

عنوان مقاله:

کاربرد استراتژی اسب تروا

محل انتشار:

سومین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

زهرا شیرازیان - دکترای مدیریت مالی استاد راهنما

فوزیه طاهری مینا - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

اسبهای تروا ممکن است در هر زمینه ای از کسب و کار گسترده شده باشند. شرکتها به ندرت متوجه آن می شوند مگر هنگامی که بازارهای خود را از دست رفته ببینند. سابقه استراتژی اسب تروا به افسانه ای از یونان باستان باز می گردد. تسخیر و بدست آوردن بخشهایی از بازار رقبا ، همواره موضوع مهمی است که همیشه مورد غفلت و بی توجهی قرار گرفته است و زمانی مدیران متوجه این موضوع می شوند که بخش هایی از بازار خود را از دست داده اند. درک نادرست از تغییرات بازار یک عامل اصلی این استراتژی است. بهره گیری از اسبهای تروا منحصر به سطح شرکتها نیست، بلکه برخی کشورها از راههایی همچون پیمانهای منطقه ای جهانی در تلاش اند تا با بهره گیری از اسبهای تروا رقابت پذیری ملی خویش را تقویت کنند.

کلمات کلیدی:

اسب تروا ، استراتژی ، رقابت ، تکنولوژی ، دامپینگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/310793>

