

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر گذاری بازرگاری و استراتژی بازاریابی بر عملکرد بانکها

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 47

نویسندگان:

علی کاظم شیخیان - کارشناس ارشد مدیریت، بانک کشاورزی

مسلم اکبری - کارشناس ارشد مدیریت بانک کشاورزی

علی فتحی - کارشناس ارشد مدیریت، سازمان توسعه تجارت

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر با هدف بررسی تاثیر بازرگاری و استراتژی بازاریابی بر عملکرد بانک ها انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل تمام روسای شعب بانکهای استان لرستان بوده که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای، حجم نمونه برابر 107 نفر تعیین گردیده است. روایی و پایایی پرسشنامه های تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی و ضریب آلفای کرانباخ تایید شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که اندازه و عمر سازمان رابطه ی معناداری با جهت گیری بازار، عملکرد مالی و عملکرد بازار، اثربخشی در اجرای استراتژی بازاریابی و خلاقیت در استراتژی بازاریابی ندارند. نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی ساده و چندگانه حاکی از این است که بازرگاری تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مالی و عملکرد بازار بانک ها دارد و بعد مشتری گرایی و هماهنگی بین وظیفه ای به ترتیب بیشتری تاثیر را بر عملکرد مالی و عملکرد بازار دارند و ابعاد گرایش به فناوری و گرایش به رقبا در اولویت های بعدی قرار دارند. اثربخشی در اجرای استراتژی بازاریابی و خلاقیت در استراتژی بازاریابی نیز تاثیر معناداری بر عملکرد مالی و عملکرد بازار بانکها دارند. همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد که بین بازرگاری، اثربخشی در اجرای استراتژی بازاریابی و خلاقیت در استراتژی بازاریابی رابطه ی معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، استراتژی بازاریابی، اثربخشی، خلاقیت، عملکرد مالی، عملکرد بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/74255>

