

عنوان مقاله:

بررسی استراتژی های رشد در کسبوکار از نگاه پورتر و عوامل ایجاد مزیت در رقابت با سایر شرکت ها

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

مرتضی یوسفی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

روح الله ایمانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نیلوفر لطفعلی زاده مهرآبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

زهره سادات موسوی - گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

اهمیت خاصی که در جهان کنونی شرکت های مختلف برای تدوین استراتژی قائل هستند، مبین این دیدگاه است که در فرآیند آگاهانه تدوین استراتژی فواید ارزشمندی نهفته است. امروزه با توجه به خصوصی سازی سازمان ها و در شرایط رقابتی روزافزون در زمینه افزایش فروش و اندازه سهم بازار، آنچه بیش از همه در فرآیند برنامه ریزی بازار و بازاریابی اهمیت دارد، به کارگیری استراتژی رقابتی است. هدف از تهیه این مقاله مروری، بررسی اجمالی و کوتاه تأثیر استراتژیهای رقابتی پورتر بر شرکت هاست. یک شرکت باید بتواند از طریق خلق تمایز در کسب و کار، خود را حفظ کرده، با رهبری هزینه بتواند محصولات و خدمات خود را با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت در اختیار مصرف کنندگان قرار داده و از طریق تمرکز بر بازار و شناخت مشتریان بالقوه و همچنین مشتریان همیشگی وفادار بتواند کالا و خدمات تخصصی خود را در اختیار آنان قرار دهد. همچنین در بحث نتیجه گیری به شمار اندکی از مزایای داشتن استراتژی در کسب و کار پرداختیم.

کلمات کلیدی:

استراتژی تمایز، استراتژی رهبری هزینه، استراتژی تمرکز، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1178783>

