

عنوان مقاله:

کسب مزیت رقابتی، بهبود عملکرد سازمانی از طریق مشتری مداری، تمایز نوآوری و تمایز بازار منتخبی از بانکهای خصوصی استان مازندران

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمد اسماعیلی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی

نازنین سادات میرخانی

خلاصه مقاله:

تشدید صحنه رقابت جهانی در محیطی که به صورت دایم در حال تغییر است، ضرورت واکنش های مناسب سازمان ها و بانکها را دوچندان کرده و برانعطاف پذیری آنها با محیط نامطمین خارجی پای می فشارد. مزیت رقابتی یکی از ارزشمندترین مباحث در مدیریت محسوب می شود زیرا وجود مزیت رقابتی در یک سازمان به معنای عملکرد بهتر نسبت به رقباست و در کوتاه مدت سودآوری و در بلندمدت بقا و رشد سازمان را تضمین می کنند. این تحقیق با هدف کسب مزیت رقابتی، بهبود و عملکرد سازمانی از طریق مشتری مداری، تمایز نوآوری و تمایز بازار در منتخبی از بانکهای خصوصی استان مازندران انجام شد. این تحقیق از نوع توصیفی پیمایشی بوده که تعداد 400 پرسشنامه بین مشتریان بانکها به صورت غیراحتمالی طبقه ای توزیع گشت سپس با استفاده از مدل ساختاری - تعریف و با نرم افزار lisrel تحلیل گشت. نتایج تحقیق نشان داد که، مشتری گرایی تاثیر مثبت و معنی داری بر نوآوری و بازاریابی دارد همچنین نوآوری و بازاریابی تاثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد سازمانی دارد.

کلمات کلیدی:

مشتری گرایی، نوآوری، بازاریابی، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/577148>

