

عنوان مقاله:

انتخاب و ارزیابی بخش های بازار با استفاده از رویکرد گسترش عملکرد کیفیت فازی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

یدرام بهرامی نیا - گروه مدیریت بازرگانی واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه ایران

بهناز خدایاری - گروه مدیریت بازرگانی واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه ایران

خلاصه مقاله:

در این پژوهش به اولویت بندی بخش های بازار در بانک آینده پرداختیم روش کار بدین صورت است که پس از تعیین نیازها از بخش بندی و ورود به بخش های بازار الزامات فنی موثر بر این نیازها در قابل نقاط قوت بانک شناسایی و با استفاده از رویکر گسترش عملکرد کیفیت وزن فازی الزامات و به تبع آن رتبه بندی الزامات تعیین می گردد و در نهایت با تعیین بازارهای بالقوه رتبه بندی بخش های بازار با استفاده از روش تاپسیس انجام می گردد، از آنجاییکه در محیط تصمیم متغیرهای مبهمی وجود دارند از منطق فازی جهت افزایش دقت نتایج استفاده می گردد. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش کتابخانه ای و میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات میدانی پرسشنامه و مصاحبه است همچنین جامعه آماری گروه خبره مدیران ارشد بانک آینده در تیم 5 نفره از بخش های طرح و برنامه، بازاریابی، مالی، اجرایی و اعتبارات تشکیل شده است براساس نتایج بدست آمده از این پژوهش در ابتدا 6 نبار تعیین شدند که مهم ترین نیازها به ترتیب عبارتند از: سود مورد انتظار و تامین سرمایه مورد نیاز، در گام بعدی 7 نقطه قویت بانک بعنوان الزامات تعیین شده که مهم ترین آنها به ترتیب عبارتند از: ثبات مالی، تجربه و قابلیت نوآوری در ارائه خدمات نوین بر اساس نتایج بدست آمده از تاپسیس در بین 8 بازار بالقوه برای توسعه خدمات، صادرکنندگان کلان و شرکت های ایرانی پیمانکار در عراق دارای بخت بیشتری برای نفوذ بانک آینده هستند.

کلمات کلیدی:

گسترش عملکرد کیفیت، منطق فازی، تاپسیس، رتبه بندی، بانک آینده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831497>

