

تاثیر رقیب مداری و مشتری مداری بر نوآوری و عملکرد بازار در صنعت بانک (مورد مطالعه: بانک تجارت)

محسن اصلی بیگی*^۱، سارا دودانگه^۲ و پروین افشار^۳

۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه غیرانتفاعی تاکستان، تاکستان، ایران.

۲مدرس دانشگاه غیر انتفاعی تاکستان

۳دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ملایر، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، ملایر، ایران

*نویسنده مسئول

چکیده

در بازار پرقابلیت صنعت خدمات کسب مزیت‌های رقابتی امری سخت و چالش برانگیز می‌باشد. این امر در صنعت خدمات مالی و به خصوص صنعت بانک بیش از دیگر خدمات عیان می‌باشد. فقط سازمان‌های نوآور قادر خواهند بود تا با غلبه بر محدودیت‌های بازار مزیت‌های رقابتی جدیدی برای خود ایجاد نمایند. بنابراین رفتارهای نوآورانه و عوامل تعیین کننده آن از جایگاهی پراهمیت در سازمان‌ها برخوردار است. هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر رقیب مداری و مشتری مداری بر نوآوری در صنعت بانک تجارت می‌باشد. این تحقیق براساس هدف کاربردی و براساس ماهیت گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارشناسان بانک تجارت در استان قزوین بوده و نمونه آماری مورد استفاده متشکل از ۹۲ تن از این مدیران و کارشناسان می‌باشد. داده‌های مورد نیاز پژوهش از طریق پرسشنامه توزیع شده در میان این افراد جمع‌آوری گردیده و با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزارهای اس پی اس اس و اسمارت پی ال اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که در بانک تجارت متغیر رقیب مداری دارای روابط معناداری با متغیرهای نوآوری در خدمت و بهبود خدمات بانکی بوده و فاقد رابطه معنادار با متغیر عملکرد بازار می‌باشد؛ همچنین، رابطه معنادار مشتری مداری با نوآوری در خدمت و عملکرد بازار تایید شد اما رابطه معناداری میان مشتری مداری و بهبود در خدمات بانک تجارت شناسائی نگردید. نتایج همچنین حاکی از رابطه معنادار دو متغیر نوآوری در خدمات و بهبود در خدمات با عملکرد بازار بانک تجارت در شهر قزوین می‌باشد. در مجموع، نتایج نشان از رابطه ضعیف میان رقیب گرایی با عملکرد بازار بانک تجارت و رابطه پر قدرت متغیرهای نوآوری در خدمت، بهبود در خدمت و مشتری گرایی بر متغیر عملکرد بازار این بانک‌گر داشت. بنابراین این می‌بایست بر رویکردهای مشتری گرایانه تکیه داشته و توجه بیشتری به امر توسعه رفتارهای نوآورانه و نیز بهبود مستمر خدمات از داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: بانک تجارت، مشتری مداری، رقیب گرایی، عملکرد بازار، بهبود خدمات، نوآوری در خدمات.