

عنوان مقاله:

عوامل پیش بین بازآفرینی علامت تجاری در سطح شرکت براساس الگوی معادلات ساختاری

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین المللی، دوره 3، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمدرضا حمیدی زاده - استاد گروه و هیات علمی مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهیدبهشتی

آذین ساکی پور - دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران

سید مهدی جلالی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه

خلاصه مقاله:

برخورداری از علامت تجاری قوی، اولویت بسیاری از سازمان ها و شرکت هاست، و بازآفرینی علامت تجاری در زمره استراتژی های پیچیده بازاریابی قرار دارد. هدف مطالعه، بررسی عوامل پیش بین بازآفرینی علامت تجاری در سطح شرکت برای صنایع غذایی کشور است. این پژوهش از منظر هدف کاربردی و برحسب ماهیت داده ها و نحوه گردآوری آنها از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری مدیران و کارشناسان ستادی (بخش بازاریابی) شرکت های صنایع غذایی شهر تهران می باشند، حجم نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران شامل ۲۹۲ نفر مدیران و کارشناسان شرکت های صنایع غذایی شهر تهران می باشد. همچنین، الگوی مفهومی پیشنهادی از طریق روش معادلات ساختاری برای برآورد الگو استفاده شد. جهت اعتبارسنجی از پرسشنامه استفاده شده که پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تایید و روایی برپایه تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفت. بر اساس نتایج تحقیق آمادگی سازمانی برای بازآفرینی و حمایت سازمانی از تغییر از طریق ایجاد هویت علامت تجاری، نظارت و کنترل مستمر و موقعیت یابی مجدد در بازار بر بازآفرینی علامت تجاری در سطح شرکت تأثیر مثبت و معنی دار دارند. همچنین، تجهیز و تخصیص منابع و ایجاد ارزش ویژه از طریق اتخاذ چشم انداز و رویه های کلان و اتخاذ راهبردهای تبلیغات اثربخش بر بازآفرینی علامت تجاری در سطح شرکت تأثیر مثبت و معنی دار دارد. قوانین سخت گیرانه و رقبای تجاری به عنوان عوامل مداخله گر تأثیر منفی و معنی دار بر اتخاذ چشم انداز و رویه های کلان و اتخاذ راهبردهای تبلیغات اثربخش دارند. امروزه بازآفرینی علامت تجاری مهمترین وظیفه شرکت است و برای افزایش اثربخشی علامت تجاری، سیستم مدیریتی و ایجاد هویت علامت تجاری باید بهبود یابد.

کلمات کلیدی:

برند، نام تجاری، علامت تجاری، بازآفرینی علامت تجاری، عوامل کلیدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1139890>

