

## بررسی دلایل ترجیح برند از دیدگاه مصرف کننده و عوامل موثر بر آن

اصغر سیفی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی  
موسسه آموزش عالی تاکستان

### چکیده

بسیاری از محققان و مدیران شرکتها به این نتیجه رسیده اند که با ارزشترین دارایی یک شرکت در جهت بهبود فرایند بازاریابی، برند است لذا بازاریابان به منظور کسب موفقیت، باید از عوامل مختلفی که بر ترجیح برند توسط خریداران تأثیر دارند، آگاه باشند و بدانند که مصرف کنندگان برای خرید خود با توجه به نام و نشان تجاری خاص، چگونه تصمیم میگیرند. این پژوهش بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر توصیفی است. جامعه آماری را کلیه مصرف کنندگان لوازم خانگی در - جمع آوری داده ها تحقیقی پیمایشی شهر اراک تشکیل می دهند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه با مقیاس پنج رتبه ای لیکرت بوده است که ۱۹۱ پرسشنامه قابل استفاده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد که ریسک گریزی مصرف کننده مهمترین عامل بر ترجیح برند است که از طریق محصولات و اعتبار برند حاصل می شود.

**واژه‌های کلیدی:** ارزش ویژه برند، ترجیح برند، وفاداری به برند