



۲۵۴/۱/۶۴۶۳

۱۳۹۲/۰۸/۰۱

شماره :

تاریخ :

پیوست :

بازرسی

سال حماسه سیاسی ، حماسه اقتصادی

ریاست محترم دانشگاه آزاد خلیج

موضوع: اعلام عنوان پژوهش

با سلام

احتراماً به منظور استفاده از توان علمی و پژوهشی دانشگاه ها و مؤسسات پژوهشی استان، به پیوست یک نسخه RFP با موضوع « تحلیل و ارزیابی عوامل مؤثر بر نگهداری و جذب مشتریان انواع صنوف مرتبط با بخش مسکن و ساختمان در استان اردبیل » ارسال میگردد. خواهشمند است دستور فرمایید عنوان یاد شده از طرق ممکن به اطلاع اساتید و دانشجویان محترم رسانده شود تا پروپزال مربوطه توسط ایشان تکمیل و تا تاریخ ۹۲/۸/۲۰ به این مدیریت ارسال گردد. پیشاپیش از عنایتی که به این امر مبذول می فرمایید سپاسگذاری می گردد.

اقدام کننده : اکبر صفاری

مدیر شعب استان اردبیل  
ابوالفضل کوهی فرد

بسم الله الرحمن الرحيم

معاون محترم سرپرست و مشاور  
لطف و بنحوی مصطفی به اطلاع است تدویر نموده  
مقام بر سر

نیت انوماسیون اداری  
شماره: ۱۷۲۴  
تاریخ: ۹۲/۸/۲۰

۹۲/۸/۲۰

بسم الله الرحمن الرحيم

معاون محترم سرپرست و مشاور  
بنحوی مصطفی به اطلاع است تدویر نموده  
مقام بر سر  
www.bank-maskan.ir

شماره ۹۰۱

RFP تحلیل و ارزیابی عوامل مؤثر بر نگهداری و جذب مشتریان بانک مسکن با تأکید بر مشتریان انواع صنوف مرتبط با بخش مسکن و ساختمان در استان .....

واحد سازمانی استفاده کننده پروژه: کل شبکه بانک مسکن

شرح دقیق مشکل موجود در سازمان که منجر به تعریف پروژه مذکور گردیده است:

در عصر نوین بانکداری عوامل متعددی وجود دارند که بر روند تجهیز و ماندگاری منابع پولی بانکها تأثیر میگذارند. شناسایی این عوامل و تعیین میزان تأثیر و نوع ارتباط آنها با موفقیت بانکها در تجهیز منابع پولی و جذب مشتریان مقوله ای مهم میباشد. امروزه شرایط و موقعیت بانکها از این حیث با یکدیگر یکسان نیست و ممکن است عوامل تأثیرگذار بر تجهیز منابع پولی حتی برای هر یک از شعب بگ بانک واحد متفاوت باشد.

مهارت نیروی انسانی شاغل در بانکها، تنوع و کیفیت خدمات بانکی، رضایت مشتریان از کارکنان و مطلوبیت محیط داخلی و عمل استقرار شعب در بانکداری نوین ابزارهای مهمی هستند که برای جذب بینه مشتریان از آنها استفاده میشود. بانکها و موسسات مالی در گذشته تنها از طریق ارائه خدمات مربوط به عملیات بانکی به جذب منابع مالی سرپردها استفاده میکردند.

در عصر حاضر برای جذب بیشتر مشتریان به دلیل وجود رقابت بین بانکها و موسسات مالی، تسلط بر عوامل مؤثر بر تجهیز منابع مالی اهمیت ویژه ای یافته است. در این شرایط رقابتی لزوم برنامه ریزی و انجام فعالیتهای بازاریابی با عوریت حفظ مشتریان هدف و جذب مشتریان جدید ضروری است. ممکن است تا به حال گروه های مهمی از مشتریان وجود داشته باشند که بانک روی آنها تمرکز نکرده است و یا توجه به تخصص بودن بانک مسکن مشتریان انواع صنوف مرتبط با بخش مسکن و ساختمان در صدر این گروه ها قرار دارد. بدین منظور اعمال روشهای جدید مدیریت، از جمله مدیریت بازار، تحقیقات بازاریابی و تجزیه و تحلیل مسئله به شیوه علمی مؤثرتر خواهد بود.

اهدافی که از اجرای پروژه، مورد انتظار میباشد:

اهداف اصلی:

- نگهداری مشتریان فعلی به خصوص مشتریان هدف
- افزایش قلمرو کمی و کیفی خدمات ارائه شده به مشتریان فعلی
- جذب مشتریان جدید با تأکید ویژه بر مشتریان مرتبط با بخش مسکن و ساختمان

اهداف فرعی:

- افزایش رسوب و گردش مالی انواع حسابها
- ترغیب مشتریان به استفاده از خدمات جدید

- تحلیل تطبیقی سهم بانکهای منتخب خصوصی و دولتی (ملی، پارسیان، پاسارگاد، اقتصاد نوین، کشاورزی) استان در جذب مشتری
- ایجاد تمرکز در استفاده مشتریان از انواع حسابها و خدمات بانک ممکن

#### شرح خدمات:

- بررسی نقش خدمات ارائه شده توسط بانک در جذب مشتری (در زمینه خدمت لازم است تا به انواع خدمات به تناسب نیازهای مشتریان، کیفیت، تضمین و استاندارد خدمت و بسیاری از پارامترهای دیگر توجه کرد تا باعث رضایت بیشتر مشتریان شود.)
- بررسی نقش ارائه خدمات مالی غیر بانکی نظیر ارائه خدمات نوین مانند بانکداری سرمایه گذاری، انجام امور بیمه و ... (ارائه سبد کامل خدمت) در جذب مشتری و تجهیز منابع بانک.
- بررسی نقش محل و مکان ارائه خدمت و میزان تاثیر مطلوبیت محیط استقرار مکانی و پراکندگی شعب بانک در جذب مشتری (نقش مکان در سرعت و سهولت مبادله و دسترسی به خدمات)
- بررسی نقش نیروی انسانی ارائه دهنده خدمت در بانک در جذب مشتری (ارزیابی شایستگی کارکنان در بعد فنی، توانایی کارکنان در ارائه خدمت و بعد انسانی، نحوه برقراری تعامل و ارتباط کارکنان با مشتریان)
- بررسی نقش عوامل ترقیعی در جذب مشتریان و تجهیز منابع بانک (شامل کلیه عناصر ارتباطات شامل تبلیغات و آگهی ها، پیوسته فروش، روابط عمومی و فروش شخصی که در آگاهی دادن و متقاعد کردن مخاطبان برای خرید خدمات ضروری است)
- تعیین ویژگی های مشتریان از نظر عوامل جمعیت شناختی شامل: سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، اندازه خانواده، درآمد، میزان پس انداز و سایر خصوصیات جمعیت شناسی
- بررسی نقش امکانات فیزیکی بر جذب مشتریان و تجهیز منابع (منظور از امکانات فیزیکی عواملی چون سرمایه، گرمایش و تهویه داخل بانک، دکوراسیون و ... میباشد.)
- بررسی میزان تاثیر نرخ سود پرداختی به سپرده ها در جذب مشتریان.
- بررسی تاثیر میزان تسهیلات پرداختی به مشتریان در جذب ایشان و تجهیز منابع بانک.
- تعیین اهداف و دلیل مراجعه مشتریان به بانک و دلایل استفاده یا عدم استفاده آنها از خدمات بانک
- تعیین عواملی که ممکن است باعث دفع مشتریان و گریزانیدن آنها از بانک ممکن شود.
- تعیین تغییرات لازم برای جذب بیشتر مشتریان و ترغیب بیشتر آنها به استفاده از خدمات بانک
- جایگاه بانک ممکن در بین سایر بانک ها در خصوص جذب منابع
- سرچشمه های جذب منابع در سطح خرد و کلان
- میزان قابل استحصال برای بانک ممکن از مرگدوم
- موانع موجود بر سر استحصال از این منابع

- ۱- نقاط ضعف بانک در نگهداری منابع موجود چیست؟ چه راهکارهایی را در بهبود این نقاط ضعف پیشنهاد می‌کنید؟
- ۲- نقاط قوت بانک در بهره‌گیری از این منابع کدام است؟
- ۳- نقاط ضعف بانک چیست و راه‌های بهبود آن کدام است؟
- ۴- سهم هر شعبه در جذب منابع یا توجه به موقعیت جغرافیایی آن در جذب مر یک از منابع کدام است؟
- ۵- چه میزان از منابع موجود در استان را می‌توان در آینده استحصال نمود و چه جایگامی را برای بانک پیشنهاد می‌کنید؟

#### قلمرو تحقیق:

پیشنهاد می‌گردد به دلیل ملاحظات منطقه‌ای و اقلیمی تحقیق حاضر به صورت مجزا در مر یک از مدیریت‌های شعب تعریف و اجرا گردد، تا عوامل تأثیرگذار بر جذب مشتریان و تجهیز منابع بانک یا عنایت به شرایط خاص هر منطقه شناسایی گردد.

قلمرو زمانی پروژه: ۶ ماه

قلمرو مکانی پروژه:

روش تحقیق پیشنهادی: پژوهش حاضر در دو مرحله به شرح زیر انجام گیرد:

#### مرحله اول- انجام پژوهش اکتشافی:

در پژوهش حاضر به منظور شناسایی عوامل اثرگذار بر جذب مشتریان و شناسایی نیازها، خواسته‌ها و انتظارات آنها از دیدگاه خود مشتریان از مطامعات اکتشافی بهره‌گرفته و در این راستا از روش انجام مصاحبه یا مشتریان استفاده شود.

#### مرحله دوم- انجام مطالعات توصیفی- پیمایشی:

در مرحله دوم به منظور ارزیابی نظر مشتریان در خصوص نیازها، خواسته‌ها و انتظاراتی که در مرحله قبل به آن اشاره شده و نیز ارزیابی عواملی که از ادبیات موضوعی و پیشینه پژوهش به دست آمده از روش پیمایشی استفاده شود. در این راستا از طریق طراحی یک پرسشنامه عمیق ساخته و آزمون روایی و پایایی آن، به جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مورد نیاز پرداخته شده و پس از انجام پیش‌آزمون، اصلاحات مورد لزوم در پرسشنامه اعمال گردد و پس از آن با توزیع آنسای کرومباخ نتیجه‌گیری شود و از این طریق، پرسشنامه، ضایع گردد.

#### جامعه آماری:

- ۱- مشتریان بانک مسکن در مرکز و شهرستان‌های استان
- ۲- شرکت‌های تجاری، کسبه و صنوف مختلف در بخش مسکن و ساختمان (کارخانجات تولید کننده مصالح شامل آجر، سیمان، شیشه، درب و

---

پنجره و... شرکت های عرضه کننده آسانسور، درب های ضد سرقت  
( ... )

حجم نمونه و روش نمونه گیری:  
حجم نمونه: حدود ۱ تا ۷ درصد جامعه آماری (حدود ۱۵۰۰ نفر)  
روش نمونه گیری: تصادفی طبقه ای

روش تجزیه و تحلیل آماری:  
استفاده از جدول توزیع فراوانی و نمودارهای مناسب و اندازه-  
های مرکزی و پراکنندگی