

سلام افلا



دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده علوم انسانی

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین الملل

امکان سنجی و اولویت بندی استقرار شعب در صنعت بانکداری
از طریق تکنیک تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

علیرضا عزیزی

استاد راهنما
دکتر اصغر مشبکی

استاد مشاور
دکتر عادل آذر

بهار ۱۳۸۸

به نام خدا

تاییدیه اعضای هیات داوران در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه کارشناسی ارشد آقای علیرضا عزیزی تحت عنوان «امکان سنجی و اولویت بندی استقرار شعب در صنعت بانکداری از طریق تحلیل سلسله مراتبی AHP مطالعه موردی: بانک پارسیان» را از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کند.

	دانشیار	دکتر اصغر مشکی	۱- استاد راهنما
	دانشیار	دکتر عادل آذر	۲- استاد مشاور
	استادیار	دکتر علی رجب زاده	۳- استاد ناظر
	دانشیار	دکتر احمد جعفر نژاد	۴- استاد ناظر
	استادیار	دکتر علی رجب زاده	۵- نماینده تحصیلات تکمیلی

آیین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهش‌های علمی

دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاست‌های پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهش‌های علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرح‌های تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان‌نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می باشد ولی حقوق معنوی پدید آورندگان محفوظ خواهد بود.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید استاد راهنمای اصلی، یکی از اساتید راهنما، مشاور و یا دانشجوی مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان‌نامه و رساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می باشد.

تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب و یا نرم افزار و یا آثار ویژه حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشکده ها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده ها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و براساس آئین نامه های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته ها در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرح‌های تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین‌نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیأت رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم‌الاجرا است.

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیت های علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته مدیریت بازرگانی است که در سال ۱۳۸۸ در دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب دکتر اصغر مشبکی و مشاوره جناب دکتر عادل آذر از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب علیرضا عزیزی دانشجوی رشته مدیریت بازرگانی مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: علیرضا عزیزی



تاریخ و امضا: ۱۳۸۸/۲/۱۹

تقدیم:

به پدر و مادر عزیزم که همواره با ترغیب و دعای خیر خود
الطاف الهی را شامل حال من نمودند و به همسر فداکارم که در
تمامی فراز و نشیب ها همراهم است.

سپاسگزاری

اکنون که به حمد و سپاس از خداوند منان کلیه مراحل کار این پایان نامه به پایان رسیده است جا دارد از کلیه عزیزانی که اینجانب را در تهیه پایان نامه یاری و مساعدت نمودند تشکر و قدردانی نمایم.

از جناب دکتر اصغر مشبکی استاد راهنمای این پایان نامه و جناب دکتر عادل آذر کمال تشکر را می نمایم و همچنین از جناب دکتر جعفر نژاد، سپاسگزارم.
از گروه محترم مدیریت خصوصاً جناب دکتر رجب زاده نماینده تحصیلات تکمیلی تقدیر و تشکر می نمایم.

چکیده

پایان نامه حاضر، بمنظور اولویت بندی مکان استقرار شعب در صنعت بانکداری، بانک پارسیان را بعنوان یکی از بزرگترین بانک های کشور و در سطح مناطق تهران بزرگ مورد مطالعه قرار داده است و برای نیل به این هدف، پس از تعیین عوامل موثر در مکان یابی در سه دسته عوامل مالی، محلی و جمعیتی با استفاده از روش AHP پرسشنامه مقایسات زوجی تهیه، توزیع و نتایج از طریق نرم افزار تحلیل و استخراج گردید و بنابر نتایج بدست آمده وزن هر عامل مشخص شد و در نهایت گزینه ها (شعب مورد بررسی) با توجه به این عوامل اولویت بندی و بهترین و مناسبترین منطقه جهت تاسیس شعب تعیین گردید.

کلید واژه

مکان یابی شعب، تصمیم گیری چند شاخصه MCDM، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP

فهرست

فصل اول : کلیات پژوهش

صفحه	
۲.....	۱- تعریف مساله
۴.....	۲- ضرورت و اهمیت انجام طرح
۴.....	۳- اهداف تحقیق
۵.....	۴- سوالات پژوهش
۵.....	۵- نوع پژوهش
۵.....	۶- دامنه پژوهش
۵.....	۷- مواد و روش انجام تحقیق
۶.....	۸- گردآوری داده ها
۶.....	۹- روش تجزیه و تحلیل داده ها
۸.....	۱۰- چارچوب پایان نامه.....
۹.....	۱۱- فلوجارت پایان نامه

فصل دوم : مبانی نظری و ادبیات موضوعی

۱۱.....	مقدمه
۱۲.....	بخش اول
۱۲.....	۱ - مکان یابی
۱۳.....	دیدگاه های مطرح در مکان یابی صنایع
۱۳.....	- دیدگاه های کلاسیک نوین
۱۳.....	- دیدگاه رفتاری

- ۱۴- دیدگاه ساختاری.....
- ۱۶- تاریخچه مکان یابی.....
- ۱۹- تئوری های اصلی مکان یابی طرح های صنعتی.....
- ۱-۱- تئوری های اقتصادی متفاوت مکان یابی در جهت اصل کمینه کردن هزینه ها..... ۱۹
- ۲۰- تئوری لانهارد.....
- ۲۱- تئوری وبر.....
- ۲۵- تئوری کریستالر.....
- ۲۵- تئوری اسمیت.....
- ۲۶- تئوری پالاندر.....
- ۲۶- تئوری هوور.....
- ۲-۱- تئوری های اقتصادی متفاوت مکان یابی در جهت اصل بیشینه کردن درآمد..... ۲۷
- ۲۷- تئوری لوش.....
- ۳-۱- تئوری های اقتصادی متفاوت مکان یابی در جهت بیشینه کردن سود..... ۲۹
- ۲- عوامل عمده مکان یابی صنعتی..... ۳۳
- ۳- عوامل مؤثر در مکان یابی از دید (Green hut)..... ۳۴
- ۴- عوامل انتخاب بانک از نظر مشتریان..... ۳۷
- ۵- عوامل مؤثر بر مکان یابی خدمات مالی..... ۳۸
- ۶- جمع بندی عوامل مؤثر در تعیین مکان شعبه بانک..... ۳۸
- ۴۰- بخش دوم.....
- ۱- مدل های مکان یابی..... ۴۰
- مدل های ریاضی مکان یابی..... ۴۲
- ۲- تکنیک های تصمیم گیری تحقیق در عملیات..... ۴۳

۴۳	۱-۲- روش های ریاضی مختلف تصمیم گیری تک معیاره (کلاسیک)
۴۳	برنامه ریزی خطی و روش سیمپلکس
۴۵	مدل های حمل نقل
۴۷	۲-۲- روش های ریاضی مختلف تصمیم گیری با معیارهای چندگانه (MCDM)
۴۸	الف-تصمیم گیریهای چند هدفه (MODM)
۴۸	ب- تصمیم گیری های چند شاخصه (MADM)
۵۰	۳- انواع مدل های MADM
۵۰	۳-۱- مدل های غیر جبرانی
۵۰	۳-۲- مدل های جبرانی
۵۰	۳-۲-۱- ساختار تحلیل سلسله مراتبی فرایند (AHP)
۵۴	بخش سوم
۵۴	سابقه تحقیقات موضوعات مشابه

فصل سوم : پایه نظری مدل و اطلاعات آماری

۶۳	مقدمه
۶۴	۱- مدل های MCDM – نظر اجمالی درباره روشها
۶۵	انتخاب معیارها
۶۷	ماتریس ارزیابی
۶۹	استاندارد کردن نمرات خام
۶۹	وزن دهی معیارها
۷۱	تصمیم گیری برای رتبه بندی گزینه ها
۷۱	تجزیه و تحلیل حساسیت

۷۲	۲- انتخاب مدل های MCDM
۷۴	فرایند سلسله مراتبی AHP
۷۶	اصول فرایند تحلیل سلسله مراتبی
۷۶	۳- انتخاب نرم افزار
۷۷	۴- نحوه جمع آوری اطلاعات

فصل چهارم : مدلسازی، حل مدل و تجزیه و تحلیل آن

۸۰	۱-مراحل مدلسازی
۸۳	۲-تهیه پرسشنامه مقایسات زوجی عوامل مؤثر در تعیین اولویت شعب
۸۳	۳-میانگین هندسی پاسخ نامه ها
۸۴	۱-۳-ماتریس مقایسات زوجی عوامل مالی
۸۵	۲-۳-ماتریس مقایسات زوجی معیارهای محلی
۸۶	۳-۳-ماتریس مقایسات زوجی معیارهای جمعیتی
۸۶	۴-انجام محاسبات نرمال سازی ماتریس
۸۶	۵-تعیین وزن عوامل و اولویت معیارها
۸۷	۱-۵-تعیین وزن معیارهای مالی
۸۸	۲-۵-تعیین وزن معیارهای محلی
۸۹	۳-۵-تعیین وزن معیارهای جمعیتی
۸۹	۶- تعیین نرخ سازگاری
۹۱	۷- روش AHP برای تعیین اولویت گزینه ها
۹۱	۱-۷- تعیین اولویت گزینه ها از نظر معیارهای مالی

- ۲-۷- تعیین اولویت گزینه ها از نظر معیارهای محلی ۹۵
- ۳-۷- تعیین اولویت گزینه ها از نظر معیارهای جمعیتی ۱۰۲
- ۸- تعیین اولویت نهایی گزینه ها ۱۰۲
- ۹- ارزیابی مدل های MCDM ۱۰۳
- ۱۰- ارزیابی روش مورد استفاده در تحقیق ۱۰۵

فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

- مقدمه ۱۰۷
- نتیجه گیری ۱۰۹
- پیشنهادات ۱۱۳

منابع

- الف- فارسی ۱۱۴
- ب- لاتین ۱۱۶

ضمایم

پرسشنامه

فهرست جداول

- جدول ۱-۲ عمده نظریه های مکان یابی به تقدم تاريخ..... ۳۲
- جدول ۲-۲ انواع مدل های ریاضی مکان یابی..... ۴۲
- جدول ۳-۲ مقایسه MODM , MADM..... ۴۹
- جدول ۴-۲ مزیت های AHP در تصمیم گیری..... ۵۳
- جدول ۱-۳ ماتریس ارزیابی..... ۶۸
- جدول ۲-۳ مقیاس نه نقطه ای دوجه دو در AHP..... ۷۱
- جدول ۱-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیارهای اصلی..... ۸۳
- جدول ۲-۴ ماتریس مقایسات زوجی عوامل مالی..... ۸۴
- جدول ۳-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیارهای سپرده..... ۸۴
- جدول ۴-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیارهای تسهیلات..... ۸۴
- جدول ۵-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیارهای محلی..... ۸۵
- جدول ۶-۴ ماتریس مقایسات زوجی عامل سهولت..... ۸۵
- جدول ۷-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیار نزدیکی به ایستگاه حمل و نقل عمومی..... ۸۵
- جدول ۸-۴ ماتریس مقایسات زوجی معیارهای جمعیتی..... ۸۶
- جدول ۹-۴ وزن معیارهای اصلی..... ۸۷
- جدول ۱۰-۴ وزن معیارهای مالی..... ۸۷
- جدول ۱۱-۴ وزن معیارهای مربوط به سپرده..... ۸۷
- جدول ۱۲-۴ وزن معیارهای مربوط به تسهیلات..... ۸۸
- جدول ۱۳-۴ وزن معیارهای محلی..... ۸۸
- جدول ۱۴-۴ وزن معیارهای مربوط به عامل سهولت..... ۸۸
- جدول ۱۵-۴ وزن معیارهای نزدیکی به ایستگاه حمل و نقل عمومی..... ۸۹

- جدول ۴-۱۶ وزن معیارهای جمعیتی..... ۸۹
- جدول ۴-۱۷ اولویت گزینه ها از نظر معیارهای مالی..... ۹۱
- جدول ۴-۱۸ وزن گزینه ها بر مبنای مبلغ سپرده ها نزد شعب بانک در منطقه برای یک ماه..... ۹۲
- جدول ۴-۱۹ وزن گزینه ها بر مبنای سپرده ها در نزدیکترین شعبه در ۳ ماه اخیر..... ۹۲
- جدول ۴-۲۰ وزن گزینه ها بر مبنای تعداد سپرده های افتتاح شده در نزدیکترین شعبه در ۳ ماهه اخیر..... ۹۳
- جدول ۴-۲۱ وزن گزینه ها بر مبنای میانگین مبلغ تسهیلات نزد شعب بانک در منطقه..... ۹۴
- جدول ۴-۲۲ وزن گزینه ها بر مبنای میانگین کل تسهیلات پرداخت شده در نزدیکترین شعبه در ۳ ماه اخیر..... ۹۴
- جدول ۴-۲۳ وزن گزینه ها بر مبنای تعداد تسهیلات اعطایی در نزدیکترین شعبه در ۳ ماه اخیر..... ۹۵
- جدول ۴-۲۴ اولویت گزینه ها از نظر معیارهای مالی..... ۹۵
- جدول ۴-۲۵ وزن گزینه ها بر مبنای نزدیکی به حمل و نقل عمومی..... ۹۶
- جدول ۴-۲۶ وزن گزینه ها بر مبنای عامل سهولت دسترسی..... ۹۶
- جدول ۴-۲۷ وزن گزینه ها بر مبنای معیار محلی..... ۹۷
- جدول ۴-۲۸ اولویت گزینه ها از نظر معیارهای محلی..... ۹۸
- جدول ۴-۲۹ وزن گزینه ها بر مبنای وسعت شعبه..... ۹۹
- جدول ۴-۳۰ اولویت گزینه ها از نظر معیارهای جمعیتی..... ۹۹
- جدول ۴-۳۱ وزن گزینه ها بر مبنای تعداد پروانه های ساختمانی صادر شده..... ۱۰۰
- جدول ۴-۳۲ وزن گزینه ها بر مبنای میزان بانک های رقیب..... ۱۰۰
- جدول ۴-۳۳ وزن گزینه بر مبنای درآمد سرانه منطقه..... ۱۰۱
- جدول ۴-۳۴ وزن گزینه ها بر مبنای جمعیت بالای ۵۵ سال در منطقه..... ۱۰۱
- جدول ۴-۳۵ اولویت گزینه ها از نظر معیارهای جمعیتی..... ۱۰۲
- جدول ۴-۳۶ اولویت نهایی گزینه ها..... ۱۰۲

فهرست اشکال

شکل ۱-۲ مدل مثلثی لانهارد ۲۰

شکل ۲-۲ مدل مکان یابی وبر ۲۳

فهرست نمودارها

نمودار ۱-۴ درخت سلسله مراتب تصمیم برای انتخاب مناسبترین محل جهت استقرار شعبه ۸۲

فصل اول

کلیات پژوهش

۱- تعریف مساله

مساله مکان یابی بنگاه اقتصادی در سطوح استراتژیک تصمیم گیری بوده و اهمیت اساسی در موفقیت آن دارد. مکان مناسب نقش مهمی در رقابت پذیری یک شرکت در بازار داشته و باید بگونه ای انتخاب شود که باعث دستیابی به مزایای رقابتی و استراتژیک در مقایسه با سایر رقبا شود. پیشینه نظری مکان یابی تسهیلات بخوبی توسعه یافته است. از زمانی که مساله کلاسیک وبر فرمول بندی شده است تاکنون نظریه مکان یابی بخش فعالی از تحقیقات را مخصوصاً در سی سال گذشته به خود اختصاص داده است. در حال حاضر، مکان یابی تسهیلات میتواند بصورت بدنه بزرگی از دانش، مدل های متنوع، متدلوژیها و تکنیک های حل مختلف در زمینه های مختلفی از جمله مهندسی صنایع، تحقیق در عملیات، مدیریت عملیات، اقتصاد شهری و علوم سیاسی دیده شود.^۱

مکان یابی یک فعالیت اقتصادی اعم از یک بنگاه خرده فروشی، کارخانه، مرکز خدماتی یا ... یکی از مهمترین سوالات پیش روی یک بنگاه اقتصادی است تا آنجا که این مساله میتواند تعیین کننده موفقیت یا شکست بنگاه باشد. چراکه هر بنگاه از لحاظ مکانی دامنه نفوذی دارد که اکثریت مشتریان خود را از داخل این محدوده جذب می نماید. این محدوده تحت عنوان منطقه خدماتی یا

^۱ Partovi, F 2006. An analytic model for locating facilities strategically, Omega ; No. 34(2006), pp: 41-55.

Terawatha, Robet, 1988. A multiple branch location model, business and economic review, fall, 3-12

تجاری شناخته می شود، البته باید توجه داشت که این منطقه از لحاظ مسافتی دارای محدودیت می باشد و دارای دامنه نفوذ محدودی می باشد، حال اگر مکان انتخاب شده برای بنگاه به نحوی باشد که در دامنه نفوذ بنگاه مشتریان بالقوه زیادی وجود داشته باشد امکان موفقیت بنگاه به شدت افزایش می یابد و یک انتخاب نامناسب بعثت عدم وجود زمینه بالقوه فعالیت می تواند منجر به شکست بنگاه گردد. در این بین مساله مکان یابی برای بنگاه هایی که دارای شعب متعدد هستند از حساسیت بیشتری برخوردار است چراکه مساله پیش روی یک روزه کاری حداکثر توانایی پاسخگویی به تعداد مشخصی از مشتریان را دارد در نتیجه یکی از ملزومات اصلی جهت افزایش دامنه کاری در اختیار داشتن شعب به تعدادی متناسب با حجم بانک می باشد.^۲

با توجه به اینکه هزینه خریداری، اجاره و راه اندازی هر شعبه بسیار بالا می باشد و تنها هزینه خرید ملک های مورد نظر گاه به چندین میلیارد ریال بالغ می گردد و با وجود قید بودجه ای که از طرف بانک مرکزی برای بانک ها تعیین شده است، بانک ها تنها می توانند ۳۰٪ سرمایه خود را به صورت دارایی های غیر منقول از جمله شعب نگهداری نمایند.^۳ تعیین مکان مناسب برای هر شعبه از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد، اهمیت این موضوع برای بانک های خصوصی با توجه به قیمت های فزاینده ملک در سال های اخیر و روبه رشد بودن آنها دوچندان می باشد.^۴

در صنعت بانکداری نیز مانند دیگر صنایع علاوه بر رقابت های قیمتی، انواع رقابت های غیر قیمتی وجود دارد که به جرات میتوان مهمترین آنها را نحوه ارائه خدمات به مشتریان دانست. در این بین تعداد و مکان قرارگیری شعب از اهمیت ویژه ای برخوردار است چراکه تعیین کننده میزان و سهولت دسترسی به خدمات بانکی می باشد. هرچه تعداد شعب یک بانک یا یک موسسه مالی بیشتر باشد مناطق بیشتری پوشش داده شده و مشتریان بالقوه بیشتری در محدوده جذب شعب

^۳ بانک مرکزی (۱۳۸۴ ب)، مجموعه قوانین و مقررات ناظر بر بانک ها و موسسات اعتباری جلد دوم، تهران ص ۱۲۳۶

^۴ بانک مرکزی (۱۳۸۴ الف)، گزارش عملکرد نظام بانکی کشور در سال ۱۳۸۳، انتشارات موسسه عالی بانکداری ایران ص ۵۹

قرار میگیرند، از سوی دیگر هزینه های مرتبط با نیاز به جابجایی برای رسیدن به نزدیک ترین شعبه کاهش یافته و بدین ترتیب تعداد دفعات مراجعه مشتریان به بانک افزایش خواهد یافت و از خدمات بیشتری استفاده می نمایند.

۲- ضرورت و اهمیت انجام طرح

تعیین محل شعب یکی از موضوع های بسیار مهم در اسقرار آن است که متأسفانه در کشورمان به آن توجه کافی نشده است. این موضوع برای صنعت بانکداری از ابعاد گوناگون قابل توجه و بررسی است و از حساسیت بیشتری برخوردار است.

«محل مناسب» شعبه از جمله عوامل موثر در موفقیت آن واحد است که باید قبل از احداث و راه اندازی به آن توجه شود. لذا تعیین محل را یکی از کلیدی ترین قدم های تاسیس آن میدانند چرا که نتایج این تصمیم در درازمدت اثرات بسزایی از بعد اقتصادی، اجتماعی و ... خواهد داشت.

ارائه خدمات با کیفیت بالا و قیمت تمام شده پایین، بعنوان یکی از استراتژی های رقابتی در بازار مطرح است و تحقق آن به عوامل گوناگونی از جمله قرار گرفتن واحد کسب و کار در محل مناسب بستگی دارد.^۵

۳- اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق، انتخاب محلی مناسب برای استقرار شعب است که کمترین هزینه را برای احداث و ارائه خدمات داشته باشد. هدف، ارائه یک مدل مناسب مکان یابی شعب برای بانک پارسیان بعنوان بزرگترین بانک خصوصی کشور است تا با استفاده از روش AHP بتوان علاوه بر فراهم کردن این مدل مناسب، مکان مناسبی را برای شعب فعلی و شعب جدید بانک انتخاب کرد

^۵ Kuo, R. J.; Chi, S.C. and Kao, S.S. 1999. A decision support system for locating convenience store through Fuzzy AHP, Computers and Industrial Engineering, No. 37, pp:323-326.