

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی های اتخاذ شده از سوی گروه بانکها بر سهم بازار آنها

## محل انتشار:

فصلنامه توسعه مدیریت پولی و بانکی، دوره 3، شماره 8 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

توحید فیروزان سرنقی - استادیار گروه بانک، بیمه و گمرک دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی

یاسمن غفاری صومعه - دانش آموخته کارشناسی ارشد، تهران

## خلاصه مقاله:

امروزه صنعت بانکداری در ایران، نسبت به گذشته با ورود انواع موسسات اعتباری و افزایش آنها رقابتیتر شده و بانکها ناچار به اتخاذ راهبردهای مختلف برای حفظ سهم بازار و افزایش آن هستند، در غیر این صورت به مرور و با سرعت سهم خود را در بازار خدمات بانکی اعم از جذب منابع، اعطای تسهیلات و در نتیجه سود از دست خواهند داد. در این تحقیق، عملکرد و رقابت سه گروه از بانکها (دولتی، خصوصی و تازه خصوصی شده) با نظر به رفتار استراتژیک آنها در صنعت بانکداری کشور مورد بررسی قرار گرفته و سعی شده است تا با استفاده از مدل‌های اقتصادسنجی، که مبتنی بر داده های پانل در دوره زمانی 1385-1392 است، اثر اتخاذ هر استراتژی و میزان اثرگذاری آن بر سهم بازار بانکها نشان داده شود. نتایج نشان میدهد، با توجه به شرایط حاکم بر صنعت بانکداری کشور اتخاذ استراتژی اعطای تسهیلات بیشتر توسط گروه بانکهای دولتی، استراتژی تبلیغات توسط گروه بانکهای شبه خصوصی و استراتژی ارتقاء بانکداری الکترونیک توسط گروه بانکهای خصوصی سهم بازار بیشتری را برای هر گروه بانکی رقم میزند.

## کلمات کلیدی:

رقابت بانکی، استراتژی بانکها، صنعت بانکداری و اقتصاد ایران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793756>

