

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر مدیریت بازاریابی جذب منابع در بانک مهر اقتصاد استان قزوین

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

آرش حاجی کریمی - دکتری تخصصی تولید و عملیات، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

داود موذن - کاندیدای دریافت دکتری تخصصی مدیریت بازاریابی دانشگاه تهران. مشاور بازاریابی بانک مهر اقتصاد استان قزوین

هادی عباسی انبوهی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

خلاصه مقاله:

در این تحقیق عوامل موثر بر مدیریت بازاریابی جذب سپرده و مدیریت نقدینگی در بانک مهر اقتصاد استان قزوین بررسی گردید. به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز تحقیق از دو پرسشنامه خبرگان استفاده شد. بدین منظور با مالطه عمیق ادبیات تحقیقات مرتبط و با مشورت خبرگان، معیارهای اصلی شاخص های موثر بر جذب سپرده مشتریان در بانک مهر اقتصاد استان قزوین رتبه بندی شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از رویکردهای تصمیم گیری چند معیاره AHP و TOPSIS استفاده گردید. نتایج بدست آمده نشان داد از بین معیارهای اصلی، عوامل درونی بالاترین رتبه را بدست آورد و عوامل فیزیکی پایین ترین رتبه را بدست آورد. همچنین از بین عوامل درونی، داشتن استراتژی بازاریابی بالاترین اولویت را داشت. از بین عوامل بیرونی، سیاست های ابلاغی بانک مرکزی بالاترین اولویت را داشت. از بین عوامل بین عوامل فیزیکی، محل شعب بالاترین اولویت را داشت. از بین عوامل مالی، نرخ سود تسهیلات بالاترین اولویت را داشت. از بین عوامل مربوط به خدمات، مناسب بودن طرح های تسهیلاتی بالاترین اولویت را داشت. از بین عوامل انسانی و ارتباطی، رفتار مودبانه کارکنان بالاترین اولویت را دارا بود. در نهایت جذب سپرده به عنوان بهترین روش برای مدیریت نقدینگی در بانک مهر اقتصاد انتخاب گردید

کلمات کلیدی:

تجهیز منابع بانکی، مدیریت نقدینگی، رتبه بندی، تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/549721>

