

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر جذب سپرده های بانکی بر اساس عناصر آمیخته بازاریابی P 7 و اولویت بندی این عوامل با استفاده از مدل فازی (AHP)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و چهارمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

بهناز اطریشی خسرو شیرین - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

شهرزاد طیاران - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران الکترونیک

صدیقه طوطیان اصفهانی - استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر، شناسایی عوامل موثر بر جذب سپرده های بانکی بر اساس عناصر آمیخته بازاریابی P 7 و اولویت بندی این عوامل با استفاده از مدل فازی AHP بود. تحقیق حاضر از نوع توصیفی اکتشافی است. در تحقیق حاضر تعداد 291 شعبه بانک ملت - شهر تهران به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده است، انتخاب شده اند. در تحقیق حاضر نمونه گیری از طریق نمونه گیری خوشه ای و بصورت تصادفی مورد بررسی قرار گرفت، طبق تقسیم بندی مناطق شهر تهران 5 منطقه تعریف شد و بصورت تصادفی 3 منطقه از 5 منطقه بانکی انتخاب و با استفاده از فرمول کوکران تعداد 169 شعبه از شعب بانک ملت شهر تهران به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. ابزار اصلی گردآوری داده ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد مقایسات زوجی با طیف لیکرت در خصوص مطالعه موردی (شعب بانک ملت شهر تهران) بود. برای ای منظور پرسش نامه طراحی شده این تحقیق بصورت مقایسات زوجی با طیف لیکرت در اختیار استاد مشاور و راهنما قرار گرفت و پس از اصلاحات و ویرایش نهایی در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. با استفاده از تکنیک اختیار استاد مشاور و راهنما قرار گرفت و پس از اصلاحات و ویرایش نهایی در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. با استفاده از تکنیک Fuzzy AHP تجزیه و تحلیل اطلاعات صورت پذیرفت. در تحقیق حاضر هفت معیار خدمت، قیمت، تبلیغات، امکانات، پرسنل فرآیند و مکان جهت رتبه بندی مورد بررسی قرار گرفت. مشخص شد که، بیشتری اولویت مربوط به معیار خدمت با میزان 0/328 میباشد و معیارهای قیمت، تبلیغات، امکانات، پرسنل و فرآیند در رتبه های بعدی با وزن ها 0/268، 0/143، 0/122، 0/081، 0/039 قرار دارند. همچنین کنتری اولویت به معیار مکان با میزان 0/019 اختصاص یافته است.

کلمات کلیدی:

سپرده بانکی، آمیخته بازاریابی، خدمت، قیمت، تبلیغات، مکان، امکانات، پرسنل و فرآیند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/639390>

