

چکیده

با توجه به گسترش استفاده از خدمات شرکت های هواپیمایی شناخت نام تجاری از سوی استفاده کنندگان زمینه سودآوری را برای شرکت های هواپیمایی فراهم می سازد از طرفی با توجه به پرهزینه بودن این صنعت شناخت نام تجاری موجب حفظ رابطه تعاملی مشتری با برند و استفاده از آن در آینده می گردد در این تحقیق به بررسی تأثیر هویت و تعاملات نام تجاری بر شناخت نام تجاری با تأکید بر جذابیت نام تجاری در مشتریان شرکت هواپیمایی ماهان ایر رشت پرداخته می شود. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است. روش گردآوری داده ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق استفاده کنندگان از خدمات هواپیمایی شرکت ماهان ایر در شهر رشت است. ۳۷۶ نفر به عنوان نمونه از طریق فرمول کوکران برای جامعه نامحدود بدست آمدند. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره برداری شد که برای همی متغیرها بالاتر از ۰/۷ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و SMART PLS2 استفاده شد. از ۹ فرضیه ارائه شده در تحقیق ۷ فرضیه به لحاظ آماری مورد تأیید واقع شدند که عبارتند از (تأثیر وجهه نام تجاری بر جذابیت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر، تأثیر وجهه نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر، تأثیر تمایز نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر، تأثیر مزایای اجتماعی نام تجاری بر جذابیت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر، تأثیر مزایای اجتماعی نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر، تأثیر تجربه به یادماندنی نام تجاری بر جذابیت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر تأثیر جذابیت نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر) است. اما تأثیر تجربه به یادماندنی نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر و تأثیر تمایز نام تجاری بر جذابیت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر مورد تأیید قرار نگرفت. بیش ترین شدت تأثیر مربوط به تأثیر جذابیت نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر و کم ترین شدت تأثیر مربوط به وجهه نام تجاری بر شناخت نام تجاری در شرکت هواپیمایی ماهان ایر است.

واژگان کلیدی: تجربه به یادماندنی تمایز نام تجاری، جذابیت نام تجاری، شناخت نام تجاری، مزایای اجتماعی برند، وجهه برند