

## فرهنگ‌سازمانی، منبع مزیت رقابتی پایدار (ویژگی‌ها و پیامدهای هنجاری)

محمدحسن سبحانی

عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهاب دانش قم

### چکیده

بررسی این موضوع که فرهنگ یک شرکت بایستی دارای چه ویژگی‌هایی باشد تا مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند؛ همواره هدف محققان حوزه فرهنگ‌سازمانی بوده است. تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ‌سازمانی باید سه ویژگی مشخص داشته باشد تا بتوان از آن به‌عنوان منبع مزیت رقابتی یاد کرد. ارزشمند، نادر و غیرقابل تقلید، سه ویژگی یادشده می‌باشد. یافته‌های پیشین نشان می‌دهد که فرهنگ برخی شرکت‌ها این سه ویژگی را دارند. به‌این‌ترتیب، این فرهنگ‌ها، منبع چنین مزایای رقابتی هستند. در این مقاله از روش توصیفی تحلیلی استفاده شده و پیامدهای هنجاری تحلیل مورد بحث قرار می‌گیرد. در انتها نتیجه می‌شود شرکت‌هایی که این فرهنگ‌های لازم را ندارند نمی‌توانند در فعالیتهایی درگیر شوند که فرهنگ آن‌ها را اصلاح و عملکرد مالی بهتر و پایدار ایجاد می‌کند زیرا فرهنگ‌های اصلاح‌شده آن‌ها معمولاً نادر و قابل تقلید صحیح نخواهند بود. شرکت‌هایی که فرهنگ‌هایی با ویژگی‌های لازم دارند می‌توانند از طریق فرهنگ خود به عملکرد مالی بهتر و پایدار دست یابند.

**واژه‌های کلیدی:** فرهنگ‌سازمانی، ارزشمند، نادر، غیرقابل تقلید، منبع مزیت رقابتی پایدار، عملکرد مالی بهتر و پایدار.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۱۴-۱