

عنوان مقاله:

هوش رقابتی و عوامل اثرگذار آن در محیط بازار

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

احسان معانی - کارشناس مسوول بودجه، فوق لیسانس مدیریت دولتی، شرکت برق منطقه ای مازندران

خلاصه مقاله:

گسترش تکنولوژی اطلاعاتی و انفجار اطلاعات منجر به افزایش روزافزون توجه به هوش رقابتی در سال های اخیر شده است. می توان هوش رقابتی را عمل جمع آوری، گزینش، تفسیر اطلاعات عمومی با تأکید بر واقعیت رقبا، عملکرد آن ها، قابلیت ها و اهدافشان دانست. در این فرآیند، اطلاعات پراکنده رقبا و مشتریان به دانش استراتژیک کاربردی در زمینه تهدیدات و فرصت های تجاری، تبدیل می شوند. لذا تحلیل مداوم محیط درونی و بیرونی سازمان و تفسیر مستمر اطلاعات دریافتی از محیط، تأثیر بسزایی در تصمیمات آتی مدیران جهت موفقیت بیشتر سازمان خواهد داشت. در این مقاله ابتدا به تعریف هوش رقابتی و تبیین اهمیت، ضرورت و اهداف آن در تجارت امروز جهانی می پردازیم، سپس ابعاد و مدل های هوش رقابتی و نقاط ضعف و قوت هر یک از مدل ها بررسی می گردد.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، محیط، تحلیل رقبا، محیط کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286145>

