

## بررسی رابطه قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر

سعید یوسفی سعیدآبادی<sup>۱</sup>، کیومرث نیازآذری<sup>۲</sup>، مرضیه بهلولی اسکویی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

<sup>۲</sup> هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

<sup>۳</sup> کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

### چکیده

هدف مقاله حاضر، بررسی رابطه قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر، می‌باشد. این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر در سال ۹۷-۱۳۹۶ به تعداد ۱۰۰ نفر بود. حجم نمونه به تعداد ۸۰ نفر با روش نمونه-گیری تصادفی طبقه‌ای بر حسب جنسیت انتخاب شد. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. ابزار اندازه‌گیری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های استاندارد قابلیت‌های سازمانی جمشیدی و همکاران (۱۳۹۳)، استراتژی منابع انسانی ادوارد و همکاران (۲۰۰۶) و مزیت رقابتی استراتژیک مقیمی و رمضان (۱۳۹۰)، بود. روایی پرسشنامه‌ها توسط متخصصان از جمله استاد راهنما تایید شد و با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه‌های قابلیت‌های سازمانی برابر ۰/۹۲، مدیریت استراتژیک برابر ۰/۸۹، مزیت رقابتی استراتژیک برابر ۰/۸۷ درصد محاسبه شد که نشان داد پرسشنامه‌ها از پایایی نسبتاً بالایی برخوردار هستند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده از روش‌های آمار توصیفی (محاسبه فراوانی، درصدها و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف اسمیرنوف و آزمون ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن) از طریق برنامه نرم-افزاری SPSS 22 بود. یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد. همچنین نشان داد بین متغیرهای قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی رابطه وجود دارد.

**واژه‌های کلیدی:** قابلیت‌های سازمانی، مدیریت استراتژیک، مزیت رقابتی استراتژیک

## مقدمه

امروزه بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها با رقابت فزاینده، پایدار و نامطمئنی روبرو هستند که به واسطه نوآوری، تغییر محیط-های بازاری و نیازهای در حال تغییر مشتریان شدت یافته است و با توجه به این تغییرات و تحولات علمی، فناورانه، سازمان-هایی موفق و کارآمد به شمار می‌روند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروز بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۲).

شرکت‌ها یا سازمان‌های تولیدی معاصر از دو جهت با چالش دست و پنجه نرم می‌کنند. از یک سو، فلسفه‌ها و فناوری‌های جدیدتری از تولید به وجود می‌آیند و از سوی دیگر مشتریان امروزی در تقاضای محصولات و خدمات جدید در یک دوره زمانی کوتاه، شدت بیشتری دارند و به منظور بقای سازمان و مقابله با چالش‌های که شرکت‌ها با آن مواجه هستند باید در رابطه با وضعیت‌های رقابتی بازار خود اقداماتی انجام دهند. نوآوری به عنوان عامل مهم توانمندسازی شرکت‌ها در ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط بسیار پیچیده و به سرعت در حال تغییر شناخته شده است. نوآوری عامل کلیدی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می‌شود. نوآوری فرایندی است که از طریق توسعه روش-های جدید دادوستد و ایجاد راهکارها، راه‌حل‌ها، محصولات و خدمات، ارزش افزوده و درجه از تازگی را برای سازمان، عرضه کنندگان و مشتریان فراهم می‌آورد (مرتضوی و همکاران، ۱۳۹۵).

توسعه کشورها از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیری است که جهان امروز به عنوان یک سرنوشت محتوم آن را پذیرفته و از مهم‌ترین و اساسی‌ترین اهداف فرد، گروه، سازمان و جامعه می‌تواند توسعه همه جانبه کشور باشد. امروزه ماهیت متلاطم تجارت جهانی، بخش‌های تولید، صنعت و بازار محصولات را با چالش‌های متعددی روبرو ساخته است. این چالش‌ها سازمان را ملزم می‌سازد که با بکارگیری سیستم‌های جدید مدیریتی و پیاده‌سازی آنها در عمل، پایگاه خویش را در این محیط ناپایدار مستحکم نمایند و به موفقیتی همراه با پیشرفت مستمر دست یابند (نصیری، ۱۳۹۲).

سازمان‌ها برای ادامه بقای خود به منابع مختلفی نیاز دارند و برای استفاده بهینه از این منابع باید به قابلیت‌هایی مجهز شوند و آنها را تقویت کنند. قابلیت از نظر مدیران، توان سازمان برای ایجاد ظرفیت‌ها و تحمل محدودیت‌ها و نارسایی‌ها برای رسیدن به اهداف معین است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۳).

برای هر سازمان یا هر شرکتی در هر مکان و صنعتی که باشد کلید موفقیت تنها اتکاء بر یک منبع برای کسب مزیت نیست، بلکه بهترین و موفق‌ترین شرکت‌ها می‌دانند که همواره باید قابلیت‌ها و توانمندی‌های رقابتی خود را ارتقا بخشند و بتوانند از این طریق به موفقیت‌های بیشتری دست یابند. هلفت و پیتراف قابلیت‌های سازمانی را به عنوان توانایی یک سازمان برای اجرای یک سری وظایف هماهنگ، با استفاده از منابع سازمانی، و به منظور دستیابی به یک نتیجه‌ی نهایی خاص تعریف کرده‌اند. توانمندی‌های سازمانی برای توانایی حل موثر مشکلات سازمانی حیاتی هستند (ولیان و همکاران، ۱۳۹۶).

هدف ما در این مقاله بررسی رابطه قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائم‌شهر است.

برای هر سازمان یا هر شرکتی در هر مکان و صنعتی که باشد کلید موفقیت تنها اتکاء بر یک منبع برای کسب مزیت نیست، بلکه بهترین و موفق‌ترین شرکت‌ها می‌دانند که همواره باید قابلیت‌ها و توانمندی‌های رقابتی خود را ارتقا بخشند و بتوانند از این طریق به موفقیت‌های بیشتری دست یابند. هلفت و پیتراف قابلیت‌های سازمانی را به عنوان توانایی یک سازمان برای

اجرای یک سری وظایف هماهنگ، با استفاده از منابع سازمانی، و به منظور دستیابی به یک نتیجه‌ی نهایی خاص تعریف کرده‌اند. توانمندی‌های سازمانی برای توانایی حل موثر مشکلات سازمانی حیاتی هستند (ولیان و همکاران، ۱۳۹۶). بنابراین، منابع هرچند ویژگی‌های متمایزی داشته باشند، در صورت نبود قابلیت‌های سازمانی با تهدید از دست دادن ارزش خود در طی زمان مواجه هستند. شرکت‌ها برای آنکه بتوانند در محیط پویا و دائماً در حال تغییر در عرصه رقابت باقی بمانند، باید قابلیت‌های سازمانی خود را توسعه دهند و از نقش آنها در توانمندسازی خود برای مقابله با مشکلات اساسی سازمان آگاه شوند (شویناستاک و گرد،<sup>۱</sup> ۲۰۰۹).

## مبانی نظری:

### قابلیت‌های سازمانی

قابلیت‌های سازمانی، اجزای حیاتی در ساخت رقابت شرکت محسوب می‌شوند که ناملموس‌ترین منابع سازمان و مهم‌ترین جنبه از عناصر موفقیت هستند. بنابراین، قابلیت‌های سازمانی فرایندهای اجتماعی ضمنی ای هستند که به تدریج و در طول زمان پدیدار می‌شوند و ممکن است شرکت متوجه وجود آنها نشود (شاه‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۵). قابلیت‌های سازمانی، ویژگی‌هایی محسوب می‌شوند که افراد دارا هستند و به شیوه‌ای مناسب و پایدار از آن برای رسیدن به عملکرد مطلوب استفاده می‌کنند. قابلیت‌های محوری همان دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای قابل مشاهده هستند که در محل کار منجر به تعالی می‌شوند. در تعریفی دیگر، قابلیت یک ظرفیت انسانی قابل اندازه‌گیری است که برای عملکرد مناسب می‌باشد و می‌تواند شامل دانش، مهارت یا توانایی واحد، یک ویژگی شخصی یا خوشه‌ای از خصیصه‌ها باشد (کوچران،<sup>۲</sup> ۲۰۰۹).

ورنرفلت،<sup>۳</sup> (۱۹۸۴)، بر توان رقابتی قابلیت‌های سازمانی متمرکز است و آن را هر آنچه توان شرکت محسوب شود؛ یعنی حالت‌های رفتار بالقوه بنگاه که راهبرد شرکت را شکل دهد، از آن حمایت کند و به موفقیت شرکت در بازار کمک کند (گروبلر و گروبنر،<sup>۴</sup> ۲۰۰۶؛ نقل از شاه‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین قابلیت‌های سازمانی ابزارهایی برای پیکربندی منابع سازمان ایجاد می‌کنند و با ظرفیت شرکت برای گسترش منابع و دستیابی به اهداف مشخص ارتباط دارند (لی و کلی،<sup>۵</sup> ۲۰۰۸). پایه اصلی قابلیت‌های سازمانی بر روی یادگیری سازمانی است، این سازمان‌ها به مهندسی شایستگی‌ها و استانداردهای کیفی پروسه‌ها می‌پردازند. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که یادگیری تمام فرآیندها موجب ترقی آنها می‌شود و از کاهش عملکرد جلوگیری می‌کند. و هم‌چنین جمع‌آوری اطلاعات و به کارگیری آنها در سازمان کارایی را افزایش می‌دهد (دهقانان و همکاران، ۱۳۸۹).

### مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک فرآیندی است که به کمک آن مدیران استراتژی‌هایی را تدوین و اجرا می‌کنند تا به عملکرد بالایی دست یابند و مزیت رقابتی پایدار خلق کنند. یکی از متمایزترین ویژگی‌های مدیریت استراتژیک تمرکز منحصر به فرد یا سطح تحلیل آن است. علم اقتصاد بر موضوعات سطح «کلان»- یا خارج از شرکت -متمرکز است. برای مثال، حوزه اقتصاد کلان، اشتغال،

<sup>۱</sup>-Schweinsteig and round

<sup>۲</sup>-Couchan

<sup>۳</sup> - Vernerfleet

<sup>۴</sup> - Gruber and Grubbenner

<sup>۵</sup> - Lee and Kelly

سطوح قیمت‌ها و رشد اقتصادهای ملی و بین‌المللی را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ درحالی‌که کانون توجه حوزه اقتصاد خرد بر صنایع و ماهیت رقابت در محیط‌های مختلف صنعتی متمرکز است (بیرامی، ۱۳۹۳).

مدیریت استراتژیک در عرصه سازمان یک رویه و رویدادی است که بوسیله آن مدیریت عالی سازمان، عملکرد سازمانی و جهت‌گیری بلندمدت سازمان را مشخص می‌نمایند. مدیریت استراتژیک فرآیند اتخاذ تصمیماتی است که منجر به توفیق، ادامه حیات و یا مرگ مؤسسه می‌گردد. مدیریت استراتژیک هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات و وظیفه‌ای چندگانه است که سازمان را قادر می‌سازد به هدف‌های بلند مدت خود دست یابد (بردبار، ۱۳۹۴).

مدیریت استراتژیک، ویژگی‌هایی را که مدیریت کلی داراست در بر می‌گیرد، اما متفاوت از این ویژگی‌ها، از یک سری خصوصیات که مختص مدیریت استراتژیک است می‌توان بحث کرد.

۱) قبل از هر چیز مدیریت استراتژیک یک وظیفه مدیریتی عالی (بلند پایه) است: مدیریت استراتژیک چون بطور کامل مربوط به متوجه آینده سازمان بوده و سعی در مشخص کردن راستا و جهت برای آن دارد، بدان جهت وظیفه اصلی مدیران بلند پایه است.

۲) معطوف به آینده بوده و به هدف‌های بلند مدت سازمان مربوط است: به این می‌اندیشد که در افق زمانی مشخص شده سازمان چه خواهد شد و برای گرفتن این نتایج چه کارهایی را باید انجام داد.

۳) مدیریت استراتژیک سازمان ره به صورت یک سیستم باز می‌نگرد: سازمان‌ها با محیطی که در آن قرار دارند در داخل هم بستگی و تعامل می‌باشند. در محیط هر تغییری صورت می‌گیرد سازمان نیز از آن تأثیر خواهد پذیرفت. بدین سبب مدیریت استراتژیک محیط را از نزدیک تعقیب می‌کند.

۴) مدیریت استراتژیک مدیران رده پایین را راهنمایی می‌کند: به عبارت دیگر مدیریت استراتژیک اهداف، تصمیم و فعالیت‌هایی را که مشخص می‌کند در داخل سازمان تا پایین‌ترین سطوح برای هر کس نقطه شروع حرکت را تعیین می‌کند (مومنی پور، ۱۳۹۵).

### کاربرد مدیریت استراتژیک در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره

مدیریت استراتژیک ابتدا با تحلیل مسائل پیرامون محیط داخلی و خارجی سازمان، شکل می‌گیرد و پس از پیشنهاد استراتژی‌ها و راهبردهای ممکن و تحلیل آنها، یک یا چند راهبرد بهینه انتخاب می‌شود. همیشه انتخاب، مسئله مهمی در مدیریت محسوب می‌شود. انتخاب هدف، انتخاب کارکنان، انتخاب تأمین کنندگان، انتخاب مشاوران و بسیاری از انتخاب‌های مدیریت مستلزم، دانش کافی مدیر به محیط شرکت یا سازمان و تسلط وی بر روش‌های انتخاب می‌باشد. اساس مبحث تصمیم‌گیری‌های چند معیاره، بر انتخاب و روش‌های انتخاب استوار است؛ و ابزارهای برنامه‌ریزی استراتژیک نهایتاً به جدول انتخاب راهبردها یا QSPM ختم می‌شود؛ و مدیری که به ابزارهای برنامه‌ریزی استراتژیک دسترسی دارد می‌تواند براحتی از آنها در حل مسائل تصمیم‌گیری‌های چند معیاره کمک بگیرد.

یکی از ابزارهایی که می‌تواند در مباحث برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری‌های چند معیاره مورد استفاده قرار گیرد، ماتریس تصمیم‌گیری است. شاخص‌ها در این ماتریس در ستون‌ها و گزینه‌ها در سطرها قرار می‌گیرند. البته این ماتریس، ابزاری پایه‌ای در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره می‌باشد و در نهایت تصمیم‌گیری با روش‌های دیگری انجام می‌شود. پس با این اوصاف ارتباط تنگاتنگ برنامه‌ریزی استراتژیک در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره کاملاً واضح است. البته برخی از صاحب‌نظران

این دو مقوله را از هم جدا فرض کرده و ابراز می‌کنند که برنامه‌ریزی استراتژیک، در سطح تعیین و مشخص نمودن راه و مسیر پیش روی سازمان یا شرکت بکار می‌رود در حالی که تصمیم‌گیری چند معیاره، برای اتخاذ تصمیم مناسب و بهینه از مسائل (اغلب) کوتاه مدت سازمان بکار می‌رود (سیدکلایی، ۱۳۸۷).

### مزیت رقابتی

مفهوم مزیت رقابتی، ارتباط مستقیم با ارزش‌های مورد نظر مشتری دارد؛ به نحوی که در یک طیف مقایسه‌های هر چقدر ارزش‌های عرضه شده یک سازمان به ارزش‌های مورد نظر مشتری نزدیک‌تر یا با آن منطبق‌تر باشد می‌توان گفت که سازمان نسبت به رقبای خود در یک یا چند معیار رقابتی دارای برتری و مزیت است. با اینحال بیان روشن مفهوم مزیت رقابتی در گرو تشریح زوایای مختلف آن است که به اختصار ابعاد آن بیان می‌گردد (میرحسینی، ۱۳۸۸).

مزیت رقابتی، ارزش‌های قابل ارائه شرکت برای مشتریان می‌باشد به نحوی که این ارزش‌ها از هزینه‌های مشتری بالاتر است. مزیت رقابتی، میزان فزونی جذابیت پیشنهادها شرکت در مقایسه با رقبای از نظر مشتریان است. مزیت رقابتی شامل مجموعه عوامل یا توانمندی‌هایی است که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبای قادر می‌سازد (عطاران و همکاران، ۱۳۹۱).

مزیت رقابتی از موضوعات مهمی است که در سال‌های اخیر در ادبیات مدیریت و بازاریابی استراتژیک مورد تأکید قرار گرفته است. در این رابطه، چشم‌اندازهای متفاوتی نسبت به عوامل تعیین‌کننده و مؤثر ارائه شده است؛ جایی که تئوریسین‌های سازمان صنعتی، عوامل محیطی را عوامل مسلط و تعیین‌کننده مزیت رقابتی می‌دانند (مهری و خداداد حسینی، ۱۳۸۸).

باتوجه به مبانی نظری موضوع و پویائیهای واقعی و عینی رقابت می‌توان مزیت رقابتی را به پنج نوع کلی زیر تقسیم‌بندی کرد.

الف - مزیت موقعیتی در مقابل مزیت جنبشی (پویا)؛

ب - مزیت متجانس در مقابل مزیت نامتجانس؛

ج - مزیت مشهود در مقابل مزیت نامشهود؛

د - مزیت ساده در مقابل مزیت مرکب؛

ه - مزیت موقتی در مقابل مزیت پایدار؛

### نگرش‌های موجود به منشاء مزیت رقابتی

ادبیات استراتژی در باب مزیت رقابتی تحت تسلط دو تئوری زیر است: تئوری سازمان صنعتی و تئوری منبع مدار. اکنون به بررسی هر کدام از این تئوری‌ها می‌پردازیم.

**اول) تئوری سازمان صنعتی:** بر اساس این تئوری ساختار خارجی صنعت، تعیین‌کننده عملکرد اقتصادی شرکت است. تئوری سازمان صنعتی یا نگرش سازمان صنعتی، ابتدا بر تجزیه و تحلیل خارجی رقابت تأکید می‌کند که به بهترین وجه به وسیله چارچوب پنج نیروی رقابتی پورتر در صنعت بیان شده است. در مدل‌هایی که بر اساس نگرش سازمان صنعتی می‌باشند مزیت رقابتی عبارتست از موقعیتی برای دستیابی به عملکرد برتری که یک کسب و کار از طریق عرضه محصولات غیرمتمايز با قیمتی پایین و یا از راه ارائه محصولات متمایز که مشتری حاضر به پرداخت تفاوت قیمت آن است، بدان دست می‌یابد. در این مدل، استراتژی به عنوان پاسخ عمده یک شرکت به الزامات صنعت، بازار در نظر گرفته می‌شود.

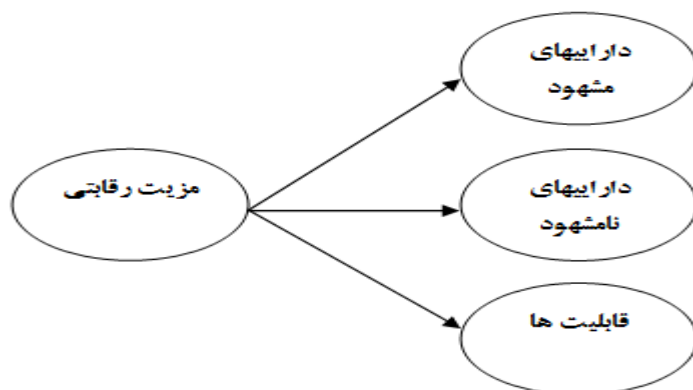
**دوم) تئوری منبع مدار:** مدارک تجربی به صورت متوالی بیان می‌دارد که ساختار صنعت نمی‌تواند تنها عامل تعیین کننده استراتژی رقابتی و عملکرد رقابتی باشد به همین دلیل گروهی از تئوریسین‌های منبع مدار به وجود آمدند تا ثابت نمایند که برخورداری از مواهب متمایز منابع استراتژیک، نهائی‌ترین عامل تعیین کننده استراتژی و عملکرد است. این نگرش دقیقاً همخوان با پدیده رقابت بر مبنای دانش است. اینگونه رقابت بیان می‌دارد که موفقیت دراز مدت یک سازمان به آنچه که می‌داند و می‌فهمد وابسته است به همین دلیل رقبا به قابلیت‌ها و صلاحیت‌ها به عنوان کلیدی برای موفقیت در برابر رقبا خود نگاه می‌کنند (عطاران و همکاران، ۱۳۹۱).

### مدل مفهومی توسعه مزیت رقابتی پایدار

یک کسب و کار به منظور دستیابی به عملکرد برتر، بایستی مزیت رقابتی پایداری را ایجاد کند. زمانی مزیت رقابتی بر مبنای ویژگی‌های ساختاری مانند قدرت بازار، صرفه به مقیاس، یا گسترش خط تولید حاصل می‌شود، اما امروز به سمت قابلیت‌هایی تغییر جهت داده است که کسب و کار را قادر می‌سازد تا به طور مستمر به مشتریان ارزش ارائه کند. تضمین پایداری مزیت رقابتی به سرمایه‌گذاری عمده‌ای از سوی سازمان به منظور ایجاد موانع برای تقلید نیاز دارد. واضح است که هیچ مزیتی به طور نامحدود پایدار نیست، چندین گزینه برای شرکت‌ها جهت مزیت رقابتی مدت دار وجود دارد که شامل موارد زیر است:

مؤثرترین موانع برای تقلید، زمانی است که رقبا متوجه نمی‌شوند که صلاحیت‌ها بر مبنای کدام مزیت است. این مطلب به موقعیت‌هایی اشاره دارد که درک آنها برای رقبا مشکل است که چگونه شرکت مزیتی را که از آن بهره می‌برد ایجاد کرده است. طبق نظر کریستنسن، شیوه‌ها و مدل‌های تجارت که مزیت رقابتی را تشکیل می‌دهند تنها به زمان مشخص با عوامل مشخص در نقش ایفا کردن و تحت شرایط اطمینان، وابسته هستند. بنابراین مزیت رقابتی در خودش پایدار نیست. استراتژیست‌ها باید به مشخص کردن عواملی که مزیت رقابتی را پشتیبانی می‌کنند بپردازند و خود را با چگونگی تغییر عوامل در زمان فوق العاده و استراتژی تطابق مستمر با این عوامل و موقعیت‌ها، وفق دهند. منابع منحصر به فرد و فیزیکی تعاریفی هستند که غیرقابل تقلیدند. پیرس و رابینسون مثال‌هایی از منابع منحصر بفرد فیزیکی را ذکر می‌کنند مثل موقعیت‌های دارایی حقیقی جایگذاری شده به طور استراتژیک، حق اختراع، حق کپی برداری و حقوق ذاتی، آنها تصدیق می‌کنند که فقط در موارد نادر منابع می‌توانند به طور فیزیکی منحصر به فرد در نظر گرفته شوند. پیروی از منابع نامشهود (دانش و شایستگی) به مراتب دشوارتر از کپی برداری از منابع فیزیکی می‌باشد. طرح‌های جدید محصولات را می‌توان مجدداً مهندسی نمود. تقلید از دانش به ویژه دانشی که ثبت نشده باشد بسیار دشوار است، چنین دانشی "دانش ضمنی" نامیده می‌شود. تقلید از قابلیت کسب دانش ضمنی بسیار دشوار است و اکثراً قابلیت‌های دانشی که در افراد متفاوت وجود دارد مانع از کپی برداری آنها از دیگران می‌گردد. چنین دانش توزیع شده‌ای مستلزم پیروی از ذهن افراد بی شماری است. قابلیت‌هایی که بر اساس سیستم دانش توزیعی است یعنی سیستمی که در آن یک عنصر بدون همکاری سایر سیستم‌های فعلی قادر به انجام کار سودمندتر نباشد، منبع خوبی جهت مزیت رقابتی به شمار می‌رود. متصورترین سیستم دانش ضمنی شرکت، فرهنگ آن است. به دلیل اینکه ادراک مشترک در فرهنگ تقریباً به هیچ صورت شفاف و مستند نیست، افرادی که در داخل یک شرکت کار می‌نمایند بندرت آن را عناصر ضروری سیستم تلقی می‌کنند. بنابراین اگر فرهنگ پشتوانه مزیت رقابتی باشد چنین سیستمی معیار شایستگی ویژه را فراهم می‌آورد. با توجه به اهمیت منابع و توجه به مدل بارنی مدل مفهومی اولیه به صورت استقرایی و به شرح نمودار ذیل می‌باشد. این مدل با توجه به مطالعات نگارنده و در راستای شناسایی عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی پایدار

خدمات توسط وی ارائه گردیده است. هم چنین این مدل می‌تواند در صورت شناسایی عوامل مربوط به آنها، مبنایی برای تبیین روابط بین متغیرها باشد.



### نمودار ۱: مدل مفهومی مزیت رقابتی پایدار

یکی از مهم‌ترین عامل‌های مزیت رقابتی پایدار، بهره‌مندی از قابلیت‌ها، دارایی‌های نامشهود و دارایی‌های مشهود با ویژگی‌های ارزشمند، کمیاب، غیرقابل تقلید و غیرقابل جایگزینی و قابلیت سازمانی کردن و به کارگیری است. در مدل مفهومی مشاهده می‌شود که قابلیت‌ها به عنوان یک بعد مؤثر در مزیت رقابتی پایدار مؤلفه‌هایی مانند، نوآوری، انعطاف‌پذیری عملیاتی، دانش تیمی، فرهنگ سازمانی، تاریخچه سازمانی، روحیه یادگیری و مهارت‌های مدیریتی هستند که این مؤلفه‌ها توانایی به کارگیری دارایی‌های مشهود و نامشهود را به گونه‌ای فراهم می‌کنند که ارزش افزوده‌ای برای سازمان ایجاد می‌کنند. دارایی‌های نامشهود به عنوان بعد دوم مؤثر در مزیت رقابتی پایدار شامل مؤلفه‌هایی مانند اعتماد مشتری، شهرت و اعتبار، آفرینش‌های فکری، پایگاه‌های اطلاعاتی، شبکه‌های پیچیده، توانمندی کارکنان، شبکه ارتباطات بین‌المللی، بازاریابی، رهبری، قیمت و خدمات فعالیت‌ها، سابقه طولانی، و هویت سازمانی هستند که در حقیقت این مؤلفه‌ها در کنار دارایی‌های مشهود می‌توانند ارزش آفرینی کنند ولی در صورت‌های مالی و ترازنامه سازمان‌ها ذکر نمی‌گردند. دارایی‌های مشهود به عنوان بعد سوم مؤثر در مزیت رقابتی پایدار شامل مؤلفه‌هایی مانند سپرده‌ها، تسهیلات، ساختمان، تعداد شعب، تعداد کارکنان، انواع خدمات، تعداد ATM، سیستم‌های سخت‌افزاری، سیستم‌های نرم‌افزاری، زمین، ساختمان و تجهیزات هستند که اینها در حقیقت به عنوان مؤلفه‌های معمولی بوده و در صورت‌های مالی و ترازنامه سازمان‌ها درج می‌گردند (عطاران و همکاران، ۱۳۹۱).

### پیشینه تحقیق:

#### پژوهش‌های انجام شده در ایران:

- عباسپور و سبهبانی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان نقش مدیریت استراتژیک در ایجاد مزیت رقابتی سازمان‌ها انجام دادند. نتایج نشان داد که استراتژی منابع انسانی موجب ارتقای استراتژی شرکت می‌شود. استعدادهاى منحصر به فرد کارکنان مثل عملکرد برتر، بهره‌وری، انعطاف‌پذیری، خلاقیت و توانایی ارائه‌ی سطح بالایی از خدمات مستقل به مشتری، از جمله روش‌هایی هستند که کارکنان می‌توانند نقش کلیدی در ایجاد موقعیت رقابتی یک سازمان ایفا کنند.
- ذبیحی و نیک پور (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان بررسی نقش مدیریت استراتژیک در بهبود عملکرد نیروی انسانی انجام دادند. نتایج نشان داد که مدیریت عملکرد یکی از مباحث ویژه مدیریت منابع انسانی استراتژیک است و ابزار مناسبی برای ارتقای عملکرد کارکنان و سازمان به حساب می‌آید. در صورتی که مدیریت عملکرد با ملزومات و پیش نیاز آن در سازمان

طراحی و اجرا شود، می‌تواند بخشی از مسائل و مشکلات سازمان را شناسایی کرده، در جهت حل آنها راه‌کارهای عملی ارائه کند. مدیریت عملکرد، نگرش جامعی به عملکرد افراد و سازمان دارد و با سازوکارهایی مشخص بین عملکرد فردی و سازمانی هم‌افزایی ایجاد می‌کند. کارکنان پایه موفقیت شرکت در کسب مزیت رقابتی و خلق ارزش افزوده‌اند و باید با آنها مثل یک منبع استراتژیک بسیار مهم برخورد کرد بنابراین آموزش، انگیزش، پاداش، انعطاف‌پذیری، کارگروهی و روابط باثبات کارکنان اینها مسائلی هستند که دستیابی موفق استراتژی‌های شرکت به اهداف خود را تضمین می‌کنند و موجب بهبود عملکرد می‌شوند.

■ نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی تحت عنوان بررسی روابط بین گرایش‌های استراتژیک، قابلیت‌های سازمانی و عملکرد با توجه به نقش تغییرات سیستم‌های کنترل و حسابداری مدیریت انجام دادند. نتایج نشان داد که گرایش‌های استراتژیک بر روی قابلیت‌های سازمانی تاثیر معنی‌داری دارد و از طریق قابلیت‌های سازمانی و تغییرات سیستم‌های کنترل و حسابداری مدیریت بر روی عملکرد سازمانی نیز تاثیر می‌گذارد. در نهایت این تحقیق می‌تواند بر اساس نتایج بدست آمده شامل ارائه راهکارهایی برای بهبود عملکرد سازمانی، در حوزه حسابداری مدیریت، برای مدیران شرکت‌های تولیدی و نیز محققان و پژوهشگران قابل بهره‌برداری و ارزشمند باشد.

### روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت توصیفی و از نظر روش همبستگی (چون در عنوان از کلمه رابطه استفاده شد بنابراین روش پژوهش ما همبستگی است) است.

### روش گردآوری اطلاعات

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از دو روش زیر استفاده شد:

(۱) **روش کتابخانه‌ای:** در این روش، به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز جهت تدوین طرح تحقیق و ادبیات پژوهش با استفاده از مطالعات منابع موجود در ارتباط با موضوع مورد پژوهش، اطلاعات از طریق مطالعه کتب، نشریات، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و منابع اینترنتی جمع‌آوری و پس از انتخاب منابع نسبت به تهیه، فیش‌برداری و ترجمه متون خارجی اقدام گردید.

(۲) **روش میدانی:** در این روش پرسشنامه‌های پژوهش شامل پرسشنامه‌های قابلیت‌های سازمانی، مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک به تعداد مورد نیاز برای تجزیه و تحلیل آماری به تفکیک جنسیت، توزیع و جمع‌آوری گردید. پس از اجرای پرسشنامه‌ها در بین افراد منتخب جامعه آماری، مجموع داده‌های خام جمع‌آوری شده به کامپیوتر وارد و از طریق نرم‌افزار آماری SPSS 22 مورد تحلیل قرار گرفت.

### ابزار گردآوری اطلاعات

(۱) پرسشنامه استاندارد قابلیت‌های سازمانی: این پرسشنامه توسط جمشیدی و همکاران در سال ۱۳۹۳ تحت سه بعد طراحی شد که شامل ۳۳ سوال می‌باشد و دارای پنج ضریب اهمیت بصورت خیلی کم (ارزش ۱)، کم (ارزش ۲)، متوسط (ارزش ۳)، زیاد (ارزش ۴) و خیلی زیاد (ارزش ۵) است.



۲) پرسشنامه استاندارد مدیریت استراتژیک: این پرسشنامه توسط ادوارد و همکاران در سال (۲۰۰۶) ساخته شد. این پرسشنامه شامل ۲۷ سوال به صورت (الف و ب). الف) دارای چهار ضریب اهمیت بصورت خیلی زیاد (ارزش ۱)، زیاد (ارزش ۲)، کم (ارزش ۳)، خیلی کم (ارزش ۴) و ب) دارای سه ضریب اهمیت بصورت ۱- در برنامه‌های ما نیست ۲- تمرکز ممکن ۳- یک تمرکز مهم آینده است.

۳) پرسشنامه استاندارد مزیت رقابتی استراتژیک: این پرسشنامه توسط مقیمی و رمضان در سال (۱۳۹۰) طراحی شد که شامل ۱۵ سوال و پنج ضریب اهمیت بصورت بسیار کاملاً موافقم (ارزش ۱)، موافقم (ارزش ۲)، نه کاملاً موافقم نه کاملاً مخالفم (ارزش ۳)، مخالفم (ارزش ۴) و بسیار مخالفم (ارزش ۵)، است.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

بعد از گردآوری داده‌ها، محقق باید داده‌های گردآوری شده را با استفاده از روش‌های آماری مناسب تحلیل کند. بعد از تحلیل داده‌ها محقق می‌تواند به سؤالات و فرضیه‌های تحقیق پاسخ دهد. بنابراین، تجزیه و تحلیل داده‌ها، به عنوان یک فرایند علمی، یکی از مجموعه فعالیت‌های اساسی هر تحقیقی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده روش‌های آماری مناسبی پیش‌بینی شده است و کاربرد اصلی هر یک از آنها نیز مشخص شده است (حسن زاده، ۱۳۹۱).

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (محاسبه فراوانی، درصدها و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون‌های کولموگوروف-اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون) از طریق برنامه‌نرم‌افزاری SPSS22 استفاده شد.

### آزمون کولموگوروف

با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف (KS)، وجود توزیع‌های نرمال تست گردیده است.

فرضیه آماری عبارت است از:

$$\begin{cases} H_0: \text{نرمال بودن متغیرهای پژوهش} \\ H_1: \text{نرمال نبودن متغیرهای پژوهش} \end{cases}$$

### جدول ۱: آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره کولموگوروف	سطح معنی داری
قابلیت‌های سازمانی	۰,۰۸۷	۰,۰۹۳
قابلیت‌های رتبه بالا	۰,۰۰۲	۰,۱۳۱
قابلیت‌های متوسط	۰,۰۰۲	۰,۱۳۱
قابلیت‌های پایین	۰,۰۰۹	۰,۱۱۶

در جدول ۱، چون در قابلیت‌های رتبه بالا، قابلیت‌های متوسط و قابلیت‌های پایین  $\alpha = 0,05$   $\text{Sig.} = 0,000 <$  می‌باشد پس  $H_0$  (نرمال بودن متغیرهای پژوهش) رد می‌شود و از آزمون ناپارامتریک ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. هم-

چنین در قابلیت‌های سازمانی  $\alpha = 0.05 > \text{Sig.} = 0.08$  می‌باشد پس  $H_0$  (نرمال بودن متغیرهای پژوهش) رد نمی‌شود و از آزمون ناپارامتریک ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود.

۱- **فرضیه اصلی:** بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه اصلی، فرضیه‌های آماری عبارت است از:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{array} \right.$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{array} \right.$$

جدول ۲: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک

شاخص‌های آماری			متغیرها
Sig.	r	n	
0,000	0,309	80	مدیریت استراتژیک
0,003	0,328	80	مزیت رقابتی استراتژیک

نتایج بررسی داده‌ها در جدول ۲، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha = 0.05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که در مدیریت استراتژیک ( $\text{Sig.} = 0.000 < \alpha = 0.05$ ) و در مزیت رقابتی استراتژیک ( $\text{Sig.} = 0.003 < \alpha = 0.05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد.

۲- **فرضیه ۱:** بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۱، فرضیه‌های آماری عبارت است از:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{array} \right.$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{array} \right.$$

## جدول ۳: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان

قابلیت های رتبه بالا		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص های آماری	
۸۰	n	مدیریت استراتژیک
۰,۴۳۸	r	
۰,۰۰۰	Sig.	

نتایج بررسی داده ها در جدول ۳، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,000 < \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد.

۳- فرضیه ۲: بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۲، فرضیه های آماری عبارت است از:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{array} \right.$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{array} \right.$$

## جدول ۴: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان

قابلیت های متوسط		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص های آماری	
۸۰	n	مدیریت استراتژیک
۰,۴۰۱	r	
۰,۰۰۰	Sig.	

نتایج بررسی داده ها در جدول ۴، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه

پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\alpha=0,05 < \text{Sig.}=0,000$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.

۴- فرضیه ۳: بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۳، فرضیه‌های آماری عبارت است از:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{array} \right.$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{array} \right.$$

جدول ۵: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان

قابلیت‌های پایین		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص‌های آماری	
۸۰	n	مدیریت استراتژیک
۰,۱۰۶	r	
۰,۳۴۹	Sig.	

نتایج بررسی داده‌ها در جدول ۵، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را رد و فرضیه صفر ( $H_0$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\alpha=0,05 > \text{Sig.}=0,349$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد.

۵- فرضیه ۴: بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۴، فرضیه‌های آماری عبارت است از:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{array} \right.$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۶: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان

قابلیت‌های رتبه بالا		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص‌های آماری	
۸۰	n	مزیت رقابتی استراتژیک
۰,۴۹۱	r	
۰,۰۰۰	Sig.	

نتایج بررسی داده‌ها در جدول ۶، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.} = 0,000 < \alpha = 0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.

۶- فرضیه ۵: بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۵، فرضیه‌های آماری عبارت است از:

$$\begin{cases} H_0: \text{بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{cases}$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۷: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان

قابلیت‌های متوسط		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص‌های آماری	
۸۰	n	مزیت رقابتی استراتژیک
۰,۴۹۸	r	
۰,۰۰۰	Sig.	

نتایج بررسی داده ها در جدول ۷، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می نمایند، چرا که ( $\text{Sig.} = 0,000 < \alpha = 0,05$ ) می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود بین قابلیت های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.

۷- فرضیه ۶: بین قابلیت های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. جهت آزمون فرضیه ۶، فرضیه های آماری عبارت است از:

$$\begin{cases} H_0: \text{بین قابلیت های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود ندارد} \\ H_1: \text{بین قابلیت های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد} \end{cases}$$

و یا بصورت ریاضی داریم:

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۸: بررسی همبستگی رابطه بین قابلیت های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان

قابلیت های پایین		متغیرها
مقادیر محاسباتی	شاخص های آماری	
۸۰	n	
۰,۰۵۹	r	
۰,۶۰۱	Sig.	مزیت رقابتی استراتژیک

نتایج بررسی داده ها در جدول ۸، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده ها فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را رد و فرضیه صفر ( $H_0$ ) را تایید می نمایند، چرا که ( $\text{Sig.} = 0,601 > \alpha = 0,05$ ) می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود بین قابلیت های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه قابلیت های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائم شهر، می باشد. بر این اساس، اهداف ویژه عبارت بود از:

- تعیین رابطه بین قابلیت های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.
- تعیین رابطه بین قابلیت های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.
- تعیین رابطه بین قابلیت های رتبه پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.
- تعیین رابطه بین قابلیت های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.
- تعیین رابطه بین قابلیت های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.
- تعیین رابطه بین قابلیت های رتبه پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر.

این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر در سال ۱۳۹۷-۱۳۹۶ به تعداد ۲۶۰ نفر بود. در این پژوهش جهت انتخاب حجم نمونه به جدول کرجسی و مورگان مراجعه شد. این جدول در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0/05$ ) حداکثر حجم نمونه را نشان می‌دهد. بر این اساس، حجم نمونه برابر ۱۹۳ نفر محاسبه شد. هم‌چنین، در این پژوهش برای انتخاب آزمودنی‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد. بر این اساس، جامعه آماری کارکنان متناسب با جنسیت به دو طبقه تقسیم شد و متناسب با حجم جامعه هر طبقه، حجم نمونه برآورد گردید. برای گردآوری اطلاعات، از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. در روش کتابخانه‌ای نسبت به فیش برداری از کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها، نشریات داخلی و خارجی اقدام شد. هم‌چنین به منظور دستیابی به جدیدترین مقالات مرتبط با موضوع پژوهش از شبکه اینترنت (جهت رجوع به سایت‌های معتبر علمی) استفاده شد. در روش میدانی، پرسشنامه‌های پژوهش در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. در این پژوهش، ابزار اندازه‌گیری داده‌ها، شامل پرسشنامه‌های استاندارد قابلیت‌های سازمانی، مدیریت استراتژیک و پرسشنامه محقق ساخته مزیت رقابتی استراتژیک، روایی پرسشنامه توسط متخصصان از جمله استاد راهنما تایید شد و با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه‌های قابلیت‌های سازمانی برابر ۰/۹۲، مدیریت استراتژیک برابر ۰/۸۹، مزیت رقابتی استراتژیک برابر ۰/۸۷ درصد محاسبه شد که نشان داد پرسشنامه‌ها از پایایی مناسبی برخوردار هستند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده از روش‌های آمار توصیفی (محاسبه فراوانی و درصد‌ها، و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف - ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن) از طریق برنامه نرم افزاری SPSS22 بود.

### یافته‌های پژوهش

الف) تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها نشان داد که:

- جنسیت اکثریت آزمودنی‌ها، زن (۶۱ درصد) بود.
- سن اکثریت آزمودنی‌ها، کمتر از ۳۰ سال (۳۹ درصد) بود.
- سطح تحصیلات اکثریت آزمودنی‌های، کارشناسی (۴۳ درصد) بود.

ب) تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها نشان داد که:

۱- فرضیه اصلی: بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد.

یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که در مدیریت استراتژیک ( $\alpha=0,05 < \text{Sig.}=0,000$ ) و در مزیت رقابتی استراتژیک ( $\alpha=0,05 < \text{Sig.}=0,003$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد.

۲- فرضیه ۱: بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.

یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\alpha=0,05 < \text{Sig.}=0,000$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد.

- ۴- فرضیه ۲: بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,000 < \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.
- ۵- فرضیه ۳: بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را رد و فرضیه صفر ( $H_0$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,349 > \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد.
- ۶- فرضیه ۴: بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,000 < \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.
- ۷- فرضیه ۵: قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه صفر ( $H_0$ ) را رد و فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,000 < \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد.
- ۸- فرضیه ۶: بین قابلیت‌های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha=0,05$ )، داده‌ها فرضیه پژوهش ( $H_1$ ) را رد و فرضیه صفر ( $H_0$ ) را تایید می‌نمایند، چرا که ( $\text{Sig.}=0,601 > \alpha=0,05$ ) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود بین قابلیت‌های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد.

### بحث و نتیجه گیری

در بررسی فرضیه اصلی ۱، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های سازمانی با مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر شهرستان قائمشهر رابطه وجود دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های عباسپور و سبهبانی (۱۳۹۴)، نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۱)، مهمت و همکاران (۲۰۱۷) و حسب النابی و همکاران (۲۰۱۲) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۱، یافته‌ها نشان داد که نمود بین قابلیت‌های رتبه بالا با مدیریت استراتژیک در کارکنان رابطه وجود دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های ذبیحی و نیک‌پور (۱۳۹۳)، رحیم‌نیا و همکاران (۱۳۹۱)، امیدکیا و همکاران (۱۳۹۱) و اسمادی و همکاران (۲۰۱۲) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۲، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های متوسط با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، امیدکیا و همکاران (۱۳۹۱)، اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۱)، جعفری‌فارسانی و قربانی زاده (۱۳۸۸) و کومار و همکاران (۲۰۱۰) هم سو است.



در بررسی فرضیه ۳، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های پایین با مدیریت استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های عباسپور و سبهانی (۱۳۹۴)، نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۱) مهمت و همکاران (۲۰۱۷) و حسب النابی و همکاران (۲۰۱۲) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۴، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های رتبه بالا با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های ذبیحی و نیک پور (۱۳۹۳)، رحیم نیا و همکاران (۱۳۹۱)، امیدی‌کیا و همکاران (۱۳۹۱) و اسمادی و همکاران (۲۰۱۲) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۵، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های متوسط با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، امیدی‌کیا و همکاران (۱۳۹۱)، اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۱)، جعفری فارسانی و قربانی زاده (۱۳۸۸) و کومار و همکاران (۲۰۱۰) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۶، یافته‌ها نشان داد که بین قابلیت‌های پایین با مزیت رقابتی استراتژیک در کارکنان آموزشگاه کامپیوتر رابطه وجود ندارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های عباسپور و سبهانی (۱۳۹۴)، نایب زاده و همکاران (۱۳۹۲)، امیدی‌کیا و همکاران (۱۳۹۱)، اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۱)، جعفری فارسانی و قربانی زاده (۱۳۸۸) و کومار و همکاران (۲۰۱۰) هم سو است.

## منابع

- آقاجانی، حسنعلی؛ جعفری کناری، سیده نفیسه. (۱۳۹۲)، رابطه بین یادگیری سازمانی و عملکرد شرکت‌های دانش بنیان: نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی، دومین اجلاس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری-استان گلستان.
- اسماعیل‌پور، رضا؛ ملک اخلاق، اسماعیل؛ غلامین، راحله. (۱۳۹۱). سیستم‌های اطلاعاتی و مزیت رقابتی: رویکرد مبتنی بر قابلیت‌های سازمانی. قابل دسترسی در سایت [r.gholamin@yahoo.com](mailto:r.gholamin@yahoo.com)
- اکبری، محسن. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر مزیت‌های رقابتی با میانجیگری «دو سو توانی نوآوری» (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی شهر اراک). فصلنامه سلامت پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۷۴، صص: ۱۰۴-۸۱.
- بیرامی، محمدحسین. (۱۳۹۳). مدیریت استراتژیک؛ کلید مزیت رقابتی پایدار. انتشارات نشر دنیای اقتصاد.
- پایگاه اطلاعات صنعتی ایران. (۱۳۹۶). تعریف مدیریت استراتژیک چیست. مجله الکترونیکی
- سیدکلالی، نادر. (۱۳۸۷). مدیریت استراتژیک». آموزش، پژوهش و مشاوره مدیریت استراتژیک.
- ثابت، محمدجواد. (۱۳۹۳). نقش واحد منابع انسانی در توسعه قابلیت‌های سازمانی. مدیریت صنعتی، جلد ۲۵، شماره ۲۷۰، صص: ۳۶-۳۳.
- جعفری فارسانی، جواد؛ قربانی زاده، وجه اله. (۱۳۸۸). توسعه قابلیت‌های سازمانی و استراتژی‌های مدیریت دانش، دومین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران: موسسه اطلاع رسانی نفت، گاز و پتروشیمی، قابل دسترسی در سایت [https://www.civilica.com/Paper-IKMC02-IKMC02\\_064.html](https://www.civilica.com/Paper-IKMC02-IKMC02_064.html)
- دهقانان، حامد؛ پورتیموری، زهرا؛ عیوضلو، منصوره. (۱۳۸۹). ارائه روشی پویا جهت ارزیابی قابلیت‌های سازمان. دومین اجلاس مدیران تحقیق، توسعه و فناوری با رویکرد نسل چهارم تحقیق و توسعه.

۱۰. ذبیحی لهرمی، المیرا. (۱۳۸۹). فرآیندها و مکانیزم‌های ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار. مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات مالی، تهران: نشر.
۱۱. شجاعی، سید عمادالدین؛ مقدم، علیرضا. (۱۳۸۸). تعیین شایستگی‌های محوری سازمان بر مبنای فرایندها و فعالیت‌های ارزش ساز. منابع انسانی، شماره ۲، صص: ۴۹-۵۴.
۱۲. صداقت‌گویان، حامد. (۱۳۸۴). مدیریت استراتژیک. روزنامه همشهری، سال ۱۳، شماره ۳۷۴۷، ص: ۱۲.
۱۳. عارف‌نژاد، محسن؛ امیرخانی، طیبه؛ سبحان، محمد. (۱۳۹۱). تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی: با تأکید بر نقش عوامل سازمانی و یادگیری سازمانی (در سازمان صنایع و معادن اصفهان). مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۴، شماره ۱۳، صص: ۸۹-۱۱۴.
۱۴. عباسپور، احسان؛ سبھانی، مهدی. (۱۳۹۳). نقش مدیریت استراتژیک منابع انسانی (SHRM) در ایجاد مزیت رقابتی سازمان‌ها. سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، قابل دسترسی در سایت <http://scholar.conference.ac/index.php/download/file/task-sendlink/index.php?>
۱۵. عربشاهی، احمد. (۱۳۹۵). تبیین مفهوم و ابعاد سازمان کارآفرین (از ماهیت تا فرآیند طراحی و اجرا). نشریه سلامت کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۳، شماره ۳، صص: ۷۵-۹۰.
۱۶. عربشاهی، معصومه. (۱۳۹۱). مدیریت استراتژیک و ضرورت و موانع بکارگیری آن در سازمان‌ها. فصلنامه سلامت تخصصی مدیریت دانشگاه امام رضا (ع).
۱۷. عطاران، جواد؛ دیواندری، علی؛ آدینف، حیات. (۱۳۹۱). شناسایی عوامل مؤثر بر تحکیم بازار (تحقق مزیت رقابتی پایدار) خدمات بانکی در بانک ملت بر مبنای دیدگاه منبع محور. مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۴، شماره ۱۲، صص: ۹۱-۱۱۲.
۱۸. فرهی بیلویی، رضا. (۱۳۹۳). رویکردهای نوین در مدیریت استراتژیک منابع انسانی. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۸.
۱۹. فریبرز؛ رحیم نیا، کفاح پور، آذر؛ پور رضا، ملیحه. (۱۳۹۲). بررسی نقش واسطه‌قابلیت‌های بازاریابی در رابطه بین جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش مدیران ارشد سازمانی، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور، قابل دسترسی در سایت [https://www.civilica.com/Paper-EME02-EME02\\_258.html](https://www.civilica.com/Paper-EME02-EME02_258.html)
۲۰. میرحسینی، سید مهدی. (۱۳۸۸). مزیت رقابتی (مفاهیم و انواع آن). مدیریت بازاریابی.
۲۲. نایب‌زاده، شهناز؛ اشرف گنجوئی، اسما؛ معین‌الدین، محمود. (۱۳۹۲). بررسی روابط بین گرایش‌های استراتژیک، قابلیت‌های سازمانی و عملکرد با توجه به نقش تغییرات سیستم‌های کنترل و حسابداری مدیریت. فصلنامه سلامت علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ۲، شماره ۸، صص: ۷۱-۸۲.
۲۳. نصیری، علی. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین قابلیت‌های سازمانی و سیستم‌های اطلاعاتی. خانه مقالات ایران.
۲۴. ولیان، حسن؛ کوشکی جهرمی، علیرضا؛ بودلانی، حسن. (۱۳۹۶). طراحی مدل رویکرد قابلیت‌های سازمانی مبتنی بر تئوری نقاط مرجع استراتژیک. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال ۲۳، شماره ۶، صص: ۱۵۱-۱۳۱.
۲۵. هاشمی، محمدمهدی. (۱۳۹۳). شایستگی‌های فردی و قابلیت‌های سازمانی. تدبیر، سال ۲۵، شماره ۲۷، صص: ۳۲-۲۸.

27. Alimin Ismadi, I.; Raduan Che, R.; Jegak, U.; Haslinda, A. (2012). *THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANISATIONAL RESOURCES, CAPABILITIES, SYSTEMS AND COMPETITIVE ADVANTAGE*. Asian Academy of Management Journal, Vol. 17, No. 1, 151–173,
28. Chakravorti, b. (2010). finding competitive advantage in adversity, harvard business review, november, pp: 102-108.
29. HassabElnaby, H. R.; Hwang, W.; Vonderembse, M.A. (2012). *The impact of ERP implementation on organizational capabilities and firm performance*. Benchmarking: An International Journal, Vol.19 No. 4/5, PP 618-633
30. Kumar, V.; Eli Jones, R.; Venkatesan, R; Leone, P. (2010). *MARKET ORIENTATION A*
31. Luo, J.; Fan, M.; Zhang, H. (2012). *Information technology and organizational capabilities: A longitudinal study of the apparel industry*. Decision Support Systems, 53, PP: 186–194
32. Mehmet, S.; Sibel, A.; Ümit, S.; Özlem, Y. U. (2017). *The Relationship between Strategic Capabilities and Competitive Performance: The Moderating Role of Internal Cooperation*. International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, Vol. 6, No. 1, p: 2226-3624.
33. Zhou, Z. K.; Brown, R, J.; Dev, S, C. (2009). *Market orientation, competitive advantage, and performance: A demand- based perspective*. Journal of Business Research.10. 1027- 1034