

## عنوان مقاله:

ارزیابی جذابیت بخش های بازار بانکداری شرکتی با رویکرد AHP ( مطالعه موردی: یک بانک خصوصی )

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

محسن لالجینی - کارشناس ارشد مدیریت MBA دانشگاه صنعتی شریف

حمیدرضا ریحانی - کارشناس ارشد مدیریت MBA دانشگاه تهران

ندا امیدی - پژوهشگر شرکت مشاوره مدیریت تدبیر سرآمد شریف

## خلاصه مقاله:

یکی از بنیادی ترین مفاهیم بازاریابی، بخش بندی بازار و انتخاب بازار هدف است. اجرای این فرایند در هر کسب و کار با ظرافت های مختص به خود رو به رو است. هدف از این پژوهشی ارایه مدلی با استفاده از رویکرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) برای چگونگی ارزیابی جذابیت صنایع مختلف به عنوان بخش های بازار بانکداری شرکتی می باشد که به عنوان نمونه در یکی از بانک های خصوصی ایران انجام شده است. معیارهای مستقل برای ارزیابی بخش های بازار ابتدا از طریق طوفان فکری خبرگان استخراج گردید. سپس وزن اهمیت این معیارها با رویکرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی توسط خبرگان تعیین شد. نرخ ناسازگاری میانگین نظرات خبرگان در پرسشنامه 0.073 بود که با توجه به کمتر بودن از میزان 0.1 پایایی پرسشنامه و نظرات خبرگان را تایید می کند. در نهایت با استفاده از مقیاس درجه بندی، نمره هر صنعت در هر معیار توسط خبرگان تعیین و امتیاز و رتبه هر صنعت با استفاده از میانگین موزون نمرات صنایع تعیین گردید. طبق نظر مدیران بانک 12 صنعت با بیشترین امتیاز به عنوان بخش های بازار هدف بانکداری شرکتی انتخاب شدند.

## کلمات کلیدی:

بخش بندی بازار، ارزیابی بخش های بازار، بانکداری شرکتی، فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/675261>

