر مثبت و معنی داری دارد. همچنین شهرت برند تا حدودی اثرات کیفیت غذا و سرویس، اثرات برند، و آگاهی برند را بر روی شهرت برند تعدیل می کند، به علاوه، اثر ارتباط برند بر روی اعتماد برند به شکل کامل بوسیله شهرت برند تعدیل می شود.

کلمات کلیدی:

ارزش ویژه برند، کسب و کار مشتری محور، شهرت و اعتبار برند، رستوران زنجیره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950683>

