

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت، گروه بازرگانی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (M.A)

گرایش: "بازرگانی داخلی"

عنوان:

بررسی تاثیر دیدگاه مبتنی بر منابع بر کسب مزیت رقابتی با تاکید بر موقعیت شرکت نفت پارس

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر منصوره علیقلی

استاد مشاور:

سرکار خانم دکتر افسانه ملکمی

پژوهشگر:

مجتبی احمدی

زمستان ۱۳۹۲

تقدیم به

پدر و مادر مهربان و همسر عزیزم، که صفای قلب مادر مشوق راهم است، دعای پدر، حامی همیشگی ام
و شکیبایی همسرم، امید زندگییم. بودنم در گرو بودنشان است، هر سه سوختند تا برای من بسازند و قد
خم کردند تا قد راست کنم.

تشکر و قدردانی

حمد و سپاس خدایی را که به من بودن و زیستن عطا فرمود.

مراتب سپاس، تقدیر و تشکر خود را از اساتید جلیل‌القدر و فرهیخته‌ای همچون استاد فرزانه سرکار خانم دکتر منصوره علیقلی در مقام استاد راهنما که انجام این پایان‌نامه بدون راهنمایی‌ها و کمک‌های ارزنده ایشان امکان‌پذیر نبود و سرکار خانم دکتر افسانه ملکمی، استاد مسلم مدیریت و استاد فاضل در مقام استاد مشاور که با مشاوره‌های عالمانه باعث افزایش غنای علمی این پایان‌نامه گردیدند و استاد معزز و عالیقدر سرکار خانم دکتر اعظم رحیمی‌نیک در مقام استاد داور، که با مشغله کاری بسیار، داوری این پایان‌نامه را به عهده گرفتند و نام ایشان زینت بخش و باعث اعتبار این پایان‌نامه می‌باشد، به جا آورم.

با سپاس فراوان از خانواده عزیزم، به ویژه همسر مهربانم که با صبوری، آرامش و صفا، روشنی بخش راهم می‌باشند.

فصل اول: کلیات پژوهش

۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- بیان مسئله تحقیق
۴	۳-۱- بیان اهمیت تحقیق
۵	۴-۱- بیان اهداف تحقیق
۵	۵-۱- چارچوب نظری
۶	۱-۵-۱- مزیت رقابتی
۷	۲-۵-۱- دیدگاه مبتنی بر منابع
۱۰	۶-۱- مدل تحقیق
۱۰	۷-۱- فرضیات تحقیق
۱۱	۸-۱- قلمرو تحقیق
۱۱	۹-۱- جامعه آماری مورد مطالعه
۱۱	۱۰-۱- روش تحقیق
۱۱	۱۱-۱- ابزار گردآوری داده‌ها
۱۱	۱۲-۱- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۲	۱۳-۱- تعاریف متغیر و داده‌ها

فصل دوم: ادبیات پژوهش

بخش اول: دیدگاه مبتنی بر منابع

۱۵	۱-۱-۲- مقدمه
۱۷	۲-۱-۲- نگرش‌های موجود به منشاء مزیت رقابتی
۱۸	۳-۱-۲- دیدگاه مبتنی بر منابع
۲۰	۴-۱-۲- منابع سازمان
۲۰	۵-۱-۲- مزیت رقابتی منابع فیزیکی
۲۱	۱-۵-۱-۲- مزیت رقابتی در منابع مالی و سرمایه‌ای
۲۱	۲-۵-۱-۲- مزیت رقابتی سرمایه‌های سازمانی

- ۲۲ ۳-۵-۱-۲- مزیت‌های رقابتی قلمرو نیروی انسانی
- ۲۳ ۶-۱-۲- قابلیت‌های محوری پایدار
- ۲۴ ۷-۱-۲- دیدگاه مبتنی بر منابع و مزیت رقابتی
- ۲۵ ۸-۱-۲- سایر دیدگاه‌های مؤثر بر مزیت رقابتی
- ۲۵ ۱-۸-۱-۲- دیدگاه موقعیت در بازار
- ۲۷ ۱-۱-۸-۱-۲- رابطه با تامین‌کنندگان
- ۲۷ ۲-۸-۱-۲- دیدگاه مبتنی بر توان خلاقیت و نوآوری

بخش دوم: مزیت رقابتی

- ۳۰ ۱-۲-۲- مقدمه
- ۳۰ ۲-۲-۲- مفهوم مزیت رقابتی
- ۳۵ ۳-۲-۲- انواع مزیت رقابتی
- ۴۰ ۴-۲-۲- قلمرو علی مزیت رقابتی
- ۴۳ ۵-۲-۲- مکاتب مزیت رقابتی
- ۴۶ ۶-۲-۲- استراتژی‌های محوری رقابتی: از دیدگاه پورتر
- ۴۷ ۱-۶-۲-۲- رهبری هزینه
- ۴۸ ۲-۶-۲-۲- تمایز
- ۴۸ ۳-۶-۲-۲- تمرکز
- ۴۹ ۷-۲-۲- تعقیب بیش از یک استراتژی محوری
- ۵۰ ۸-۲-۲- اشکال مزیت رقابتی
- ۵۳ ۹-۲-۲- استراتژیهای محوری رقابتی: از دیدگاه میتزبرگ
- ۵۳ ۱-۹-۲-۲- استراتژی تمایز بر مبنای قیمت
- ۵۴ ۲-۹-۲-۲- استراتژی تمایز بر مبنای تصویر
- ۵۴ ۳-۹-۲-۲- استراتژی تمایز بر مبنای پشتیبانی
- ۵۴ ۴-۹-۲-۲- استراتژی تمایز بر مبنای کیفیت
- ۵۴ ۵-۹-۲-۲- استراتژی تمایز بر مبنای طراحی
- ۵۴ ۶-۹-۲-۲- استراتژی غیر تمایز
- ۵۴ ۱۰-۲-۲- مدل نهایی مزیت رقابتی

بخش سوم: پیشینه پژوهش

- ۵۷ ۳-۱-۲- پیشینه تحقیق

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۶۱	۱-۳-۱- مقدمه
۶۱	۲-۳-۱- جامعه آماری
۶۲	۳-۳-۱- حجم نمونه
۶۲	۴-۳-۱- متغیرهای مستقل و وابسته
۶۳	۵-۳-۱- روش تحقیق
۶۳	۶-۳-۱- روش گردآوری اطلاعات
۶۴	۱-۶-۳-۱- روش کتابخانه‌ای
۶۴	۲-۶-۳-۱- روش میدانی
۶۴	۱-۲-۶-۳-۱- بررسی مدارک و اسناد
۶۴	۲-۲-۶-۳-۱- مشاهده
۶۴	۳-۲-۶-۳-۱- مصاحبه
۶۴	۴-۲-۶-۳-۱- پرسشنامه
۶۵	۷-۳-۱- شاخص‌های مربوط به متغیرهای تحقیق و سؤالات مرتبط در پرسشنامه
۶۶	۸-۳-۱- فرضیات تحقیق
۶۷	۹-۳-۱- تعیین روایی (اعتبار) پرسشنامه
۶۷	۱۰-۳-۱- پایایی (اعتمادپذیری) پرسشنامه

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۷۰	۱-۴-۱- مقدمه
۷۰	۲-۴-۱- تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۰	۱-۲-۴-۱- آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها
۷۱	۲-۲-۴-۱- سنجش تاثیر دیدگاه مبتنی بر منابع و ابعاد آن بر کسب مزیت رقابتی
۷۲	۲-۲-۴-۲- فرضیه فرعی اول
۷۳	۳-۲-۴-۲- فرضیه فرعی دوم
۷۴	۴-۲-۴-۲- فرضیه فرعی سوم
۷۵	۳-۲-۴-۳- رتبه‌بندی ابعاد دیدگاه مبتنی بر منابع
۷۶	۴-۲-۴-۳- سنجش وضعیت موجود متغیرها
۷۶	۱-۴-۲-۴- بررسی سطح دیدگاه مبتنی بر منابع
۷۶	۱۱-۴-۱- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دوجمله‌ای برای متغیر دیدگاه مبتنی بر منابع

- ۷۷ ۲-۴-۲-۴- بررسی سطح سرمایه معنوی
- ۷۷ ۱۲-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دوجمله‌ای برای متغیر سرمایه معنوی
- ۷۷ ۳-۴-۲-۴- بررسی سطح سرمایه انسانی
- ۷۸ ۱۳-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دوجمله‌ای برای متغیر سرمایه انسانی
- ۷۸ ۴-۴-۲-۴- بررسی سطح سرمایه مالی
- ۷۸ ۱۴-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دوجمله‌ای برای متغیر سرمایه مالی
- ۷۹ ۵-۴-۲-۴- بررسی سطح مزیت رقابتی
- ۷۹ ۱۵-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دوجمله‌ای برای متغیر کسب مزیت رقابتی

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

- ۸۱ ۱-۵- مقدمه
- ۸۱ ۲-۵- نتایج حاصل از آزمون فرضیات
- ۸۱ ۱-۲-۵- آزمون رتبه‌ای اسپیرمن
- ۸۳ ۲-۲-۵- آزمون فریدمن
- ۸۳ ۳-۲-۵- تکنیک آنتروپی
- ۸۳ ۴-۲-۵- آزمون دوجمله‌ای
- ۸۴ ۳-۵- پیشنهادات بر اساس یافته‌های پژوهش
- ۸۴ ۱-۳-۵- با توجه به رابطه مثبت و معنادار میان بکارگیری دیدگاه مبتنی بر منابع و ابعاد آن (سرمایه معنوی، انسانی و مالی) با کسب مزیت رقابتی، راهکارهایی بدین صورت ارائه داد:
- ۸۴ ۱-۱-۳-۵- سرمایه معنوی:
- ۸۴ ۲-۱-۳-۵- سرمایه انسانی:
- ۸۴ ۳-۱-۳-۵- سرمایه مالی:
- ۸۵ ۴-۵- محدودیت‌های تحقیق
- ۸۵ ۵-۳-۳- پیشنهادات برای تحقیقات آتی
- ۸۷ منابع
- ۹۷ پیوست‌ها

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۹	جدول ۱-۱- اجزای دیدگاه مبتنی بر منابع
۲۳	جدول ۱-۲- علل لزوم کسب مزیت رقابتی در قلمرو منابع انسانی
۶۶	جدول ۱-۳- شاخص‌های مربوط به پرسشنامه منابع ورودی
۶۶	جدول ۲-۳- شاخص‌های مربوط به پرسشنامه مزیت رقابتی
۶۸	جدول ۳-۳- مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش
۷۰	جدول ۱-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون کولموگروف-اسمیرنف
۷۱	جدول ۲-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون اسپیرمن (رابطه میان دیدگاه مبتنی بر منابع و کسب مزیت رقابتی) ...
۷۲	جدول ۳-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون فریدمن
۷۳	جدول ۴-۵- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون فریدمن
۷۳	جدول ۴-۶- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون اسپیرمن (رابطه میان سرمایه انسانی و کسب مزیت رقابتی)
۷۴	جدول ۴-۷- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون فریدمن
۷۴	جدول ۴-۸- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون اسپیرمن (رابطه میان سرمایه مالی و کسب مزیت رقابتی)
۷۵	جدول ۴-۹- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون فریدمن
۷۵	جدول ۴-۱۰- رتبه‌بندی ابعاد دیدگاه مبتنی بر منابع
۸۱	جدول ۵-۱- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون رتبه‌ای اسپیرمن
۸۳	جدول ۵-۲- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون فریدمن
۸۴	جدول ۵-۴- نتایج حاصل از بکارگیری آزمون دو جمله‌ای

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۷	نمودار ۱-۱- ارتباط تئوری‌های کسب مزیت رقابتی پایدار. (خداداد حسینی و مه‌ری، ۱۳۸۴).....
۱۰	مدل مفهومی پژوهش (Saeedi et al, 2012; Kotha & Vadlamani, 1995).....
۴۶	شکل ۲- ۲: استراتژی‌های محوری پورتر (Porter, 1985).....
۵۱	شکل ۲- ۳: اشکال مزیت رقابتی (Kotha & Vadlamani, 1995; Helms & Ettkin, 2000).....
۵۳	ابعاد مزیت رقابتی (Mintzberg, 1991).....
۵۵	مدل نهایی پژوهش برای مزیت رقابتی (Kotha & Vadlamani, 1995; Mintzberg, 1988).....

چکیده

هدف از نگارش پژوهش حاضر، بررسی تاثیر بکارگیری دیدگاه مبتنی بر منابع بر کسب مزیت رقابتی شرکت نفت پارس می‌باشد. در این تحقیق که از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود، برای جمع‌آوری داده‌های مورد نظر از ابزار پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه مذکور پس از طراحی و تائید روایی و پایایی آن، میان ۶۲ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت نفت پارس توزیع شد. نتایج حاصل از بکارگیری آزمون‌های اسپیرمن و فریدمن، بیانگر تاثیر مثبت و معنادار دیدگاه مبتنی بر منابع و ابعاد آن شامل سرمایه معنوی، سرمایه انسانی و سرمایه مالی بر کسب مزیت رقابتی می‌باشد. ضمن اینکه سرمایه مالی به عنوان مهمترین بعد دیدگاه مبتنی بر منابع انتخاب شد. در نهایت با بکارگیری آزمون دو جمله‌ای، وضعیت موجود متغیرها بررسی شدند که تمامی آن‌ها در سطح مطلوبی قرار گرفتند.

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

رقابت شرکت‌ها در بازارهای الکترونیکی بویژه اینترنتی، آنها را وادار ساخته است تا درصدد ایجاد مزیت‌های رقابتی باشند. مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی سازمان را بسیار موفق‌تر از سایر سازمان‌ها می‌نماید و رقبا نمی‌توانند براحتی از آنها تقلید کنند (Feurer & Chaharbaghi, 1994).

همان گونه که از این تعریف برمی‌آید و نیز به هر تعریف دیگری از مزیت رقابتی که بنگریم، به این وجوه مشترک در بین آنها برمی‌خوریم که برای دستیابی به مزیت رقابتی، یک بنگاه هم باید به موقعیت خارجی خود نیز توجه کند (Porter & Miller, 1985) و هم توانمندی‌های داخلی را مورد توجه قرار دهد (Barney & Griffin, 1992).

با توجه به این که مفهوم مزیت رقابتی برخاسته از مفاهیم مدیریت استراتژیک می‌باشد، می‌توان گفت که مزیت رقابتی حاصل فرآیندی پویا و مستمر است که با در نظر داشتن موقعیت خارجی و داخلی سازمان، از منابع سازمان نشات می‌گیرد و بواسطه توانایی بکارگیری درست این منابع، قابلیت‌هایی را بوجود می‌آورد که بهره‌گیری از این قابلیت‌ها، مزیت‌های رقابتی را برای بنگاه به ارمغان می‌آورند (Bourgeois et al, 1999).

در این پژوهش، سعی بر آنست تا با درک مفهوم دیدگاه مبتنی بر منابع، تاثیر بکارگیری این دیدگاه بر کسب مزیت رقابتی شرکت نفت پارس مورد بررسی قرار گیرد.

۱-۲- بیان مسئله تحقیق

در دنیای امروزه اکثر سازمان‌ها دریافته‌اند که صرفاً با تکیه بر اهرم‌های رقابتی سنتی مانند افزایش کیفیت، کاهش هزینه و تمایز در ارائه محصولات و خدمات، کافی نیست و مفاهیمی همچون سرعت و انعطاف‌پذیری در رقابت نمود پیدا کرده‌اند و گرایش به سمت ارائه محصولات و خدمات جدید به بازار، دلیل موجه این تغییر نگرش است (اخباری، ۱۳۸۶).

در اقتصاد جهانی، رقابت‌پذیر بودن به معنای امکان بدست آوردن موقعیت مناسب و پایدار در بازارهای بین‌المللی است. از نظر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱، توانایی یک کشور در تولید کالاها و خدمات برای ارائه در بازارهای بین‌المللی از مهمترین ابعاد رقابت‌پذیری است (کریمی هسنیجه، ۱۳۸۶).

در سال‌های اخیر، مباحثی همچون دارایی‌های نامشهود و سرمایه‌های فکری، توجه پژوهشگران بسیاری را در حوزه مدیریت به خود معطوف کرده است. تغییرات فزاینده در روند بازارها، تولید محصولات و ارائه خدمات، نیاز سازمان‌ها به تبادل و دسترسی سریع به اطلاعات بروز و بهنگام را بیش از پیش آشکار ساخته است که این امر ناشی از افزایش رقابت در سطح جهانی، از میان رفتن مرزهای جغرافیایی و از دست رفتن کنترل بر روی ذینفعان است. ظهور رقبای تازه‌وارد بین‌المللی با ساختارهای اقتصادی متنوع، تولیدات و فرآیندهای تولید مختلف، موجب تغییر در ویژگی‌های اساسی و کاهش چشمگیر چرخه حیات محصولات گشته است.

اقتصاد دانش‌محور که یکی از اقتصادهای مبتنی بر کشاورزی، صنعتی و یا خدماتی می‌باشد، در قابلیت‌های منابع انسانی و چگونگی استفاده سیستماتیک از آنها جهت کسب منافع و مزایای آنها نهفته است. چالش پیش روی این اقتصاد، تعیین ارتباطی یکپارچه و منطقی میان شایستگی‌های منابع انسانی و عملکرد اقتصادی سازمان یا صنعت مربوطه می‌باشد (Amidon, 1999).

افرادی که از دانش بالایی بهره‌مندند، قادر خواهند بود با بکارگیری اطلاعات مناسب و در دسترس، تصمیمات سریع و هوشمندانه‌ای اتخاذ نمایند. زیرا محیط خارجی سازمان‌ها بشدت پیچیده و همواره در حال تغییر بوده و تنها واکنش‌های سریع و هوشمندانه، منجر به افزایش توان رقابتی سازمان‌ها گشته و بقای آنها را در عرصه بین‌المللی حفظ می‌نماید. نیروهای رقابتی موجود در سطح داخلی و خارجی سازمان‌ها و صنایع، موجب می‌گردند که منابع انسانی همواره واکنش‌های سریع و تازه‌ای از خود نشان داده و در نتیجه توانمندیشان افزایش خواهد یافت (Du Toit, 2003).

^۱. OECD

در اقتصاد مبتنی بر دانش، سرمایه‌دانشی از ارزش اقتصادی بالایی برخوردار بوده و در میزان درآمد سازمان‌ها کاملاً مشهود می‌باشد. دارایی‌های فکری، تنها در دوره‌های ادغام یا خرید، برای سازمان‌ها ارزش دفتری ایجاد می‌کنند. وقتی یک سازمان از نظر ارزش‌های دفتری در سطح مطلوبی قرار داشته باشد، دارایی‌های مادی جایگزین سرمایه‌دانشی سازمان می‌گردند (Ostro, 1997).

همچنین با توجه به تغییراتی که در محیط اقتصادی بین‌المللی رخ داده است، هیچ یک از این تئوری‌ها برای بیان علت تجارت کشورها و دلیل موفقیت کشوری در صنعت خاص و توانایی یک کشور در حفظ موقعیت رقابتی در بلندمدت کافی نبوده و نیاز به ارائه نظریه‌ای است که بتواند برای مزیت نسبی، به بیان دلایل رقابت‌پذیری یک صنعت در سطح جهان پردازد (صفری و اصغری زاده، ۱۳۸۷). یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار بر کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها و صنایع، منابع ورودی آنهاست. سرمایه‌های انسانی، معنوی و مالی از جمله این عوامل محسوب شده که تاثیر بسزایی بر رقابت‌پذیری دارند (مهرگان و همکاران، ۱۳۸۷).

شرکت نفت پارس، با تکیه بر بهره‌مندی از نیروی انسانی توانمند، سرمایه در گردش بالا و همچنین نام تجاری معتبر، در مقایسه با رقبای داخلی و خارجی از مزایای رقابتی بالایی برخوردار نبوده و نتوانسته‌اند آنطور که باید و شاید سهم درخور توجهی از بازار را به دست آورند.

در نتیجه، سوال اصلی پژوهش حاضر را می‌توان بدین صورت مطرح نمود:

آیا تاکید بر منابع ورودی سازمان بر کسب مزیت رقابتی در شرکت نفت پارس، تاثیرگذار است؟

۱-۳- بیان اهمیت تحقیق

سال‌های آغازین قرن بیست و یکم، سال‌هایی که بشر تمدن مدت‌ها چشم انتظار آن بود، نویدبخش آسایش نیست و چالش‌های پیش روی انسان‌ها و تمدن‌ها، در این سال‌ها بیش از همیشه تاریخ به چشم می‌آید. کشورها و تمدن‌ها می‌کوشند در این آشوب‌ها و دگرگونی‌های نامنتظره‌ای که پیش می‌آید، کمترین زیان را ببینند و بیشترین بهره را نصیب خود کنند، که این امر جز در سایه داشتن برنامه‌ریزی محیط‌گرا و آینده‌نگر حصول نمی‌یابد.

با توجه به اینکه در ایران توسعه صنایع داخلی از استراتژی‌های توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و با وجود فشارهای رقابتی، توجه به بازارهای متلاطم داخل کشور نیز در سال‌های آتی از اهمیت خاصی برخوردار می‌گردد. از این‌رو در این راستا ضرورت دارد که برای بررسی تاثیر منابع ورودی بر کسب مزیت رقابتی یک سازمان یا صنعت، به ابزارهای نوین مدیریتی به تدوین راهکارهای مناسب به منظور در اختیار گرفتن سهم بیشتری از بازارها مبادرت ورزیده شود.

برای بقاء سازمان‌ها در عرصه بین‌المللی، توان رقابت‌پذیری و حفظ آن بعنوان مزیتی استراتژیک، امری ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین سازمان‌ها برای نوآوری و یادگیری موفقیت‌آمیز، ابتدا باید در فکر خلق دانش و سپس بکارگیری آن با سرعت هرچه بیشتر در سطوح مختلف سازمان باشند.

رشد سازمان‌ها اغلب به قابلیتشان در دستیابی به یک حاشیه رقابتی بستگی دارد که توسط استانداردهای نوین عملکرد در بازارهای رقابتی، تعیین می‌شود. برای دستیابی به چنین حاشیه رقابتی، سازمان‌ها نه تنها باید فعالیت‌های خود را در سازمان‌ها مدیریت و کنترل کنند، بلکه باید در مورد رقبای خود نیز اطلاعاتی بدست آورند تا خود، محصولات و خدماتشان را در برابر آنها نمایند (Patterson, 2000).

۴-۱- بیان اهداف تحقیق

۱) سنجش تاثیر متغیرهای سرمایه معنوی، سرمایه انسانی و سرمایه مالی بر کسب مزیت رقابتی شرکت نفت پارس

۲) تعیین مهمترین بعد تاثیرگذار بر کسب مزیت رقابتی از میان ابعاد سرمایه معنوی، سرمایه انسانی و سرمایه مالی

۳) بررسی سطوح مزیت رقابتی، منابع ورودی و ابعاد آن در شرکت نفت پارس

۵-۱- چارچوب نظری

اصولاً چارچوب نظری، الگویی است که پژوهشگر بر اساس آن روابط بین عواملی که در ایجاد مساله مهم تشخیص داده شده‌اند، نظریه‌پردازی می‌کند. این نظریه می‌تواند ضرورتاً سخن پژوهشگر نباشد و از نتایج تحقیقات قبلی پیرامون مساله باشد. ادغام باورهای منطقی پژوهشگر و تحقیقات مرتبط با

مساله تحقیق هم در ایجاد مبنا برای ایجاد مبنا برای بررسی موضوع تحقیق نقش محوری دارد. بطور خلاصه چارچوب نظری تحقیق به رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته و چنانچه تحقیق وسیع باشد متغیرهای مداخله‌گر و تعدیلگر که تصور می‌شود در دگرگونی شرایط مورد بررسی نقش دارند، می‌پردازد (خاکی، ۱۳۷۸).

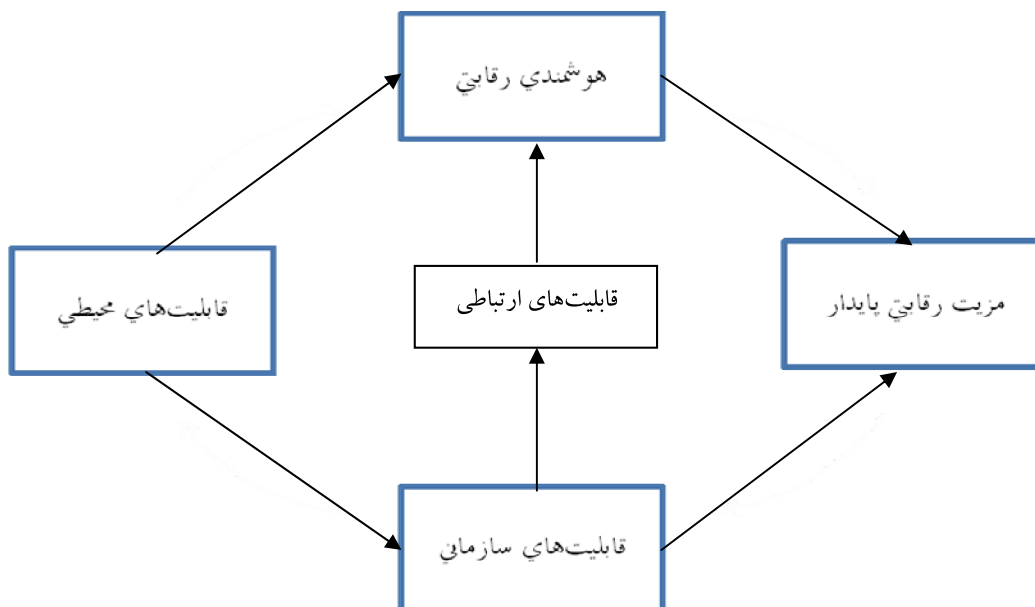
چارچوب نظری الگویی مفهومی است مبنی بر روابط تئوریک میان تعدادی از عواملی که در مورد مساله پژوهش، با اهمیت تشخیص داده شده‌اند. با بررسی سوابق پژوهش‌ها در قلمرو مساله به گونه‌ای منطقی و آمیختن آن با باورهای محقق به منظور ایجاد پایه علمی برای بررسی مساله مورد تحقیق، جایگاه اساسی برای روابط خاصی که میان متغیرها در نظر گرفته و مورد آزمایش قرار می‌گیرند، بوجود می‌آید (سکاران، ۱۳۸۱).

۱-۵-۱- مزیت رقابتی

قبل از بیان علل و عوامل موثر در کسب مزیت رقابتی، تعریف مفهوم و ابعاد آن ضروری به نظر می‌رسد. "مزیت رقابتی میزان فزونی جذابیت پیشنهادهای شرکت از نظر مشتریان در مقایسه با رقباست" (Warren, 1998).

"مزیت رقابتی، تمایز در ویژگی‌ها با ابعاد هر شرکتی است که آن را قادر به ارائه خدمات بهتر از رقبا به مشتریان می‌کند" (Ma, 1999).

تعریف فوق و سایر تعاریف ارائه شده در مورد مزیت رقابتی بیانگر این هستند که مفهوم مزیت رقابتی، ارتباط مستقیم با ارزش‌های مورد نظر مشتری دارد. با این حال در رابطه با مفهوم مزیت رقابتی دو موضوع مهم و مورد تأکید است: اول ایجاد و کسب آن از طریق تلفیق کارآمد و مؤثر منابع محیطی و منابع سازمانی با استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های ارتباطی و هوشمندی رقابتی، و دوم، پایدار سازی مزیت رقابتی به دست آمده که در این رابطه و براساس مکتب نگرش بر مبنای منابع، مسئله مهم، میزان تقلیدپذیر بودن مزیت رقابتی است که به طور کلی این موضوع به ماهیت مزیت رقابتی، برنامه‌های حفاظتی سازمان و قابلیت‌ها و اقدامات رقبا بستگی دارد (خداداد حسینی و مهری، ۱۳۸۴).



نمودار ۱-۱- ارتباط تئوری‌های کسب مزیت رقابتی پایدار. (خداداد حسینی و مهری، ۱۳۸۴)

از دیدگاه پورتر، استراتژی‌ها به سازمان این امکان را می‌دهد که از سه مبنای متفاوت از مزیت‌های رقابتی بهره گیرند. آنها عبارتند از: استراتژی رهبری هزینه‌ها، استراتژی متفاوت‌سازی و استراتژی متمایز نمودن (دیوید، ۱۳۷۹).

۱-۵-۲- دیدگاه مبتنی بر منابع

دیدگاه مبتنی بر منابع، اساساً عملکرد سازمانی و موقعیت بازار را تابع ویژگی‌های سازمانی می‌داند و رابطه بین مشخصه‌های سازمانی و نتایج عملکردی را بررسی می‌نماید. اصل پایه‌ای دیدگاه مبتنی بر منابع این است که سازمان‌ها متشکل از مجموعه‌ای از منابع می‌باشند و این منابع، منبع رقابت‌پذیری سازمان بوده و ویژگی‌های منابع، چگونگی مزیت و حد پایداری آن را مشخص می‌کند (Ma, 1999). در این دیدگاه، برای مثال قابلیت‌های کلیدی یک شرکت، دانش ضمنی یا منابع خاص درون شرکت را شامل نمی‌شود؛ بلکه قابلیت‌ها و منابع رابطه‌ای از طریق روابط اجتماعی بین سازمان‌ها ایجاد می‌شود. بر این اساس در این دیدگاه یک شرکت به تنهایی قادر به ایجاد مزیت رقابتی نیست و چنین مزیتی با تعاملات پویا فی‌مابین سازمان‌ها شکل می‌گیرد. بر اساس تجزیه و تحلیل منابع رقابتی و محیط، استراتژی‌های مرتبط باید جهت اجرای فعالیت‌های شرکت توسعه داده شوند. استراتژی‌های رقابتی در واقع دسته‌ای از استراتژی‌های سازمان می‌باشند که قابلیت انطباق و سازگاری با محیط

رقابتي پيچيده را داشته باشند. براي افزايش و بهبود ارزش سهامداران شركت‌ها، لازم است كه چنين شركت‌هايي در محيط رقابتي به عملکرد مطلوب مانند حداكثر سود دست يابند. (Barney, 2001).

در خصوص انواع قابليت‌هايي كه بر شكل‌گيري مزيت رقابتي تأثيرگذارند مي‌توان به تحقيقات متعددي اشاره كرد. تحقيقات انجام‌شده شامل دامنه‌اي از متغيرهاست. اين پژوهش‌ها و متغيرهايي كه تحقيق روي آنها متمرکز بوده عبارتند از؛

موهبت‌هاي برتر (مانند استعدادهاي مديریتی، كاركنان ماهر و متخصص، فرهنگ سازمانی برتر)، قابليت‌هاي كارآفرینی (مانند توانايی يافتن مشتريان باارزش و شناسايی و بهره‌برداري از فرصت‌ها)، قابليت‌هاي فني (مانند خلاقیت، كارايی و انعطاف‌پذیری)، قابليت‌هاي سازمانی، قابليت‌هاي استراتژیک، بهره‌برداري از صرفه‌جویی با مقياس، مدیریت و توسعه منابع، فرهنگ سازمانی مشتری-گرا، فرهنگ سازمانی خدمات‌گرا و مشوق نوآوری، نوآوری محصول و خدمات بازارگرا، فرهنگ سازمانی سازگار با شرايط و الزامات محيط بازار، توانايی سازگاري تکنولوژی با الزامات بازار، تامین نیازهاي حال و آینده بازار و درك زنجيره ارزش کلی مشتری، رابطه مبتنی بر اعتماد با مشتری، درك آینده قبل از مشتری، كسب اعتماد مشتری، پيش‌بینی و ايجاد استانداردهاي جديد و متفاوت برای آینده، توانايی و تركيب خلاق مهارت‌هاي محوري، درك ماهيت پيچيده نیازها و ارزش‌هاي مشتری از طريق تمرکز بر روش و پایه رقابت و مكان رقابت، رهبری استراتژیک، نوآوری سازمان، رقابت بر مبنای همكاری، رقابت شبکه‌ای، شايستگی‌هاي محوري، سازگاري استراتژیک، رقابت بر مبنای زمان، اهمی نمودن منابع، توانايی ايجاد، بازسازی و ارتقاء دانش و فرآيندهاي نیروی انسانی، انعطاف-پذیری، يادگيري سازمانی، دانش فني با توانايی تسهيل دسترسی به منابع رقابت برونزا و سازگاري (عطاران و همكاران، ۱۳۹۱).

جدول ۱-۱ اجزای دیدگاه مبتنی بر منابع را بر طبق تحقيقات مختلف نشان می‌دهد:

جدول ۱-۱- اجزای دیدگاه مبتنی بر منابع

پژوهشگران	اجزای دیدگاه مبتنی بر منابع
Ma, 1996	استعدادهای مدیریتی، کارکنان ماهر و متخصص، فرهنگ سازمانی برتر
Ma, 1996	توانایی یافتن مشتریان باارزش و شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها
Ma, 1996	قابلیت‌های سازمانی
Ma, 1996	خلاقیت، کارایی و انعطاف‌پذیری
Chaharbaghi, 1999	قابلیت‌های استراتژیک
Chaharbaghi, 1999	مدیریت و توسعه منابع
Groonroos, 1990	بهره‌برداری از صرفه‌جویی به مقیاس
Webster, 1992	فرهنگ سازمانی مشتری‌گرا
Foster & Prior	فرهنگ سازمانی خدمات‌گرا و مشوق نوآوری
Dunning And Pearce	نوآوری محصول و فرآیند بازارگرا
Barney, 1986	فرهنگ سازمانی سازگار با الزامات و شرایط محیط بازار
Quinn, 1985	فرهنگ سازمانی نوگرا و نوآوری
(Cooper And Schendel, 1986	نوآوری بازارگرا
Slater & Narver, 1994	توانایی سازگاری تکنولوژی با الزامات بازار
Freid, 1995	تامین نیازهای حال و آینده مشتریان و درک زنجیره ارزش مشتری
Popcom, 1991	رابطه مبتنی بر اعتماد با مشتری
Prahald, 1993	پیش‌بینی و ایجاد استانداردهای جدید و متفاوت برای آینده
Aaker, 1998	توانایی و ترکیب خلاق مهارت‌های محوری
Grant, 1991	درک ماهیت پیچیده نیازها و ارزش‌های مشتری از طریق تمرکز بر روش
Weerawar, 2003	رهبری استراتژیک
Achrol & Kother, 1999	نوآوری سازمان
Ford, 2002	رقابت بر مبنای همکاری
Kanter, 1990	رقابت شبکه‌ای
Campbell & Goold, 1995	شایستگی‌های محوری
Kanter, 1990	سازگاری استراتژیک
Montgomery & Coolis, 1995	رقابت بر مبنای زمان
KAmoche, 1996	اهرمی نمودن منابع
Cott, 1997	توانایی ایجاد، بازسازی و ارتقاء دانش و فرآیندهای نیروی انسانی
Garica & Liopis Vano, 2002	انعطاف‌پذیری
Rosanna Farica et al, 2003	یادگیری سازمانی
Rosanna Farica et al, 2003	دانش فنی با توانایی تسهیل دسترسی به منابع رقابت برونزا و سازگاری