

عنوان مقاله:

بررسی تعدیل کنندگی نگرش نسبت به تبلیغات در روابط تصویر برند اصلی و وفاداری به برند بر توسعه برند

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 10، شماره 38 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

شهناز نایب زاده - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، یزد، ایران

اکرم اقبالی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، یزد، ایران

یاسین رادمنش - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، یزد، ایران شد/ دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

خلاصه مقاله:

رسانه ها در دنیای امروز بخش زیادی از اوقات فراغت افراد را به خود اختصاص می دهند و فراتر از آن منبعی مهم برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز آنها به شمار می آیند. تبلیغات، یکی از متغیرهایی است که شرکت ها می تواند با افزایش آگاهی و دانش مصرف کننده، پاسخ آنان را نسبت به توسعه های برند تغییر دهند. بطوری که، استفاده از تبلیغات شانس مقبولیت توسعه برند را افزایش می دهد. هدف از این تحقیق، بررسی تعدیل کنندگی نگرش نسبت به تبلیغات در روابط تصویر برند اصلی و وفاداری به برند بر توسعه برند است. روش تحقیق این مقاله؛ از نظر هدف، کاربردی بوده و برحسب روش، تحقیقی همبستگی است که با بکارگیری ابزار پرسشنامه و روش پیمایشی، داده های مورد نیاز به روش تصادفی ساده در بین 175 مصرف کننده پکیج شوفاژ دیواری ایساتیس در شهرستان یزد توزیع و جمع آوری شده است. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS18 تجزیه و تحلیل گردیده؛ تایید روابط بین متغیرها و عوامل از طریق تحلیل عاملی تاییدی و تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار LISREL8.72 انجام شده است. همچنین از رگرسیون سلسله مراتبی چند گانه برای بررسی فرض نقش تعدیلگری متغیر نگرش نسبت به تبلیغات و برای بررسی متغیرها با توجه به حد وسط مقیاس اندازه گیری از آزمون t یک نمونه استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که تصویر برند اصلی بر وفاداری به برند، تناسب تصویر و تصویر برند جدید تاثیر معناداری دارد. تاثیر آگاهی از برند، وفاداری به برند و تناسب تصویر بر توسعه برند مورد تایید بوده است. همچنین یافته ها نشان می دهد نگرش نسبت به تبلیغات تاثیر وفاداری به برند بر توسعه برند را تعدیل می کند.

کلمات کلیدی:

نگرش نسبت به تبلیغات، تصویر ذهنی برند اصلی/ جدید، وفاداری به برند، تناسب تصویر، توسعه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/958189>

