

عنوان مقاله:

رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در بازارهای داخلی و بین‌المللی زعفران ایران

محل انتشار:

فصلنامه زراعت و فناوری زعفران، دوره 8، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

امیرحسین توحیدی - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

محمد قربانی - استاد گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

علیرضا کرباسی - استاد گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

احمدرضا اصغریور ماسوله - استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

بهروز حسینی-مهموئی - مدیر واحد تحلیل استراتژیک، دانشگاه موناخ استرالیا.

خلاصه مقاله:

فقدان استراتژی مشخص رقابتی یکی از مشکلات مهم شرکت‌های زعفران ایرانی در بازارهای داخلی و بین‌المللی برای کسب مزیت رقابتی است. لذا، رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در بازارهای داخلی و بین‌المللی زعفران ایران هدف اصلی این مطالعه می‌باشد. برای این منظور، با در نظر گرفتن نظریه‌ی موقعیت بازار و دیدگاه منبع-محور، در این مطالعه اهمیت منابع بازاریابی و استراتژی‌های رقابتی برای یکی از شرکت‌های مهم تولیدکننده و عرضه‌کننده‌ی زعفران مورد بررسی قرار گرفت. در این مطالعه، برای جمع‌آوری نظرات خیرگان شرکت از پرسشنامه مقایسه زوجی استفاده شد. با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی، نتایج مطالعه نشان داد که استراتژی تمایز بیشترین تأثیر را در کسب مزیت رقابتی دارد. همچنین، نتایج نمایانگر آن است که در اجرای استراتژی تمایز، باید به قابلیت‌های مدیریتی و قابلیت‌های ارتباط با مشتری توجه ویژه‌ای داشت. بر این اساس، بهبود شرایط مالی و درک صحیح نیازها و خواسته‌های مشتریان از جمله راه‌کارهایی است که منجر به توسعه‌ی قابلیت‌های کلیدی شرکت و کسب مزیت رقابتی در بازار زعفران می‌شود.

کلمات کلیدی:

دیدگاه منبع-محور، قابلیت‌های سازمانی، مدیریت استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1180664>

