



## بررسی عوامل موثر بر موفقیت بازاریابی سیاسی در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی

### در خوزستان: دیدگاه اعضای دوره چهارم شوراهای اسلامی استان خوزستان

عبدالحسن مقتدایی<sup>۱</sup>، عبدالوهاب چندکاری<sup>۲</sup>

۱-استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، گروه مدیریت

۲-دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، مدیریت بازرگانی

#### چکیده

در این پژوهش سعی بر این بوده است تا به بررسی عوامل موثر بر موفقیت بازاریابی سیاسی در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی در استان خوزستان از نظر اعضای دوره چهارم شوراهای اسلامی شهرهای این استان پرداخته شود. جامعه آماری این پژوهش اعضای شوراهای اسلامی شهرهای استان خوزستان در دوره چهارم (به جز خرمشهر) بوده اند که دلیل انتخاب آنها به عنوان جامعه مورد مطالعه؛ میزان اهمیت بحث بازاریابی سیاسی و آشنایی تجربی این افراد با موضوع مورد نظر می باشد. روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی ساده می باشد و تعداد ۲۱۴ نفر از اعضای شوراهای این استان به عنوان حجم نمونه مورد بررسی در این پژوهش تعیین شده که پرسشنامه های تهیه شده بین آنها توزیع و جمع آوری شده و در نهایت به دلیل محدود بودن برخی پرسشنامه ها، ۲۰۳ پرسشنامه مبنای تحلیل قرار گرفت است. پژوهش انجام شده از نظر هدف، کاربردی بوده و بر حسب روش تحقیق، همبستگی است که با بکارگیری پرسشنامه ای با سطح روایی محتوا و پایایی بالا و با روش پیمایشی، داده های مورد نیاز جمع آوری شده است. روایی ابزار تحقیق به صورت صوری و با تایید استاد راهنما و کارشناسان و همچنین شاخص های روایی واگرا و همگرا که به تفصیل در فصل چهارم به آن پرداخته شده بوده و پایایی آن نیز با توجه شاخص های تحلیلی متنوعی چون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد تایید واقع شده است. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۶ تجزیه و تحلیل گردیده و پس از آن آزمون فرضیه ها و تایید روابط بین متغیرها و عوامل آن با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با بکارگیری نرم افزار ۲ Smart PLS انجام گرفته است

**واژگان کلیدی:** بازاریابی سیاسی، شورای اسلامی، انتخابات