

## ارائه مدلی جدید جهت تعیین موقعیت استراتژیک سازمان در محیط رقابتی با رویکرد خلق مزیت رقابتی پایدار

نیما اسکندری نیا<sup>۱\*</sup>، سمیه صائب نیا<sup>۲</sup>

۱- فارغ التحصیل دکترای تخصصی مدیریت دولتی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه جامع علمی و کاربردی مدیریت صنعتی اردبیل، ایران، اردبیل

### چکیده

در دنیای امروز، محیط‌های کسب و کار رو به رقابت روز افزون هستند و سازمان‌هایی که در صنایع و بازارهای به شدت رقابتی مشغول فعالیت هستند نیازمند خلق و پرورش مزیت رقابتی هستند. هنگامی که در صنعتی خاص شدت رقابت افزایش می‌یابد، سازمان‌ها نیازمند ساز و کارهایی هستند که بتوانند سود پایدار و سهم بازار خود را حفظ نمایند در غیر این صورت دیر یا زود از صحنه رقابت محو خواهند شد. سازمان‌هایی که در چنین شرایط تهدیدآمیزی اقدام به خلق و پرورش مزیت رقابتی می‌نمایند می‌توانند از این رقابت جان سالم به در ببرند. هدف از انجام این پژوهش، ارائه مدلی با رویکرد منطق فازی، جهت خلق مزیت رقابتی پایدار و ارائه راهکارهایی جهت تقویت موقعیت استراتژیک سازمان در محیط‌های رقابتی می‌باشد. سوال اساسی پژوهش این است که سازمانی که در صنعتی کاملاً رقابتی و تهدیدآمیز در حال فعالیت می‌باشد، چگونه می‌تواند سهم بازار خود را حفظ نموده، آن را افزایش دهد و به سوآوری پایدار دست یابد؟ مدل پیشنهادی تحقیق در قیاس با سایر مدل‌های ارائه شده در خصوص موقعیت استراتژیک سازمان و مزیت رقابتی از پویایی بیشتری برخوردار می‌باشد و با توجه به اینکه از منطق فازی پیروی می‌کند دارای مرزبندی منعطف بوده و تحت شرایط مختلف می‌تواند راهکار رقابتی مناسب را پیشنهاد دهد. جهت انجام این پژوهش، محقق طی مطالعه آرشیوی و کتابخانه‌ای، به جمع‌بندی مدل‌های ارائه شده در خصوص مزیت رقابتی و نحوه شکل‌گیری آن پرداخت و طی نظرسنجی از سه نفر خبره شامل اساتید عضو هیئت علمی دانشگاه‌های واقع در تهران و بکارگیری روش دلفی، مدل پیشنهادی خود را نهایی نمود. روش پژوهش از نوع کیفی می‌باشد و محقق به کمک روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (روش نمونه‌گیری گلوله برفی) افراد خبره را انتخاب نموده و پس از جمع‌بندی، مدل خود را ارائه نموده است.

**واژگان کلیدی:** مزیت رقابتی، مزیت رقابتی پایدار، منطق فازی