

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tržišna orijentacija, organizacija i tehnologija u nordijskim retail bankama". Rad ima 11 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Tržišna orijentacija, organizacija i tehnologija u nordijskim retail bankama

Uvod

Retail banke u nordijskom regionu nalaze se pod rastućim konkurentskim pritiskom. Ovo je nekada bila privredna grana koju je karakterisalo stabilno, regulisano okruženje, a sada je privredna grana koju karakterišu konkurencija i potrošači koji su zahtevniji nego ikada. Ove promene zahtevaju orijentaciju prema potrošačima i tržištu, i postavljaju nove izazove pred menadžment i organizaciju aktivnosti. Kako se retail banke u nordijskom regionu suočavaju sa ovim izazovima?

Ovaj izveštaj ispituje tržišnu orijentaciju u nordijskim retail bankama i institutima za kredite i štednju. Cilj je da se da opis skorijih inicijativa i promena u upravljanju i kontroli sistema, upotrebi tehnologije i razvoja novih informacionih tehnologija, kao što su Internet i mobilno bankarstvo. Izveštaj posmatra razlike između sve četiri zemlje i koliko nacionalnost utiče na prilagođavanje rastućim konkurentskim pritiscima i izazovima koje postavlja nova tehnologija.

Metode

Izveštaj je baziran na upitniku koji je poslat svim retail bankama i institutima za kredite i štednju u četiri nordijske zemlje (Danska, Norveška, Švedska i Finska), koje imaju više od četiri zaposlena. Upitnik je slat u septembru, oktobru i novembru 2000.

Za ovu vrstu proučavanja, identifikacija ključnih dostavljača informacija je veoma važna za nivo odziva i validnost, kao i pouzdane komparacije organizacija. Preko telefonskih poziva, do relevantnih odeljenja u svakoj organizaciji, identifikovali smo senior menadžere odgovorne za marketing retail bankarstva i informacionu tehnologiju. Gde je to bilo moguće, kontaktirali smo ih i obavestili o rezultatima istraživanja. Dobili smo 575 upitnika koji su predstavljali 391 organizaciju. Odziv je bio 44% za retail menadžere i 41% za IT menadžere. Nivo odziva je varirao po zemljama, tako da je iznosio 51% u Danskoj, 60% u Norveškoj, 46% u Švedskoj i 30% u Finskoj. Ako se iz ove populacije isključe finske kooperativne banke, koje i nisu strateški nezavisne već su deo veće organizacione strukture – ukupan nivo odziva iznosi 55%. Generalno, ovo je veoma visok nivo odziva, imajući u vidu osetljivu prirodu stavki iz upitnika.

U ovom istraživanju, rezultat za svaku firmu, vezano za marketing orijentaciju i indikatore performanse, računat je na osnovu prosečnih rezultata ova dva ispitivanja. U slučaju da je dobijen odgovor samo na jedno od ova dva pitanja, rezultat je baziran na tom jednom odgovoru.

U poređenju sa američkim i britanskim ispitivanjima vezanim za marketing orijentaciju, ovo istraživanje karakteriše relativno veliki broj kompanija male i srednje veličine. Važan doprinos predstavlja opis i analiza toga kako ove firme upravljaju tržišnom orijentacijom.

Tržišna orijentacija

Koncept tržišne orijentacije ima jednostavnu logiku: intenzivirana konkurencija zahteva da firme budu sposobne da registruju, analiziraju i ponašaju se prema potrebama i željama potrošača.

Međunarodna istraživanja tržišne orijentacije suzila su značenje tržišne orijentacije. Tržišna orijentacija nije samo slab koncept korporativne kulture koja naglašava potrebe potrošača, već i usko definisani set organizacionih ciljeva, koji naglašava:

Generisanje tržišne informacione inteligencije kroz analizu eksternog okruženja, uključujući trendove, konkurenciju, tržišta i potrošače.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com