**پرسشنامه عوامل موثر بر انتخاب بازار هدف**

**هدف:** بررسی عوامل موثر بر انتخاب بازار هدف (سودآوری، توانایی رقابت، رشد بازار، قابل دسترسی بودن، استفاده از فن آوری، اندازه بازار)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | عبارات | **کاملا مخالفم** | **مخالفم** | **نظری ندارم** | **موافقم** | **کاملا موافقم** |
| 1 | ارزیابی سودآوری جاری و آتی بانک، در انتخاب بازار هدف بسیار مهم است. |  |  |  |  |  |
| 2 | توانایی این بانک در کسب درآمد از بازار هدف، معیار اصلی در انتخاب بازار هدف می باشد. |  |  |  |  |  |
| 3 | نتیجه نهایی انتخاب بازار هدف، در میزان سودآوری بانک منعکس می­شود. |  |  |  |  |  |
| 4 | شاخص سودآوری برای بانک، به میزان زیادی بر انتخاب بازار هدف تاثیرگذار است. |  |  |  |  |  |
| 5 | در انتخاب بازار هدف، توانایی رقابت با سایر بانک ها باید لحاظ گردد. |  |  |  |  |  |
| 6 | رقابت پذیری بانکی با سایر رقبا در بازار ، می تواند عاملی در مورد تصمیم گیری در انتخاب بازار هدف باشد. |  |  |  |  |  |
| 7 | باید بازاری را به عنوان هدف بانک انتخاب نمود که در آن رقابت با سایر بانک ها، نتواند منافع مالی را تهدید نماید. |  |  |  |  |  |
| 8 | بانک باید با مشتریانی توافق کند که با خرید خود، به بازار سرمایه رونق دهند. |  |  |  |  |  |
| 9 | در انتخاب بازار هدف باید دقت نمود که به منظور رشد بازار، جذابیت بازارهای موازی را کاهش داد. |  |  |  |  |  |
| 10 | بازاری را باید به عنوان هدف انتخاب کرد که با فعالیت خود باعث رشد بیشتر بازار مورد نظر گردد. |  |  |  |  |  |
| 11 | رشد بازار در آینده باعث جذب مشتریان بیشتر برای بانک خواهد شد. |  |  |  |  |  |
| 12 | بازاری که به عنوان بازار هدف انتخاب می شود باید در دسترس و مداوم باشد. |  |  |  |  |  |
| 13 | سهولت دسترسی به بازار هدف، یکی از ابزارهای موفقیت بانکی در زمینه اقتصاد است. |  |  |  |  |  |
| 14 | افزایش قابلیت دسترسی به بازار هدف، باعث صرفه جویی در زمان و هزینه های بانکی می گردد. |  |  |  |  |  |
| 15 | بازدهی سریع تر و بیشتر سرمایه گذاری در بازار هدف، در گرو دسترسی آسان و سریع به آن است. |  |  |  |  |  |
| 16 | امروزه در انتخاب بازار هدف باید به فن آوری های نوین و به روز توجه نمود. |  |  |  |  |  |
| 17 | استفاده از تکنولوژی های جدید در بازارهای هدف، می تواند برای بانک به عنوان یک مزیت رقابتی بزرگ محسوب گردد. |  |  |  |  |  |
| 18 | بازارهای به روز و مدرن می توانند هدف هایی بهتر و با بازدهی بالاتر برای بانک به حساب آیند. |  |  |  |  |  |
| 19 | برای موفقیت بانک در تمامی جنبه های مالی، اداری و ... باید بر طبق روز و استفاده از تکنولوژی های مدرنیته پیش رفت. |  |  |  |  |  |
| 20 | بازارهای بزرگتر، مکان بهتری برای سرمایه گذاری و یا جذب مشتری هستند. |  |  |  |  |  |
| 21 | اندازه بازار هدف، یکی از ملاک های بسیار مهم برای انتخاب آنها است. |  |  |  |  |  |
| 22 | بازدهی مالی در بازاهای هدف بزرگ، بسیار سریع تر و راحت تر از بازارهای کوچک است. |  |  |  |  |  |

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**روش نمره گذاری**

این پرسشنامه دارای 22 سوال بوده و هدف آن بررسی عوامل موثر بر انتخاب بازار هدف (سودآوری، توانایی رقابت، رشد بازار، قابل دسترسی بودن، استفاده از فن آوری، اندازه بازار) است. طیف پاسخگویی آن از نوع لیکرت بوده که امتیاز مربوط به هر گزینه در جدول زیر ارائه گردیده است:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| گزینه | **کاملا مخالفم** | **مخالفم** | **نظری ندارم** | **موافقم** | **کاملا موافقم** |
| امتیاز | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

پرسشنامه فوق دارای شش بعد بوده که سوالات مربوط به هر بعد در جدول زیر ارائه گردیده است:

|  |  |
| --- | --- |
| بعد | سوالات مربوطه |
| سودآوری | 4-1 |
| توانایی رقابت | 7-5 |
| رشد بازار | 11-8 |
| قابل دسترسی بودن | 15-12 |
| استفاده از فن آوری | 19-16 |
| اندازه بازار | 22-20 |

برای بدست آوردن امتیاز مربوط به هر بعد، مجموع امتیازات سوالات مربوط به آن بعد را با هم جمع نمایید. برای بدست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه، مجموع امتیازات همه سوالات را با هم جمع کنید. امتیازات بالاتر در هر بعد، نشان دهنده جذابیت بیشتر آن بعد به عنوان ملاک برای انتخاب بازار هدف خواهد بود و برعکس.

**روایی و پایایی**

این پرسشنامه محقق ساخته بوده و برای محاسبه روایی آن می توان از نظرات متخصصین و اساتید مربوطه استفاده نمود. همچنین برای محاسبه پایایی آن می توان به سهولت از آزمون آلفای کرونباخ در نرم افزار Spss استفاده نمود.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**منبع**: پایان نامه شما منبع این پرسشنامه خواهد بود.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*