

## عنوان مقاله:

عوامل موثر بر اثربخشی تبلیغات بانک صادرات (مطالعه موردی: شعب شهر بندرعباس)

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

عطالله میرزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی کیش، گروه مدیریت اجرایی، جزیره کیش، ایران

حسن مهرمنش - استادیار گروه مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به رقابت شدید بین سازمان ها و رشد سریع بازارها و همچنین تغییرات سریع در رفتار مصرف کنندگان، تبلیغات به عنوان ابزاری اصلی در ایجاد آگاهی مصرف کنندگان از محصولات و خدمات، مورد توجه قرار گرفته است. هدف از تبلیغات اطلاع رسانی درباره خدمات یا محصولات، ترغیب و تشویق مشتریان، ایجاد تصویری عمومی در بین مشتریان خدمات و در نهایت افزایش سهم در بازار مورد نظر می باشد. این مساله در صنعت بانکداری از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از این رو در این تحقیق به ارزیابی عوامل موثر بر اثربخشی تبلیغات بانک صادرات شعب شهر بندرعباس پرداخته شده است. این تحقیق به لحاظ نوع داده تحقیقی کمی و از نظر روش جمع آوری اطلاعات نیز به صورت پیمایشی محسوب می شود. جامعه آماری پژوهش شامل مشتریان بانک صادرات در سطح شهر بندرعباس است. در این پژوهش از روش پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمون آماری همبستگی پیرسون، استفاده شد. یافته ها نشان داد، یافته ها نشان داد تلویزیون موثرترین رسانه در بین تمامی رسانه های مورد استفاده بانک صادرات است و پس از آن بیلورد متحرک، بیلورد ثابت، پیام کوتاه و رادیو در مراتب بعدی قرار دارند. همچنین، نتایج بیانگر این است که، بین سن، میزان تحصیلات، درآمد و اثربخشی تبلیغات رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

اثربخشی تبلیغات، سن، تحصیلات، درآمد، بانک صادرات، بندرعباس

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/636919>

