

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر تحکیم بازار (تحقق مزیت رقابتی پایدار) خدمات بانکی در بانک ملت بر مبنای دیدگاه منبع محور

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 4، شماره 2 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

جواد عطاران - دانشجوی دکتری دانشکده اقتصاد و اداره دانشگاه ملی تاجیکستان

علی دیواندری - دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

حیات آدینف - استاد دانشکده اقتصاد و اداره دانشگاه ملی تاجیکستان

خلاصه مقاله:

یک روش مهم و اساسی برای خلق جایگاه رقابتی پایدار، شناسایی عوامل موثر بر مزیت رقابتی پایدار بر اساس دیدگاه منبع محوری باشد. بنابراین هدف اصلی این مقاله، شناسایی عوامل کلیدی مزیت رقابتی پایدار بازار خدمات بانکی بر اساس دیدگاه منبع محور در بانک ملت است که به این منظور سه دسته دارایی‌های مشهود، نامشهود و قابلیت‌ها شناسایی شده و بر اساس آنها مدل مفهومی و اولیه مزیت رقابتی پایدار، استخراج و مورد آزمون قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های حاصل از مدل دارایی‌های مشهود، دارایی‌های نامشهود و قابلیت‌های اصلی شناسایی شد. همچنین نتایج نشان داد که دارایی‌های نامشهود، قابلیت‌ها و دارایی‌های مشهود دارای اولویت اول تا سوم هستند که در بعد دارایی‌های مشهود به ترتیب، تنوع خدمات، خودبانکداری، زیرساخت، سرمایه و بازار، در بعد قابلیت‌ها، قابلیت‌های اجرایی، منابع انسانی و مدیریتی و در نهایت در بعد دارایی‌های نامشهود، عوامل درونی و بیرونی حائز اهمیتند و بر مزیت رقابتی پایدار در بانک ملت موثرند

کلمات کلیدی:

دارایی‌های مشهود، دارایی‌های نامشهود، دیدگاه منبع محور، قابلیت‌ها، مزیت رقابتی پایدار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1398501>

