

عنوان مقاله:

هوشمندی رقابتی، مزیت رقابتی در موفقیت سازمان های تجاری

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

علی اکبر شهری مجارشین - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد آذربایجان شرقی

مریم ریحانی تاش - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر

خلاصه مقاله:

این پژوهش توصیفی و با هدف بررسی، تعریف و تبیین ابعاد هوشمندی رقابتی (Competitive Intelligence) به عنوان یک مزیت رقابتی (Competitive Advantage) در عرصه ی فعالیت های چالشی و موفقیت سازمان های تجاری انجام گرفته است. با توجه به اینکه محیط سازمان های تجاری بطور مداوم و مستمر در حال دگرگونی و تغییرات سریع است. وجود یک شاخص برتری و قدرت متمایز رقابتی جهت تداوم فعالیت ها و بقا سازمان های تجاری در چنین وضعیتی لازم و ضروری به نظر می رسد. شرکت ها و سازمان های تجاری در مقابل رقبای خود، برای داشتن مزیت رقابتی جهت ارائه ارزش و خدمتی بالاتر در هر حوزه ای، به اطلاعات مفیدی نیاز دارند. اطلاعات، یک ابزار مهم استراتژیک و توان رقابتی به شمار می آیند. هوش رقابتی، ابزاری برای مدیریت استراتژیک و یکی از سریع ترین و متمایزترین زمینه های موفقیت سازمان ها در رشد کسب و کار است. همچنین هوشمندی رقابتی، یکی از تکنیک های مهم در ایجاد مزیت رقابتی به شمار می آید. هوشمندی رقابتی فرآیند به کارگیری شیوه های قانونی و اخلاقی برای کشف، تهیه و تحویل بموقع اطلاعات مورد نیاز به تصمیم گیرندگانی است که می خواهند توان رقابتی کسب و کار خود را افزایش دهند.

کلمات کلیدی:

هوش، هوشمندی رقابتی، مزیت رقابتی، مدیریت استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/279078>

