

عنوان مقاله:

ارائه مدل بازاریابی خدمات مالی درکارگزاری های بازار بورس اوراق بهادار

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 13، شماره 50 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

علی مظفری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

محمدحسین رنجبر - گروه مالی و حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.

سراج الدین محبی - گروه مدیریت، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

سعید مرادپور - گروه مدیریت، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

خلاصه مقاله:

>

<p هدف

از این تحقیق "طراحی مدل بازاریابی خدمات مالی درکارگزاریهای سازمان بورس اوراق بهادار" می باشد. در این راستا با مصاحبه از خبرگان صنعت بازاریابی و خدمات مالی و توزیع پرسشنامه بین خبرگان بازار سرمایه به روش تحلیل کیفی به طراحی مدل بازاریابی خدمات مالی در کارگزاری های سازمان بورس اوراق بهادار توسط خبرگان بازاریابی و کارگزاری و شناسایی سنجه ها و مولفه ها پرداختیم. جامعه مورد مطالعه شامل خبرگان حوزه بازاریابی و کارگزاری میباشد. حجم نمونه شامل ۲۰ خبره در حوزه بازاریابی و خدمات مالی شرکتی است که به روش اشیاع نظری انتخاب و جهت جمع آوری داده ها در این تحقیق از مصاحبه نیمه ساختار یافته و روش دلفی استفاده شده است. نتایج تحلیل کیفی توسط نرم افزار مکس کیودا نشان داد که مولفه های مدل بازاریابی خدمات مالی در کارگزاری های سازمان بورس اوراق بهادار ۱- جذب، حفظ و نگهداری مشتری، ۲- سهم بازار، ۳- عملکرد دلالت و واسطه ها، ۴- آمیخته بازاریابی خدمات، ۵- استقرار سیستم جامع خدمات، ۶- سرمایه گذاری، ۷- تنوع شرکت ها، ۸- عوامل محیطی (محیط خدمات مالی و بازاریابی) می باشند. همچنین جهت این مولفه ها ت ر د ا د ۶۷ شاخص به تایید نهایی خبرگان رسید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، خدمات مالی، بورس اوراق بهادار، کارگزاری، اقتصاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251427>

