

## چکیده

عملکرد شرکت موفقیت یک شرکت در بازار را نشان می دهد و از راه های متعدد و دیدگاه های متفاوتی اندازه گیری شده است. عملکرد شرکت و عملکرد برند ارتباط بسیار بالایی با یکدیگر دارند در این راستا هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر گرایش به برند بر عملکرد شرکت از طریق میانجی گری ابعاد هویت برند (جایگاه یابی برند، ارزش برند، چشم انداز برند) در شرکت های تولیدی شهرک صنعتی رشت است. جامعه آماری تحقیق، شامل شرکت های تولیدی شهرک صنعتی رشت می باشد، که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی در دسترس تعداد ۱۰۳ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شده اند. پرسشنامه ای شامل ۲۰ سوال برای جمع آوری اطلاعات به صورت میدانی مورد استفاده واقع گردید. همچنین از آزمون معادلات ساختاری به کمک نرم افزار PLS برای آزمون فرضیه های تحقیق استفاده شد. یافته های تحقیق بیانگر وجود تأثیر مثبت گرایش برند و هویت برند به طور مستقیم و غیر مستقیم بر عملکرد شرکت است.

کلید واژه ها: گرایش به برند، عملکرد مالی، هویت برند، عملکرد برند