

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین هوش رقابتی و اثربخشی استراتژی های بازاریابی در بین بانکهای دولتی شهرستان تالش

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مطالعات اجتماعی فرهنگی و پژوهش دینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سمیه بنی خدمت

احمد زمانی

مریم امیری

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی مقایسه ای هوش رقابتی و اثربخشی بازاریابی در بین بانک های دولتی شهرستان تالش به مرحله اجرا در آمده است. این تحقیق از نظر روش پژوهش از نوع تحقیقات همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل شعب بانک های دولتی مستقر شهرستان تالش بودند که تعداد آنها 5 شعبه بود، از این شعب ،تعداد 110 نفر به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده های پژوهش شامل پرسشنامه هوش رقابتی [15 سوالی] و اثر بخشی بازاریابی [20 سوالی] بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و از آمار استنباطی (آزمون ضریب همبستگی) استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد بین ابعاد هوش رقابتی (فرصت های بازار، تهدیدات ناشی از رقبای، ریسک های رقابتی، مفروضات زیربنایی، آسیب پذیری ها) و اثربخشی بازاریابی در بین بانک های دولتی تالش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، اثربخشی استراتژی بازاریابی، بانک های دولتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643729>

