



بررسی تاثیر ارزش برند بر میزان فروش محصولات لوازم صوتی تصویری

سمیه حیدری یوسف کند^۱ * ، احمد علی مقتدر زاده^۲

^۱ * کارشناس ارشد ، مدیریت بازرگانی ، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی اسوه heydarifati۳۷۱@gmail.com

^۲ دکتری ، مدیریت ، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی اسوه Dr-am۵۴@yahoo.com

چکیده

موضوع بررسی تاثیر ارزش برند بر میزان فروش محصولات لوازم صوتی تصویری یکی از مباحث گسترده ای است که دامنه وسیعی از رشته ها و صاحب نظران بر آن اثرگذار بوده اند و گزارش ها و مقالات جدیدی درباره آن نوشته شده است. هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی تاثیر ارزش برند بر میزان فروش محصولات لوازم صوتی تصویری می باشد. لذا در این پژوهش برای سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه استفاده شده است. برای بررسی تحقیق های مبتنی بر این پرسشنامه، نخست باید صحت پرسشنامه مورد استفاده تأیید شود. پایایی پرسشنامه از طریق روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹۶ به دست آمد. از نرم افزار SPSS جهت تجزیه و تحلیل داده ها برای رسیدگی به هر دو جنبه توصیفی و استنباطی استفاده خواهد شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از روش های آمار توصیفی، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده خواهد شد. جامعه آماری به تعداد ۴۵۲ نفر می باشد که با استفاده از جدول مورگان به تعداد ۲۰۸ نفر از بین افراد جامعه انتخاب خواهند شد. سؤال اصلی در تحقیق حاضر به صورت ذیل می باشد: ارزش برند چه تأثیری می تواند در فروش محصولات در صنعت لوازم صوتی و تصویری ایجاد کند ؟

لذا در نتایج به وجود رابطه معنی دار بین وفاداری مشتریان ، آگاهی از برند، کیفیت ادراک شده ، همخوانی برند ، سلیقه مشتری دست یافتیم.

واژه های کلیدی: وفاداری مشتریان ، آگاهی از برند ، کیفیت ادراک شده، همخوانی برند، سلیقه مشتری.