

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شهرت شرکت، قیمت ها و هزینه ها بر ارزش و وفاداری مشتریان محصولات صوتی تصویری

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ابراهیم زارع پور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم

سید حمید خداداد حسینی - دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

حمیده رشادت جو - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

زمینه: هدف این مطالعه بررسی تاثیر شهرت شرکت و قیمت ها و هزینه ها بر ارزش و وفاداری مشتریان است تا به شرکت ها و سازمانها در مواجهه با رقبا، تثبیت جایگاه خود، دستیابی به مزیت رقابتی و نیل به اهدافشان کمک کند. روشها: در این پژوهش که دو منطقه از شهر تهران (منطقه 6 و منطقه 19) به عنوان جامعه آماری و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای ساده 755 نفر از مشتریان لوازم صوتی تصویری 4 شرکت سونی، پاناسونیک، پارس و شهاب را انتخاب کرده و با استفاده از ابزار پرسشنامه و مصاحبه توأمان از نظرات و عقاید مشتریان اطلاعات کافی دریافت شده است. یافته ها: بر اساس یافته پژوهش انجام شده فرضیات مبتنی بر تاثیر متغیرهای قیمت و هزینه، تصویر برند بر ارزش و وفاداری مشتری مثبت و معنادار می باشد. نتیجه گیری: شرکت ها و موسسات باید بر عوامل که موجب شهرت هر چه بیشتر آنها می شود تأکید کنند زیرا با توجه به نتایج تحقیق شهرت شرکت قویاً بر ارزش و وفاداری مشتری تأثیر دارد.

کلمات کلیدی:

شهرت شرکت، قیمت ها و هزینه ها، ارزش مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108197>

