

## عنوان مقاله:

مدل ساختاری تاثیر دوسوتوانی برند بر تعهد برند از طریق عملکرد، تصویر ذهنی، و شهرت برند

## محل انتشار:

فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، دوره 32، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

امیررضا کنجکاو منفرد - Yazd University, Yazd, Iran

محمد مهدی خلیلیان اشکذری - Science and Arts University, Yazd, Iran

سعید سعیدا اردکانی - Yazd University, Yazd, Iran

## خلاصه مقاله:

راهبردهای دوسوتوانی برند به سازمان‌ها کمک می‌کنند که قابلیت‌ها و عملکرد موجود خود را بهبود دهند و همزمان فرصت‌های جدیدی کشف کنند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر راهبردهای دوسوتوانی برند بر تعهد برند از طریق عملکرد برند، شهرت برند، و تصویر ذهنی برند است. جامعه آماری پژوهش، کاربران شرکت پیشگامان هستند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده، و 300 پرسشنامه از نمونه جمع‌آوری گردیده است. نتایج تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که راهبرد اکتشافی و بهره‌برداری بر عملکرد برند تاثیر مثبت و معناداری دارند. عملکرد برند بر شهرت برند و تصویر ذهنی برند تاثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، شهرت برند بر تعهد برند تاثیر مثبت و معنادار دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش، تاثیر عملکرد برند بر تعهد برند، تاثیر تصویر ذهنی برند بر شهرت برند، و تصویر ذهنی برند بر تعهد برند معنادار نبودند. در نهایت، نتایج نشان می‌دهد که عملکرد برند در رابطه بین راهبردهای دوسوتوانی و تعهد برند نقش میانجی ایفا می‌کند. همچنین، نقش میانجی شهرت در رابطه بین عملکرد و تعهد برند تایید شد. اما نقش میانجی تصویر ذهنی برند در رابطه بین عملکرد و تعهد، و همچنین، نقش میانجی شهرت برند در رابطه بین تصویر ذهنی و تعهد برند رد شد.

## کلمات کلیدی:

Brand Ambidexterity, Exploratory Strategy, Exploitative Strategy, Brand Commitment, Brand Performance  
دوسوتوانی برند، راهبرد اکتشافی، راهبرد بهره‌برداری، تعهد برند، عملکرد برند.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1152279>

