

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر هوش رقابتی

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

عباس صمدی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت، ملایر، ایران.

روح اله سهرابی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت، ملایر، ایران

سیدمهداد میرآفتاب زاده - دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

در دنیای کنونی کسب و کارها، موضوعی نیز به نام هوشمندی رقابتی مطرح شده است. مفهوم هوش بخشی از استراتژی بازاریابی است که به عنوان تلاشی مستمر جهت افزایش توانایی های رقابتی و فرایندهای برنامه ریزی استراتژیک، مورد توجه قرار می گیرد. کار بزرگ هوشمندی رقابتی این است که مدیران را به چالش وادار می دارد تا به شیوه ای جدید فکر کنند. آنها باید اطلاعات بسیار زیادی از شرکتهای رقیب، واسطه ها و سایر نیروها و عواملی که در بازار فعال هستند، داشته باشند. شرکت ها همیشه سعی داشته اند بدانند که رقبای آنها چه می کنند. هوشمندی رقابتی، هنر جمع آوری، پردازش و ذخیره سازی اطلاعات است که افراد تمام سطوح سازمان فراخور نیاز خود به آن دسترسی دارند و به آنها کمک می کند که آینده خود را شکل دهند و در مقابل تهدیدات رقابتی از آنها محافظت می کند، این اطلاعات مربوط به رقبای، مشتریان، تامین کنندگان، فناوری ها، محیط یا ارتباطات بالقوه مربوط به کسب و کار است. در این مقاله نخست، به مفهوم هوش رقابتی و رقابت می پردازیم، سپس هوشمندی رقابتی و تحقیقات بازار، مراحل چرخه هوشمندی رقابتی، استراتژی و هوشمندی رقابتی و موضوعات کلیدی برای افزایش هوشمندی رقابتی ارائه می شود، در ادامه به خصوصیات سازمانهای هوشمند، تفاوت اطلاعات با اطلاعات هوشمند می پردازیم و به ارائه ی یک مدل مفهومی عملیاتی از هوش رقابتی می پردازیم، در آخر بحث را با توجه به اینکه هوشمندی چه هست و چه نیست به پایان می بریم و در پایان به جمع بندی و نتیجه گیری از مباحث می پردازیم.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، رقبا، هوشمندی از بازار، آگاهی از رقیب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286619>

