

عنوان مقاله:

ارزیابی و رتبه بندی عوامل موثر در بکارگیری استراتژی رقابتی در بانک با استفاده از تکنیک AHP FUZZY

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

اصغر جهانی بهنمیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی، بانک شهر فرهنگ ساری

حسین آقاجان نژاد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

سیدرحیم حسینی ایمنی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

گلی رزقی رمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش ارزیابی و رتبه بندی عوامل موثر در بکارگیری استراتژی رقابتی در بانک می باشد. بدین منظور مهمترین معیارهایی که در انتخاب استراتژی رقابتی در بخش بانکداری موثرند شناسایی و با بهره گیری از فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی این عوامل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جامعه آماری این تحقیق را مدیران و کارشناسان بانک ملت در شهرستان تنکابن در استان مازندران تشکیل می دهند. نتایج بدست آمده نشان داد که از بین عوامل اصلی؛ قابلیت های ارتباط با مشتری مهمترین عامل در انتخاب استراتژی رقابتی می باشد. و از بین عوامل فرعی؛ عوامل حفظ و تقویت روابط با مشتریان، سطح خدمت به مشتری و درک نیازها و خواسته های مشتریان؛ در اولویت های اول تا سوم قرار دارند.

کلمات کلیدی:

استراتژی رقابتی، فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی، قابلیت های مدیریت، ارتباط با مشتری، نوآوری و شهرت در بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178096>

