

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی و استراتژی های کسب و کار بر روی عملکرد بانک ملی شهرستان زنجان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

یداله رجائی - گروه مدیریت بازرگانی واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

ناصر آرست - دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران،

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش بررسی میزان تاثیر بررسی تاثیر استراتژیهای بازاریابی و کسب و کار بر روی عملکرد سازمان (مطالعه موردی بانک ملی شهر زنجان) می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد علی است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارکنان بانک ملی در شهرستان زنجان است که برابر با 357 نفر می باشند و نمونه آماری 181 نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد اریک و همکاران (2018)، می باشد که بومی شده است، روایی به شکل صوری و روش تحلیل عاملی با شاخص KMO و پایایی از طریق آلفای کرونباخ (0/897) مورد تایید قرار گرفته است. فرضیه های پژوهش به کمک روشهای آمار توصیفی و استنباطی، مثل ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون خطی تک متغیره و چند متغیره، با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه 21 مورد آزمون قرار گرفته اند. نتایج به دست آمده حاکی از آنست استراتژیهای بازاریابی بر عملکرد شرکت (سازمان) تاثیر معناداری دارد و بازاریابی تهاجمی، بازاریابی انبوه، حداقل سازی بازاریابی و بازاریابی ارزش بر عملکرد شرکت (سازمان) تاثیر معناداری دارد، همچنین استراتژیهای کسب و کار بر عملکرد شرکت (سازمان) تاثیر معناداری دارد و آیندهنگری، تحلیل گری، کاهش هزینه و تمایز بر عملکرد شرکت (سازمان) تاثیر معناداری دارد و در پایان با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

استراتژیهای بازاریابی؛ استراتژیهای کسب و کار، عملکرد سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915252>

