

فرمت بارگذاری اطلاعات مربوط به طرح های پژوهشی

و پایان نامه ها در وب سایت شرکت

۱- عنوان طرح پژوهشی / پایان نامه : بررسی تاثیر برند بر عملکرد استراتژی سازمان برای رسیدن شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) به کلاس جهانی

۲- تهیه کننده : مینا حسینی

۳- تاریخ تحویل پروژه / تایید پایان نامه :

دی ماه سال ۱۴۰۰

۴- چکیده :

این تحقیق بررسی تاثیر برند بر عملکرد استراتژی سازمان برای رسیدن شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) به کلاس جهانی می باشد. نشان تجاری یا برند می تواند نقش موثری در رسیدن سازمان ها به کلاس جهانی داشته باشد. نشان تجاری دارایی ناملموس مهمی است که بسیار بر عملکرد تجاری شرکت تاثیر گذار است. بدون شک مشتریان میتوانند رابطه ای عمیق و معناداری با یک نشان تجاری داشته باشند که منجر به خرید بیشتر این نشان تجاری و کمتر شدن حساسیت مشتریان به قیمت آن و همچنین کاهش هزینه های بازاریابی خواهد شد. اینکه مشتریان نشان تجاری را معمولی و غیر قابل تشخیص می دانند حقیقت تلخی در تجارت محسوب می شود. آرم تجاری معمولاً به عنوان وسیله ای برای حل مشکلات عدم تشخیص مشتری هاست. به عنوان یک عامل دیداری مهم برای نشان تجاری، آرم تجاری، تشخیص نشان تجاری و تفاوت آن با دیگر رقبا را تسهیل میکنند در واقع تحقیقات پیشین درباره نشان تجاری اشاره میکند که آرم ها به عنوان نمود دیداری از یک تصویر کلی یک نشان تجاری و معنای آن است در نتیجه آرم ها میتوانند باعث شهرت نشان تجاری شوند و نگرش مشتری ها، مقصود آنها از خرید و وفاداری آنها به نشان تجاری را شکل دهد تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر چگونگی گردآوری اطلاعات توصیفی و از شاخه پیمایشی است. داده های تحقیق از طریق سوالات پنج گزینه ای لیکرت موجود در پرسشنامه تحقیق جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم افزار آماری SPSS.V24 و از نرم افزار معادلات ساختاری pls.V3 در قالب دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بصورت رگرسیون خطی و چندگانه استفاده گردیده است. جامعه آماری مورد کارکنان شرکت فرودگاهی امام خمینی (ره) است و کل جامعه آماری بالغ بر ۶۰۰ نفر می باشد. جهت محاسبه حجم نمونه مورد نیاز برای پژوهش با استفاده از فرمول کوکران در سطح اطمینان ۵ درصد برابر با ۲۳۴ نفر بدست آمده است. نمونه مورد مطالعه به روش در دسترس جمع آوری شده است. نتایج پژوهش نشان داد که متغیرهای برند بر شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) به کلاس جهانی با نقش میانجی عملکرد استراتژی (۰/۵۱۰) کیفیت ادراک شده برند بر عملکرد استراتژی سازمان با نقش میانجی برند (۰/۱۵۵) برندسازی داخلی بر

فرمت بارگذاری اطلاعات مربوط به طرح های پژوهشی

و پایان نامه ها در وب سایت شرکت

عملکرد استراتژی سازمان با نقش میانجی برند (۰/۴۴۶) مدیریت برند استراتژیک بر عملکرد استراتژی سازمان با نقش میانجی (۰/۱۹۹) تاثیر معنادار دارند.

۵- واژگان کلیدی :

کیفیت ادراک شده-برند سازی داخلی-مدیریت برند استراتژیک-عملکرد استراتژی سازمان