

عنوان مقاله:

بررسی رابطه هوشمندی رقابتی با تصمیم گیری استراتژیک

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

عبدالرضا بیگی نیا - استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

علی نوروزی سپیده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، گرایش منابع انسانی، دانشگاه تهران

ابولفضل عزیزی شریف - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

خلاصه مقاله:

در خلال سالهای اخیر، هوشمندی رقابتی به یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل شده و با فرهنگ سازمان ها و شرکتهای پیشرو عجین گشته است. افزایش هوشمندی رقابتی موجب می گردد سازمانها اطلاعات محیط اطراف خود را سریعتر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کرده و نتایج حاصل را به طریق سودمند ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم گیرندگان قرار دهند. این امر جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع کرده و اثربخشی فرایند تفکر و تصمیم گیری جمعی را به نحو چشمگیری بهبود می بخشد. بدین ترتیب، مدیران اجرایی با درک بهتر رقبا و محیط پرچالش رقابت می توانند با تکیه بر ابزارها و تکنیک های خاص، اطلاعات مرتبط با قابلیت ها، نقاط قوت و ضعف و نیت رقبا را مورد بررسی قرار داده و نسبت به انتخاب راهبرد مناسب اقدام و همواره یک گام از رقبا جلوتر باشند. یک سازمان هوشمند استراتژی رقبا را بهتر و سریعتر پیش بینی می کند و از شکست و موفقیت آنها نکات بسیاری می آموزد و این امکان را برای مدیران ارشد سازمان به وجود می آورد تا با ممیزی سیستماتیک از رقابت پذیری سازمان، با آگاهی بیشتری نسبت به اتخاذ تصمیمات راهبردی اقدام کنند.

کلمات کلیدی:

هوشمندی، هوشمندی رقابتی، تصمیم گیری، تصمیم گیری استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231347>

