

## عنوان مقاله:

بخش بندی بازار بانک تجارت شهر اهواز بر اساس مزایای مورد انتظار مشتریان

## محل انتشار:

دومین همایش ملی و اولین همایش بین المللی پایداری کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

قاسم بخشنده - عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

فرهاد سعداله خانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

## خلاصه مقاله:

با توجه به اینکه بخش بندی بازار موضوعی مهم در بانکداری نوین به منظور تخصیص بهینه منابع و بهبود رضایت مشتریان است، پژوهش حاضر اقدام به بخش بندی بازار بانک تجارت شهر اهواز براساس مزایای مورد انتظار مشتریان نموده است در این راستا ۹ مزیت مورد انتظار مشتریان در قالب پرسشنامه ۴۵ سوالی همراه با ویژگی های جمعیت شناختی بین اعضای نمونه توزیع و ۹۷ پرسشنامه سالم جمع آوری شد. تجزیه و تحلیل داده ها به روش خوشه بندی با استفاده از نرم افزار SPSS منجر به شناسایی ۵ بخش با ویژگی ها متمایز شد. میانگین هر کدام از ۹ مزیت بدست آمده نیز در هر بخش محاسبه و با توجه به نمره هر مزیت در هر خوشه از با اهمیت ترین تا کم اهمیت ترین رتبه بندی شدند. مزیت های نرخ ها و اطلاع رسانی به عنوان مهمترین مزایا و مزیت های کارکنان و راحتی کم اهمیت ترین مزایا شناخته شدند و براساس این نتایج پیشنهادات کاربردی برای هر یک از بخش ها ارائه شد.

## کلمات کلیدی:

بخش بندی بازار، مزایای مورد انتظار مشتریان، خوشه بندی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1274090>

