

عنوان مقاله:

مکانیزم های ایجاد مزیت های رقابتی در صنایع دریایی کشور

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی صنایع دریایی ایران (سال: 1381)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

محمود صانعی پور - مشاور برنامه ریزی استراتژیک

خلاصه مقاله:

در دهه های اخیر اصل برتری مزیت های رقابتی نسبی به ثبوت رسیده و در آمیزه هایی از این دو گروه مزیت ها، می توان به توسعه اقتصادی پایدار دست یافت. برای مطالعه، بررسی و تجزیه و تحلیل رقابت و رقا، مدلها و مکانیزم های علمی در نبرد بازار ارائه شده و امروز ادبیات بسیار روشن و مشخصی برای این نوع بررسی و مطالعات وجود دارد و در این مقاله از این مدلها و روشها بخوبی استفاده شده است و از آنجا که مقاله مبتنی بر مطالعات موردی و تجارب اثر بخشی در شرکتهای کشتی سازی جمهوری اسلامی می باشد، کلیه مدلهای تجزیه و تحلیل رقابت در فضای عملی و عینی انجام شده و با مصادیق عینی آن در اقتصاد دریا و صنایع دریایی ایران مورد بحث قرار می گیرد. مدلهای مورد استفاده در تجزیه و تحلیل رقابتی شرکتهای کشتی سازی در ایران که عمدتاً خارجی هستند، عبارتند از: مدل پنج نیروی رقابتی پورتر، ماتریس سهم بازار رشد فروش شرکت از مشاور بوستون، ماتریس داخلی و محیطی شرکتهای ماتریس ارزیابی وضعیت استراتژیک و موقعیت رقابتی و مدل 9 خانه جنرال الکتریک، و نتایج حاصله از این بررسی و تجزیه و تحلیل، تعیین استراتژیهای بازار، تولید، تکنولوژی، نیروی انسانی، قیمت، کیفیت و سرعت می باشد و تشخیص راهبردی متمایز سازی شرکتهای تولید کننده در نبرد بازار میباشد، در اصل مقاله راه کارهای مشخص در سه سطح استراتژیک شرکت اعم از استراتژیهای موسسه، استراتژیهای داد و ستد و استراتژیهای عملیاتی ارائه خواهد شد.

کلمات کلیدی:

مزیت های رقابتی (Competitive Advantage)، سهم بازار (Market Share)، قوت ها و فرصت ها (Strength & Opportunities)، اقدامات استراتژیک (Strategic Actions)، استراتژیهای داد و ستد (Business Strategies)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/9551>

