

عنوان مقاله:

نقش مزیت رقابتی در مدیریت استراتژیک کسب و کارها

محل انتشار:

بیست و یکمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسنده:

ناهید فرجی بیرگانی - مدیر بازاریابی شرکت پویا تجهیز فرناک

خلاصه مقاله:

هدف مقاله حاضر، نقش مزیت رقابتی در مدیریت استراتژیک کسب و کارها می باشد. تحقیق حاضر براساس هدف یک تحقیق مروری و کاربردی و روش جمع آوری داده ها در این پژوهش از نوع کتابخانه ای است که بوسیله مطالعه کتب و مقالات از سایت های اینترنتی و پایگاه های معتبر داخلی و خارجی جمع آوری گردیده است. اگر عوامل مربوط به مزیت رقابتی به طور متداوم در جریان باشند و پیاده کردن مزیت رقابتی باعث بهبود عملکرد درون سازمان و برون سازمانی خواهد شد و هر شرکتی با کپی برداری از رویکرد سازمان نمی تواند جایگاه سازمان در بازار را تصرف کند. مدیریت استراتژیک با تأثیرگذاری بر ایجاد سازمان به یک هدف اساسی برای کسب و کارها تبدیل شده است. زیرا برای بقا و شکوفایی شرکت هایشان، آنها باید روزانه با عدم قطعیت ها که توسط محیط پارسرعت معرفی می شوند مقابله کنند و نشان نتایج می دهد که کسب و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت رقابتی و متغیر امروزی یکی از دغدغه های مدیران کسب و کارها است. تمامی بررسی های انجام شده داخلی و خارجی حاکی از اهمیت بالای این موضوع بوده و نتایج جالبی در بردارند.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، مدیریت استراتژیک، مزیت رقابتی استراتژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2055199>

