

## عنوان مقاله:

پیشایند های ارزش ویژه برند شرکتی، در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران، با استفاده از نظریه داده بنیاد

## محل انتشار:

مدیریت برند، دوره 3، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 38

## نویسندگان:

محمدرضا حمیدی زاده - استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

علیرضا غدیری - دانشجوی دکترا، مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

منیژه قره چه - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

کاوه بازگان - استادیار گروه مدیریت و بازرگانی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

برند شرکتی و ارزش ویژه آن به عنوان بارزش ترین دارایی ناملموس هر شرکت، به دلیل مزیت های فوق العاده ای که ایجاد می کند، نقش مهمی در موفقیت شرکت ها و برقراری ارتباط موثر با مشتری شرکتی دارد. در این مطالعه با استفاده از نظریه پردازی داده بنیاد، شرایط زمینه ای و مداخله گر اثرگذار بر ارزش ویژه برند در بازارهای شرکتی فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران شناسایی و تبیین گردید. بدین منظور، داده ها از طریق مصاحبه های عمیق نیمه ساختاریافته با خبرگان بازاریابی شرکتی این حوزه گردآوری شد. نمونه گیری به روش نظری انجام شد و پس از 23 مصاحبه، کفایت نظری حاصل گردید. تجزیه و تحلیل و کدگذاری داده ها بر مبنای الگوی نظریه پردازی داده بنیاد طی سه مرحله کدگذاری باز، گزینشی و محوری نشان داد که شرایط زمینه ای اثرگذار بر ارزش ویژه برند شرکتی این حوزه، دربرگیرنده یک بعد محیطی بازار؛ و چهار بعدکلان شامل: شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیک است. علاوه بر این، شرایط مداخله گر اثرگذار بر ارزش ویژه برند شرکتی این حوزه، دربرگیرنده ی دو بعد مشتری شرکتی شامل: پروفایل مشتری و معیارهای ارزیابی خرید شرکتی؛ و سه بعد شرکتی شامل: نگرش مدیریت، پروفایل خرید شرکتی و نگرش واحد فروش سازمانی است. در این پژوهش برای سنجش قابلیت اعتبار، از شاخص های تناسب و کاربردی بودن استفاده شد و اعتبار درونی مدل، با آزمون دوجمله ای بررسی و تایید گردید.

## کلمات کلیدی:

ارزش ویژه برند، شرایط ارزش ویژه برند شرکتی، بازار شرکتی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، اقتصادهای نوظهور، نظریه پردازی داده بنیاد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/873917>

