

## طراحی مدل موضع یابی استراتژیک بازارگرا در صنعت پوشاک با استفاده از تکنیک دلفی

محمد مهدی پرهیزگار<sup>۱</sup>، توحید علیزاده حسین حاجلو<sup>۲\*</sup>، محمد تقی امینی<sup>۳</sup>، سیده معصومه غمخواری<sup>۴</sup>دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران<sup>۱</sup>دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران<sup>۲</sup>استاد گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران<sup>۳</sup>استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

## Designing a market-oriented strategic positioning model in the clothing industry using the Delphi technique

Mohammad Mehdi Parhizgar<sup>1</sup>, Tohid Alizadeh Hossein Hajlou<sup>2\*</sup>, Mohamad Taghi Amini<sup>3</sup>, Seyedeh Maasoumeh Ghamkhari<sup>4</sup><sup>1</sup>Associate Professor, Department of Business Administration, Payam Noor University, Tehran, Iran<sup>2</sup> Ph.D. student of Business Administration, Payam Noor University, Tehran, Iran<sup>3</sup> Professor of the Business Management Department of Payam Noor University, Tehran, Iran<sup>4</sup> Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Economics and Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: (30/06/2022)

Accepted: (29/07/2022)

شناسه یکتا: <https://doi.org/10.52547/JABM.3.2.109>

## Abstract

**Objective:** According to the importance of strategic positioning, the present study aims to provide a model for market-oriented strategic positioning in the apparel industry using the Delphi technique.**Methodology:** The statistical population in this study is the garment industry experts in Tehran province that 15 people have been consciously selected as the sample size and as the panel of experts. Data collection tools are notes from previous research and a questionnaire to collect data from the panel of experts. Delphi method was used to analyze the collected data in 3 steps.**Findings:** After analyzing the data obtained from the Delphi technique in 3 stages, a paradigm model of market-oriented strategic positioning in the clothing industry was presented. Findings show that this model has 7 variables of organizational factors (9 components), customer factors (5 components), competitiveness (2 components), contextual factors (4 components), strategies (4 components), facilitators (5 components) ) And the consequences as a dependent variable (3 components).**Conclusion:** Based on the findings and by creating a suitable brand position in the clothing industry, which today is also competing with foreign brands, it is possible to create appropriate competitive conditions and market share by using the correct positioning policies while improving its position in the market. And gained more profitability.

## Keywords

Strategic positioning, market orientation, clothing industry, Delphi technique

## چکیده

**هدف:** با توجه به اهمیت موضع یابی استراتژیک، پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی برای موضع یابی استراتژیک بازارگرا در صنعت پوشاک با استفاده از تکنیک دلفی انجام شده است.**روش شناسی:** جامعه آماری در این پژوهش خبرگان صنعت پوشاک در استان تهران می باشد که به صورت آگاهانه ۱۵ نفر به عنوان حجم نمونه و به عنوان پانل خبرگان انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده ها یادداشت برداری از تحقیقات پیشین و پرسشنامه جهت جمع آوری داده از پانل خبرگان می باشد. برای تحلیل داده های جمع آوری شده از روش دلفی در ۳ مرحله استفاده شده است.**یافته ها:** پس از تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از تکنیک دلفی در ۳ مرحله مدل پارادایمی موضع یابی استراتژیک بازارگرا در صنعت پوشاک ارائه شد. یافته ها نشان می دهد این مدل دارای ۷ متغیر عوامل سازمانی (۹ مولفه)، عوامل مشتری (۵ مولفه)، توان رقابت (۲ مولفه)، عوامل زمینه ای (۴ مولفه)، راهبردها (۴ مولفه)، عوامل تسهیل کننده (۵ مولفه) و پیامدها به عنوان متغیر وابسته (۳ مولفه) می باشد.**نتیجه گیری:** بر اساس یافته ها و با ایجاد جایگاه مناسب برند در صنعت پوشاک که امروزه در حال رقابت با برندهای خارجی نیز می باشد، می توان با استفاده از خط مشی های صحیح موضع یابی ضمن ارتقاء جایگاه در بازار شرایط رقابتی مناسبی را ایجاد کرد و سهم بازار و سودآوری بیشتری را به دست آورد.

## واژه های کلیدی

موضع یابی استراتژیک، بازارگرا، صنعت پوشاک، تکنیک دلفی