

عنوان مقاله:
استراتژی رقابتی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تصمیم گیری در علوم مهندسی و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

میثاق رضایی - گروه مدیریت، واحد آباده، دانشگاه آزاد اسلامی، آباده، ایران

مرضیه حیدری - گروه مدیریت، واحد آباده، دانشگاه آزاد اسلامی، آباده، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی استراتژی رقابتی بوده است. استراتژی های رقابتی یا استراتژی کسب و کار سازمان چگونگی رقابت و برتری در برابر رقبا، چهارچوب و الگوی رقابت و جایگاه و چشم انداز لازم را برای سازمان ها تعیین می نمایند. شرکت های تولیدی با سرمایه گذاری در بخش تحقیق و توسعه همواره نگران به کارگیری نوآوری های حاصل از این تحقیقات و تأثیر آنها بر موقعیت بنگاه در بازار هستند. هدف استراتژی رقابتی برای واحد کسب و کار در یک صنعت یافتن موقعیتی است که در آن شرکت بتواند به بهترین وجه ممکن در مقابل این عوامل رقابتی از خود دفاع کند و یا آن ها را در راستای اهداف خود متاثر سازد. امروزه استراتژی رقابتی و شاخه های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، تحلیل رقبا و تعیین موقعیت استراتژیک به عنوان بخشی پذیرفته شده از فعالیت مدیریتی محسوب می شوند. مزیت رقابتی بیانگر برتری ناشی از توانایی های معین یا ترکیب توانایی هاست که رقیب برتر منحصر یا به مقدار زیادی نسبت به رقبا داراست. بنابراین برای دستیابی به مزیت رقابتی، یک سازمان هم باید به موقعیت خارجی خود توجه کند و هم توانمندی های داخلی را مورد توجه قرار دهد. از آنجایی که ممکن است توان جمععی عوامل تا حد زیادی برای رقابت کنندگان مشکل آفرین باشد، بهترین راه برای تدوین استراتژی بررسی دقیق و عمیق منابع هر کدام از این عوامل است. شناخت منابع اصلی فشار رقابتی، نقاط عمده ضعف و قوت شرکت را مشخص می کند و جایگاه آن را در درون صنعت تقویت می کند. روش پژوهش توصیفی- مروری و ابزار گردآوری اطلاعات منابع کتابخانه ای، مجلات و سایت های معتبر بوده است

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، استراتژی رقابتی، کسب و کار، رقبا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/525253>

