

عنوان مقاله:

استفاده از مدل بلوغ بازاریابی جهت ارزیابی فرآیندهای بازاریابی بانکهای استان کردستان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

شیوا قوامی - ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

رضا شافعی - دکتری مدیریت بازرگانی استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

در این پژوهش از مدل بلوغ بازاریابی برای ارزیابی فرایندهای بازاریابی بانک های مورد مطالعه استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش کارمندان ستادی بانکهای استان کردستان با تعداد 571 نفر کهنعداد 521 نفر از آنها مطابق فرمول جامعه محدود کوکران با ضریب خطای 0/05 به عنوان نمونه آماری مورد بررسی قرار گرفتهاند. این مطالعه 5؛ از منظر هدف کاربردی 2؛ به لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات، پیمایش 3؛ از نظر زمانی مقطعی است بنابراین برای سنجش سطح باوغ بازاریابی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که بر اساس پرسشنامه احمدیازاد و همکاران 5335 طراحی شده است. پرسشنامه شامل یازده جدول برای هر یک از فرایندهای بازاریابی به تفکیک و براساس مدل بلوغ پنج سطحی طراحی شد. پایایی پرسشنامهها به روش آلفای کرونباخ محاسبه و روایی آن توسط خبرگان تایید شد. یافتههای نهایی پژوهش در نرمافزارهای SPSS حاکی از آن است که فرایندهای بازاریابی بانکهای استان کردستان در سطح 3 تا 5 قرار داشت جمعا از یازده فرایند مربوطه به دوازده بانک استان 532 مورد سطح بلوغ تعیین شد. 31 فرایند دارای سطح بلوغ 3 و 8 فرایند سطح بلوغ یک، بقیه یعنی 39 مورد سطح بلوغ 2 به دست آمد. بلوغ فرایندهای بازاریابی بانک های مورد مطالعه هیچدام در سطح 4 و 5 قرار نداشتن

کلمات کلیدی:

ارزیابی بازاریابی، مدل بلوغ، سطح بلوغ، فرایندهای بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367885>

