

عنوان مقاله:

مدلسازی کسب مزیت رقابتی پایدار در بانکداری شرکتی (مورد مطالعه: بانک های خصوصی کشور)

محل انتشار:

مجله اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره 12، شماره 44 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

علی سلیمانی بشلی - *Ph.D. student, Department of Business Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran*

هرمز مهرانی - *Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Ghazali Institute of Higher Education, Qazvin, Iran*

شادان وهاب زاده منشی، - *Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran*

زهرا علیپور درویشی، - *Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran*

خلاصه مقاله:

این مطالعه با هدف مدلسازی کسب مزیت رقابتی پایدار در بانکداری شرکتی در بانک های خصوصی کشور انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی-توسعه ای است و از منظر شیوه گردآوری داده ها یک پژوهش پیمایشی مقطعی محسوب می شود. جامعه مشارکت کنندگان در بخش کیفی شامل خبرگان، اساتید، متخصصان بازاریابی و مدیران بانک های خصوصی کشور است. نمونه گیری با روش هدفمند انجام شد و با ۱۲ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. در بخش کمی نیز از دیدگاه ۳۸۴ نفر از مشتریان این صنعت استفاده شد. ابزار گردآوری داده ها، مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسشنامه محقق ساخته می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده از روش گراند تئوری و حداقل مربعات جزئی استفاده شد. یافته های پژوهشی نشان داد مولفه های هوشمندی رقابتی، بانکداری دیجیتال، بازاریابی رابطه مند و مشتری گرایی بر کسب مزیت رقابتی پایدار (پدیده محوری) تاثیرگذارند. همچنین مشخص گردید، مولفه های کسب مزیت رقابتی پایدار (پدیده محوری)، کیفیت خدمات بانکی (شرایط زمینه ای) و شدت رقابت (شرایط مداخله گر) بر راهبرد بازاریابی بانکداری شرکتی (راهبردها) تاثیرگذارند. در نهایت مولفه مذکور منجر به پیامدهایی نظیر رقابت پذیری در صنعت بانکداری، پایداری مالی و روابط بلندمدت با مشتریان می شود.

کلمات کلیدی:

obtaining sustainable competitive advantage, corporate banking, banking industry
کسب مزیت رقابتی پایدار، بانکداری شرکتی، صنعت بانکداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1881407>



