

عنوان مقاله:

الگوی استراتژیک دوسوتوانی مزیت رقابتی و مشروعیت اجتماعی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 13، شماره 49 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

شیوا سلامات - دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

مهدی حقیقی کفاش - دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

شهرام خلیل نژاد - استادیار دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

سید صالح ترکستانی - استادیار دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

در نظریه نهادی سازمان ها هم به دنبال مزیت رقابتی (با تاکید بر رقابت بر سر منابع کمیاب و اهمیت دادن به محیط وظیفه ای) و هم مشروعیت اجتماعی (با تاکید بر دستیابی به مشروعیت از منظر ذی نفعان اجتماعی با نفوذ و اهمیت دادن به محیط نهادی) بوده و برای دستیابی همزمان به این دو هدف به رویه ها و فرایندهای مقتضی نیاز دارند. اما سیر مطالعات انجام شده در این بخش از سال ۱۹۷۷ نشانه عدم پاسخگویی به این نیاز در قالب ارائه مدلی تجربی از فعالیت های لازم برای تحقق این هم زمانی در سازمان ها است. این شکاف نظری به ویژه در بستر کشورهای در حال توسعه نظیر ایران از اهمیت بیشتری برخوردار است. لذا فهم چگونگی برخورداری همزمان سازمان ها از مزیت رقابتی و مشروعیت به عنوان مساله اصلی پژوهش حاضر در نظر گرفته شد. در این پژوهش، گروه صنعتی گلرنگ به عنوان یک مطالعه موردی خاص در نظر گرفته شده و در چارچوب تحقیق کیفی - اکتشافی وضعیت آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین منظور داده ها از طریق مصاحبه اکتشافی و نیمه ساختاریافته گردآوری و با استفاده از روش های تحلیل تم و کدگذاری تحلیل شدند. بررسی ها نشان داد مدیریت همزمان اقدامات رقابتی و مشروعیت آفرین از یک الگوی استراتژیک دوسوتوانی در ۳ مرحله پی درپی تشکیل می شود: مرحله اول ایجاد نهاد و بستر رقابت جدید، مرحله دوم ایمن سازی محیط از تلاطم های نهادی و مرحله سوم اطمینان از جاری شدن برنامه ها و تضمین نتایج مطلوب. الگوی استراتژیک دوسوتوانی پیشنهاد شده در واقع معرف محدودهای برای سازمان است که در این محدوده، سازمان می تواند مشروعیت خود را حفظ و در عین حال به تمایز توان رقابتی در قیاس با دیگران نیز دست یابد. بنابراین، سازمان اگر خارج از این محدوده اقدام به انتخاب استراتژی نماید، خود را در خطر از دست رفتن مشروعیت و یا تهدید اقدامات رقابتی برنامه ریزی شده قرار خواهد داد.

کلمات کلیدی:

تعادل استراتژیک، دوسوتوانی، مزیت رقابتی، مشروعیت اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1536534>

