

خلق مزیت رقابتی منبع محور پایدار برای نظام بانکی

دل آرام یونسی^{۱*}، سعید سعید اردکانی^۲، محمد موسوی جد^۳، افشین قاسمی^۴

^۱ کارشناسی ارشد دانشگاه کردستان

^۲ دانشیار دانشگاه یزد

^۳ استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان

^۴ دانشجوی دکترا دانشگاه کردستان

چکیده

هدف پژوهش حاضر اولویت‌بندی عوامل ایجاد کننده مزیت رقابتی در بانکها بر اساس شاخص‌های رویکرد منبع‌محور و نیز بررسی تأثیر سرمایه‌های ناملموس بر مزیت رقابتی و تأثیر نهایی آنها بر عملکرد برتر بانک‌های سطح شهر سنندج است. سرمایه‌های ناملموس مورد بررسی در پژوهش حاضر عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری و عملکرد برتر بانکها نیز با استفاده از ترکیبی از شاخص‌های مالی و غیرمالی مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه پژوهش نیز کلیه رؤسا و مدیران ستادی بانک‌های دولتی و خصوصی شهر سنندج می‌باشد که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران، تعداد ۱۴۰ پرسشنامه میان اعضای نمونه توزیع شد. داده‌های به دست آمده با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 20 و AMOS 18 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که در میان فرضیات مورد بررسی، فقط فرضیه اول پژوهش (تأثیر مثبت و معنادار سرمایه انسانی بر خلق مزیت رقابتی پایدار) رد شده است و مابقی فرضیات پژوهش تأیید شده‌اند.

کلمات کلیدی: سرمایه‌های ناملموس، مزیت رقابتی، عملکرد برتر، صنعت بانکداری.

مقدمه

نگاهی نافذ به جهان مشخص می‌کند که تغییرات شگرفی چون جهانی شدن اقتصاد، تولید انبوه و ظرفیت مازاد در بیشتر بازارها، رقابت بر مبنای زمان، انبوه اطلاعات و کارآیی ارتباطات و دانش ایجاد شده است (دراکر، ۱۳۷۸). این امر بیانگر یکپارچگی بازارهای جهانی و پیچیدگی روزافزون بازارها و پویایی محیط فراروی شرکت‌ها و سازمان‌هاست (پورتر، ۱۹۸۰). در چنین فضایی مدیران برای حفظ بقا و کسب موفقیت‌های مستمر باید استراتژی‌های جدیدی اتخاذ کنند. با بررسی نظریات متخصصین مدیریت استراتژیک در می‌یابیم که سازمان‌ها برای مصون ماندن از امواج سهمگین محیطی و سازگاری با الزامات رقابتی و حفظ بقا در محیط رقابتی دنیای امروز، چاره‌ای جز کسب مزیت رقابتی پایدار ندارند (پورتر، ۱۹۸۱؛ بارنی، ۱۹۸۶). بدیهی است که رسیدن به این هدف مستلزم طراحی مسیر رقابتی بسیار هوشمندانه است که از نظر علی، مبهم و از نظر اجتماعی و مدیریتی، پیچیده است. با این حال، شناخت مفهوم و ویژگی‌های محتوایی می‌تواند در طراحی اجرای الگوها و روش‌های کارآمد رقابتی با هدف نیل به مزیت پایدار برای سازمان‌ها بسیار موثر و راه‌گشا باشد (مهری، ۱۳۸۰). به منظور تبیین مزیت رقابتی پایدار در سازمان دو دیدگاه کلی مطرح است. دیدگاه اول مربوط به اندیشه‌های دهه ۸۰ مایکل پورتر است. در این دیدگاه مزیت رقابتی پایدار با بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی ایجاد می‌گردد. در دیدگاه دوم، از طریق قابلیت‌های درونی سازمان (رویکرد منبع محور) می‌توان به مزیت رقابتی دست یافت (سامدریا، ۲۰۱۳). این دیدگاه از زمان نگارش مقاله "تئوری مبتنی بر منابع" ورنر فلت (۱۹۸۴) در ادبیات راهبردی رایج شده است. مزیت رقابتی عبارت است از میزان فزونی جذابیت پیشنهادهای شرکت، در مقایسه با رقبا از نظر مشتریان (کیگان، ۱۳۸۰). پژوهش‌های دو دهه اخیر نشان داده است که قابلیت‌های درونی سازمان نسبت به فرصت‌های محیطی مبنای مطمئن‌تری برای ایجاد مزیت رقابتی هستند (لیو و همکاران، ۲۰۱۰). از این‌رو در این پژوهش، رویکرد منبع محور برای بررسی مزیت رقابتی، انتخاب گردید.

منابع سازمان شامل سرمایه‌های ملموس و غیرملموس است. در قرن بیستم که اقتصاد مبتنی بر صنعت بود، سازمان‌هایی که دارایی‌های فیزیکی و سرمایه ملموس

بیشتری داشتند ثروت بیشتری تولید می‌کردند؛ اما در اقتصاد مبتنی بر دانش، شرکت‌هایی قدرت رقابت و توسعه پایدار بیشتری خواهند داشت که از سرمایه فکری بیشتری بر خوردار باشند. همچنین سازمان‌هایی که دارایی‌های ناملموس بیشتری داشته باشند، می‌توانند سرمایه‌های مالی و فیزیکی خود را نیز به نحو مناسب‌تری برای تسریع روند رشد و توسعه به‌کارگیرند (سامدریا، ۲۰۱۳). در واقع در اقتصاد جدید، خلق ارزش، بیشتر به دارایی‌های نامشهود وابسته است تا به دارایی‌های فیزیکی. از این رو به دلیل دارا بودن سهم بیشتر دارایی‌های ناملموس در ایجاد مزیت رقابتی، دارایی‌های ناملموس سازمان، در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

با توجه به این‌که یکی از کاستی‌های نظام بانکی کشور عدم توجه کافی به شاخص‌های غیر مالی و در راس آن سرمایه فکری است، در این پژوهش انواع سرمایه ناملموس شامل سرمایه انسانی، ساختاری و مشتری را با توجه به شاخص‌های رویکرد منبع محور یعنی با ارزش بودن، کمیاب بودن، غیر قابل جایگزینی و تقلید نا پذیری منابع مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین میزان بهره‌گیری بانک‌ها از سرمایه‌های فکری در خلق مزیت رقابتی بررسی شد. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر سازه‌های سرمایه‌های ناملموس (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری) بر مزیت رقابتی و تأثیر نهایی آن‌ها بر عملکرد برتر بانک‌های سطح شهر سنندج است.

مرور ادبیات

در این قسمت دیدگاه‌ها و مفاهیم مطرح شده در این پژوهش بررسی می‌شود.

دیدگاه منبع محور

زمانی‌که مقاله روملت (۱۹۹۱) در باب اهمیت موضوع صنعت منتشر شد در ادبیات مدیریت استراتژیک، اتفاق نظر در مورد این‌که عوامل مخصوص بنگاه که متفاوت از عوامل ساختاری هستند، بیشترین تاثیر را بر عملکرد داخلی شرکت‌ها دارند، افزایش یافت (اوانوف و فورتیر، ۱۹۸۸؛ یلدریم و فیلیپاتس، ۲۰۰۷؛ کاسمیدا، ۲۰۰۸). در ادبیات استراتژیک دیدگاه منبع محور برای هدایت مطالعات انجام شده در زمینه سوابق بی‌ثباتی عملکرد شرکت‌ها در صنعت بانکداری از پتانسیل بالایی برخوردار شد.

هدف اصلی دیدگاه منبع محور بهره‌برداری از منابع شرکت به منظور به دست آوردن مزیت رقابتی پایدار و دستیابی به عملکرد برتر است (بارنی، ۱۹۹۱؛ پتراف، ۱۹۹۳؛ ورنرفلت، ۱۹۸۴).

دیدگاه منبع محور در جستجوی شرح مزیت رقابتی پایدار است. این تئوری بر اساس چهار شاخص با ارزش بودن، کمیاب بودن، غیر قابل جایگزینی و غیر قابل تقلید بودن منابع سازمان را مورد بررسی قرار می‌دهد (بارنی، ۱۹۹۱؛ گرانت، ۱۹۹۱؛ پتراف، ۱۹۹۳؛ ورنرفلت، ۱۹۸۴). منابع در صورتی با ارزش هستند که شرکت را قادر به پیاده‌سازی استراتژی‌هایی کند که بازار شرکت را به صورت کارا و موثر ارتقا دهد (بارنی، ۱۹۹۱). منابع در صورتی کمیاب‌اند که رقبای بالقوه برای دستیابی به موقعیتی مشابه، قادر به تقلید یا جایگزین کردن آن‌ها نباشند (راملت، ۱۹۹۱). مهم‌ترین عامل عدم تقلید، ابهام علی است که به معنای ناشناخته بودن مزیت رقابتی یک شرکت می‌باشد (راملت، ۱۹۹۱؛ پتراف، ۱۹۹۳) اگر منابع شرکت بر پایه دانش و دارای پیچیدگی اجتماعی باشند ابهام علی بیشتر رخ می‌دهد؛ زیرا وابسته به طرز فکری خاص یا شیوه‌ای ویژه می‌باشند (بارنی، ۱۹۹۱؛ ماهانی و پندین، ۱۹۹۲؛ پتراف، ۱۹۹۳). از این رو برخی از محققین منابع دانشی را شرط اساسی رویکرد منبع محور می‌دانند (کننر و پراهلد، ۱۹۹۶).

ایجاد منابع و عملکرد متفاوت، برای مقاومت در برابر رقبا لازم است (کننر و پراهلد، ۱۹۹۶). اگر منابع از طریق کاهش هزینه برای شرکت مزیت رقابتی ایجاد کنند یا محصولات و خدمات موجب افزایش ارزش ایجاد شده برای مشتری شوند، برتر از منابع در اختیار رقبا هستند (هیل و دیدس، ۱۹۹۶؛ پتراف، ۱۹۹۳) تمرکز اصلی تئوری منبع محور شناسایی عواملی است که از طریق منابع ایجاد مزیت رقابتی می‌کنند (شیهان و فاس، ۲۰۰۷).

تاریخچه صنعت بانکداری بیانگر این مطلب است که به دلیل ویژگی‌های خاص این صنعت تکرار حرکات رقبا آسان است و پایداری در مزیت رقابتی به سختی به دست می‌آید (بیهاید، ۱۹۸۶؛ زینگا-ویسنت و همکاران، ۲۰۰۴).

رویکرد منبع محور و مزیت رقابتی سازمان

دیدگاه منبع محور سازمان را به صورت ترکیبی از منابع ملموس (افراد، ماشین آلات، تجهیزات ...) و منابع ناملموس (مهارت، شهرت، مالکیت معنوی و...) در نظر می‌گیرد و بیان می‌کند که منابع به دو دسته سخت افزار و نرم افزار تقسیم می‌گردند. در دیدگاه منبع محور برای دستیابی به مزیت رقابتی بر منابع ناملموس تاکید بیشتری می‌گردد. دلیل این امر آن است که شرکت‌ها به دلیل قابل داد و ستد بودن منابع ملموس به راحتی می‌توانند این منابع را خریداری کنند و به آسانی قادر هستند به موقعیتی مشابه به موقعیت شرکت‌های رقیب که دارای این منابع هستند برسند (لین، ۲۰۰۷)؛ اما به دلیل وابستگی منابع غیر ملموس به شرکت‌ها و ماهیت غیر قابل داد و ستد بودن این منابع شرکت‌های رقیب به راحتی قادر به دستیابی به موقعیت ناشی از بهره‌مندی از منابع غیرملموس شرکت‌های موفق نمی‌باشند (کیوس، ۱۹۸۰؛ دایریک و کول، ۱۹۸۹؛ هلفت و پیتراف، ۲۰۰۳).

غیرقابل جایگزین بودن منابع غیرملموس به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که به مدت طولانی نسبت به رقبایشان ناهمگونی داشته باشند (بارنی، ۱۹۹۱). بنابراین وجود منابع غیرملموس برای شرح تفاوت‌های پایدار در عملکرد شرکت‌ها لازم می‌باشد (هیل و دیدس، ۱۹۹۶).

به اعتقاد آیتامی (۱۹۷۸) اگرچه دارایی ملموس مانند سرمایه مالی، ساختمان و تجهیزات برای عملیات و فعالیت شرکت لازم و ضروری می‌باشد اما منابع واقعی برای ایجاد مزیت رقابتی، دارایی‌های نامشهود مانند فرهنگ سازمانی، دانش، سرمایه انسانی، شهرت و مهارت مدیریت می‌باشد. در نتیجه در دیدگاه منبع محور فهم سابقه عملکرد شرکت وابسته به مزیت رقابتی است که به نوبه ی خود از طریق کیفیت منابع غیرملموس شرکت تعریف می‌گردد.

فاریابی و همکاران (۱۳۹۰) معتقدند که بازار محوری تأثیر بسیار مهمی بر دستیابی به مزیت رقابتی توسط شرکت این انتظار را به وجود می‌آورد که شرکت به عملکردی برتر دست یابد. عملکرد برتر بوسیله اصطلاحات متعارفی مانند سهم بازار و سود اوری اندازه‌گیری می‌شود (برادویج، ۲۰۰۰).

رویکرد منبع محور و سرمایه‌های ناملموس

بررسی سرمایه‌های ناملموس از طریق رویکرد منبع محور، امر ساده‌ای نیست و در همه موارد نیز قابل استفاده نمی‌باشد (وید و هالنت، ۲۰۰۴). رویکرد منبع محور و سرمایه‌های ناملموس را می‌توان در سلسله مراتبی طبیعی و یکسان قرار داد، زیرا سرمایه‌های ناملموس به استراتژی شرکت مربوط می‌شود و هر دو در تقویت عملکرد شرکت و خلق مزیت رقابتی آن نقش دارند. رویکرد منبع محور موجب تبدیل سرمایه‌های ناملموس به خروجی‌هایی جهت افزایش ارزش سازمان می‌گردند (پپرد و ریلندر، ۲۰۰۱؛ وید و هالنت، ۲۰۰۴).

تعریف سرمایه‌های ناملموس به بازشناسی ویژگی‌ها و شاخصه‌های منتهی به اهمیت استراتژیک منابع باز می‌گردد (وید و هالنت، ۲۰۰۴). اموال ناملموس شرکت، منابع استراتژیک شرکت هستند که امکان ایجاد ارزش پایدار را ایجاد می‌کنند ولی در دسترس تمامی شرکت‌ها نمی‌باشند. این منابع منجر به منافع آتی بالقوه ای می‌شود که رقبا از دستیابی به آن عاجزند و رقبا قادر به تقلید آن‌ها نیستند و با سایر منابع نیز قابل جایگزین نمی‌باشند و به دلیل کنترل شرکت بر آن‌ها، قابل معامله یا انتقال در بازار عوامل تولید نمی‌باشند و نظر به طبیعت ناملموس آن‌ها، حالتی غیر فیزیکی و غیرمالی داشته، در صورت‌های مالی انعکاس ندارند و چرخه حیات محدودی دارند (کمال و همکاران، ۲۰۱۲).

ارتباط بین عوامل مورد بررسی و عملکرد برتر در بانکداری

صنعت بانکداری به عنوان صنعتی معرفی شده است که از طریق به‌کارگیری رهیافت‌های غیرقابل پیش‌بینی خودش را دگرگون ساخته است (کران و بودی، ۱۹۹۶). در این صنعت دستیابی به مزیت رقابتی دشوار می‌باشد (بیهاید، ۱۹۹۶). مهرا در سال ۱۹۹۵ پیشنهاد داد که بانک‌ها به منظور ایجاد و حفظ مزیت رقابتی در صنعت بانکداری، تئوری منبع محور را مبنای استراتژی‌های رقابتی خود قرار دهند. از زمانی‌که رویکرد منبع محور در مطالعات بانکداری پا به عرصه گذاشت، ارتباط بین منابع ناملموس بانک‌ها و عملکردشان به وسیله تعدادی از محققین بررسی شد. خوش‌سینما (۱۳۹۰) نشان داد که انعطاف‌پذیری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و نیز

مزیت رقابتی تأثیر شگرفی در ایجاد عملکرد برتر دارند. در برخی از مطالعات این حوزه، نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت بین منابع غیر ملموس و عملکرد بهتر بانکها بود (لیو و همکاران، ۲۰۱۰).

اندازه‌گیری عملکرد و ساختار منابع

روش‌های اندازه‌گیری مورد استفاده در تحقیق باید معتبر و قابل اطمینان باشد. با این حال به دلیل این‌که متغیرهای مستقل دیدگاه منبع محور تا حدودی غیر قابل مشاهده و ناملموس می‌باشند اندازه‌گیری آن‌ها سخت می‌باشد. بنابراین خلاقیت در طراحی روش اندازه‌گیری مناسب برای مطالعاتی که از دیدگاه منبع محور استفاده می‌کنند بسیار حیاتی و مهم است (آرمسترانگ و شیمیزو، ۲۰۰۷).

در این مطالعه از روش ارزیابی مستقیم توسط مدیران ارشد برای اندازه‌گیری عملکرد و منابع بانکی استفاده شد. استفاده از مدیران ارشد به عنوان پاسخ دهندگان کلیدی در تحقیقات استراتژیک نسبتاً شایع است (بومن و آمبروزینی، ۱۹۹۷؛ اسنو و هریبیناک، ۱۹۸۰). مدیران ارشد با فرض داشتن توانایی برای شناسایی منابع مزیت رقابتی پایدار دارای درجه بسیار بالایی از قابلیت اطمینان می‌باشند (آکر، ۱۹۸۹). مدیران ارشد تنها افراد واجد شرایط برای مدیریت منابع ناملموس می‌باشند. تعدادی از مطالعات منبع محور مرتبط با صنعت بانکداری، برای ارزیابی منابع بانکی، مدیران ارشد را به عنوان پاسخ‌دهنده انتخاب کرده‌اند. به عنوان مثال رید و همکاران در سال ۲۰۰۹ از مدیران ارشد واحد منابع انسانی بانکها برای بررسی اهمیت تغییرات منابع در پاسخگویی به پویایی محیط زیست و تأثیر آن بر عملکرد بانک استفاده کردند. تحقیقات بیانگر این مطلب می‌باشد که مدیریت منابع انسانی قابلیت‌های بسیار زیادی برای موفقیت شرکتها فراهم می‌کند (لیو و سوای، ۲۰۰۵).

رز و جکسون در سال ۱۹۹۵ برای بررسی استراتژی تعیین کیفیت خدمات و عملکرد در صنعت بانکداری، رهبری نسبی تکنولوژی، قابلیت بازاریابی، بازده استفاده از منابع و کیفیت روابط مشتری را بوسیله مدیران ارشد بانکهای جز در ایالت متحده رده‌بندی کردند و به عبارتی به ارزیابی منابع ناملموس بانکها پرداختند.

در طی سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹ حدود ۱۵ مطالعه در ارتباط با رویکرد منبع محور در صنعت بانکداری انجام شده است ۶ مورد از این مطالعات از مقیاس‌های مالی، ۵ مورد از مقیاس‌های غیرمالی و ۴ مورد نیز ترکیبی از مقیاس‌های مالی و غیرمالی را برای اندازه‌گیری عملکرد بانک‌ها مورد استفاده قرار داده‌اند (لیو و همکاران، ۲۰۱۰).

مطالعات مبتنی بر رویکرد منبع محوری که فقط از مقیاس‌های غیرمالی برای ارزیابی عملکرد استفاده کردند فرض کردند که بهبود در مقیاس‌های غیرمالی منجر به بهبود در نتایج مالی می‌شود. در این مطالعات فرض بر این است که متغیرهای غیرمالی عملکرد به طور مستقیم به سودآوری مداوم بانک‌ها مرتبط است (لیو و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین مطالعاتی که از هر دو شاخص مالی و غیرمالی را استفاده کردند از رهیافت کارت امتیازدهی متوازن نشأت می‌گیرند (کاپلان و نورتن، ۱۹۹۶). در این پژوهش از مقیاس مالی و غیرمالی برای اندازه‌گیری عملکرد استفاده شد.

اگرچه در ادبیات دیدگاه منبع محور بیان می‌شود که تاثیر عوامل صنعتی بر روی عملکرد بانک‌ها به طور کلی کمتر از عوامل مربوط به سطوح بانک‌هاست در بسیاری از مطالعات عوامل خارجی (عوامل صنعتی) هنوز یک عامل مهم در تعیین عملکرد می‌باشد (مک‌گهان و پورتر، ۱۹۹۷). فاکتورهای صنعتی مانند تمرکز جغرافیایی (بین، ۱۹۵۱) شدت رقابت (پورتر، ۱۹۸۱) تاثیر مستقیمی بر توانایی‌های شرکت برای تولید سود دارند. بنابراین تعدادی از مطالعات منبع محور در بانکداری از اندازه دارایی برای کنترل تاثیر ساختار بانک و صرفه‌های مقیاس در نتایج استفاده کردند (ریچارد، ۲۰۰۰؛ آوه‌نیمس، ۲۰۰۹؛ لین، ۲۰۰۷).

در استفاده از دیدگاه منبع محور در صنعت بانکداری کنترل‌های دیگری نیز بکار گرفته شد که به روابط فرضی ساختارهای مورد مطالعه بستگی داشت به عنوان مثال ریچارد در سال ۲۰۰۰ در بررسی تاثیر تنوع فرهنگ در عملکرد بانک کنترل‌هایی برای تاثیر منابع بانک‌های بزرگ بر بانک‌های تابع، مانند تنوع جنسیت، تنوع پرتفوی وام و گستره جغرافیایی بکار گرفت. رید و همکاران در سال ۲۰۰۹ از سن کارکنان، تعداد کارمندان و حجم معاملات به طور متوسط در طی سه سال گذشته به عنوان متغیرهای کنترل استفاده کردند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی و از منظر شیوه گردآوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی قرار دارد. جامعه پژوهش نیز کلیه رؤسا و مدیران ستادی بانک‌های دولتی و خصوصی شهر سنندج می‌باشد که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای (در نظر گرفتن هر منطقه شهر سنندج به عنوان یک خوشه) و انتخاب تعدادی شعب در هر منطقه به صورت تصادفی ساده، چارچوب نمونه انتخاب شد. از آنجا که تعداد کل جامعه مورد بررسی ۲۱۰ نفر بودند (جامعه محدود) لذا با استفاده از جدول مورگان، تعداد نمونه موردنیاز برابر ۱۳۲ نفر بود که از میان ۱۵۰ پرسشنامه توزیع شده، تعداد ۱۱۶ پرسشنامه کامل بوده و جهت تجزیه و تحلیل‌های آماری مورد استفاده قرار گرفت.

ابزار گردآوری داده‌ها به صورت میدانی و با استفاده از پرسشنامه پژوهشگرساخته بوده است. بدین منظور و به دلیل عدم دردسترس بودن پرسشنامه جامع برای هر سه متغیر، به منظور سنجش متغیرهای سرمایه‌های ناملموس از پرسشنامه استاندارد بونتیس (۲۰۰۰) استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیر مزیت رقابتی از پرسشنامه حسینی (۱۳۹۰) که در جامعه کارکنان بانک مورد بررسی قرار گرفته است، استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیر عملکرد با استفاده از نظر خبرگان، ده شاخص طراحی و سؤالات مربوطه ارائه شد و در نهایت پرسشنامه ۷۶ سؤالی طراحی شد. به منظور بررسی روایی، پرسشنامه‌ها در اختیار ۵ نفر از اساتید مربوطه و خبرگان صنعت قرار گرفته و نظرات آن‌ها اعمال گردید. به منظور بررسی پایایی پرسشنامه نیز از نتایج به دست آمده از اعضای نمونه و معیار آلفای کرونباخ استفاده شده است که نتایج مربوط به این پیش‌آزمون و نیز تعداد سؤالات هر متغیر در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- نتایج آلفای کرونباخ پرسشنامه پژوهش

متغیر	تعداد سؤالات	مقادیر آلفای کرونباخ
سرمایه انسانی	۱۶	۰/۸۴۲
سرمایه ساختاری	۱۶	۰/۸۱۴
سرمایه مشتری	۱۷	۰/۸۷۴
سرمایه نامشهود	۴۹	۰/۹۳۳
مزیت رقابتی	۱۷	۰/۸۷۸
عملکرد برتر	۱۰	۰/۸۹۹
کل پرسشنامه	۷۶	۰/۹۴

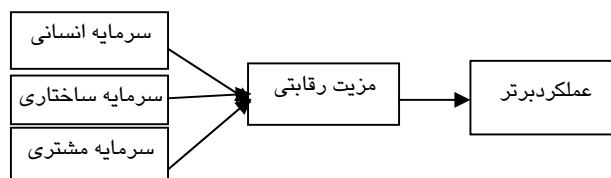
فرضیات و مدل مفهومی پژوهش

فرضیه اول: سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر خلق مزیت رقابتی در بانک‌های سطح شهر سنندج دارد.

فرضیه دوم: سرمایه ساختاری تأثیر مثبت و معناداری بر خلق مزیت رقابتی در بانک‌های سطح شهر سنندج دارد.

فرضیه سوم: سرمایه مشتری تأثیر مثبت و معناداری بر خلق مزیت رقابتی در بانک‌های سطح شهر سنندج دارد.

فرضیه چهارم: مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد در بانک‌های سطح شهر سنندج دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

یافته‌ها

نتایج مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی پرسشنامه که شامل جنسیت، سن، مدرک تحصیلی و سابقه کاری در بانک هستند با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS20 تحلیل شده است. نتایج مربوط به این متغیرها در جدول ۲ ارائه شده است. همان‌گونه که مشخص است به دلیل پست بالای مدیران مورد بررسی، بیشتر آن‌ها دارای مدرک لیسانس و سابقه کاری بیش از ۱۵ سال هستند.

جدول ۲- نتایج مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش

شاخص	فرآوانی	زن	مرد
جنسیت	۱۹٪	۸۱٪	
سن	زیر ۳۰ سال	۳۰-۴۵ سال	۴۵-۶۰ سال
	۷/۸۰٪	۶۲/۱۰٪	۲۶/۷۰٪
مدرک تحصیلی	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس
	۲/۶٪	۱۵/۵۰٪	۷۳/۳۰٪
سابقه کاری	زیر ۵ سال	۵-۱۰ سال	۱۰-۱۵ سال
	۴/۳۰٪	۹/۵۰٪	۳۱/۹۰٪
			بیشتر از ۱۵ سال
			۵۴/۳۰٪

همچنین برای بررسی وضع موجود متغیرهای اصلی پژوهش میانگین نمرات این متغیرها و نیز انحراف معیار آن‌ها در جدول ۳ ارائه شده است.

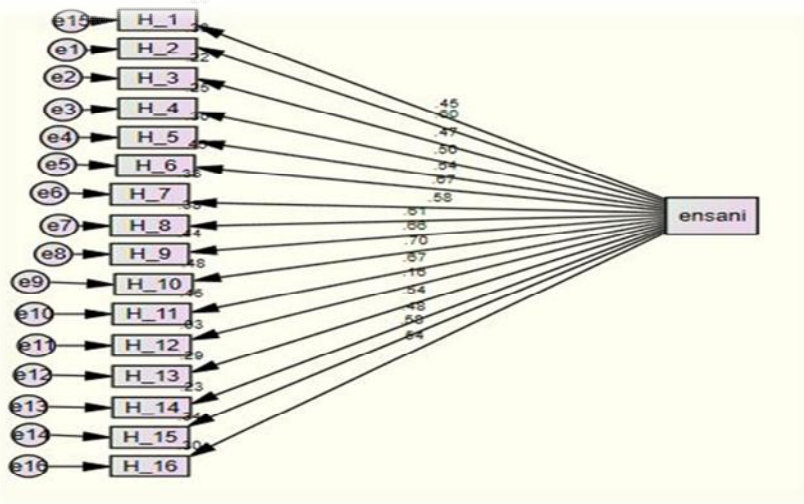
جدول ۳- نتایج مربوط به میانگین و انحراف معیار متغیرها

متغیرها	میانگین وضع موجود	انحراف معیار
سرمایه ناملموس	۳/۳۷	۲۴/۰۱
عملکرد برتر	۳/۳۹	۷/۲۷
مزیت رقابتی	۳/۵۲	۹/۴۸

تحلیل عاملی تأییدی و آزمون برازش مدل

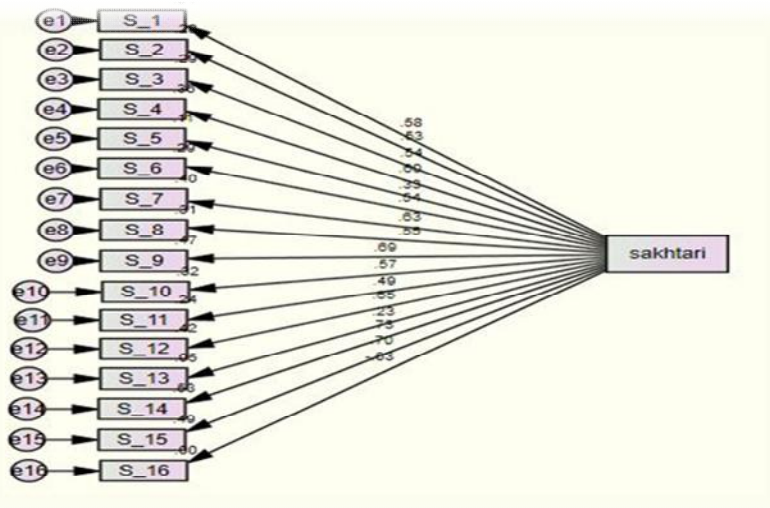
جرقه ورود به بحث مدل معادلات ساختاری با موضوع شاخص‌های چندگانه^۱ شروع شد. مدل معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده^۲ و متغیرهای مکنون^۳ می‌باشد (هویل، ۱۹۹۵). از طریق این رویکرد می‌توانیم قابل قبول بودن مدل‌های نظری را در جامعه‌های خاص با استفاده از داده‌های همبستگی، غیرآزمایشی، آزمایشی آزمون کرد. در پژوهش حاضر نیز با استفاده از نرم‌افزار AMOS18 به بررسی بارهای عاملی و آزمون فرضیات پژوهش پرداخته شده است. نتایج بارهای عاملی مربوط به تحلیل عاملی تأییدی متغیر سرمایه انسانی در شکل ۲ ارائه شده است که البته این بارهای عاملی بایستی همراه با مقادیر بحرانی مربوط به هر سؤال مدنظر قرار گیرد، به طوری که بار عاملی هر سؤالی که در دامنه رد (بین ۱/۹۶- تا ۱/۹۶) قرار گیرد، بایستی آن سؤال را از مجموعه سؤالات پرسشنامه حذف کرد که در مورد این متغیر سؤال ۱۱۲ (H_12) آن به دلیل قرار داشتن مقدار بحرانی این سؤال در دامنه رد، از مجموعه سؤالات پرسشنامه حذف شده است.

-
1. Multiple
 2. Observed
 3. Latent



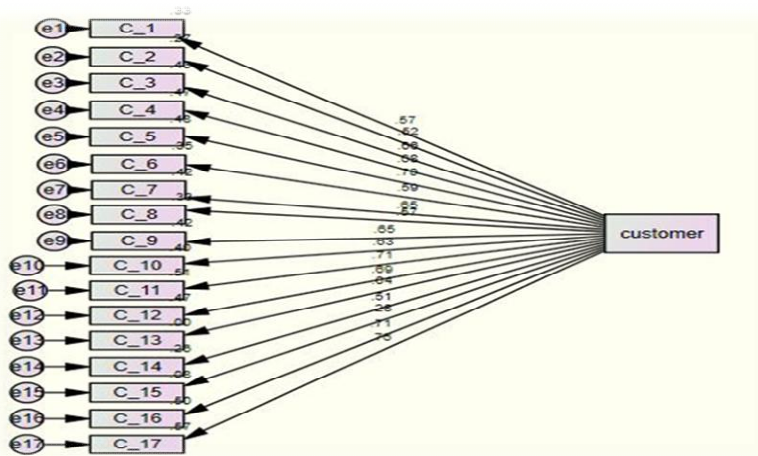
شکل ۲- نتایج مربوط به بارهای عاملی متغیر سرمایه انسانی

نتایج مربوط به بارهای عاملی مربوط به متغیر سرمایه ساختاری نیز در شکل ۳ ارائه شده است که با مدنظر قرار دادن مقادیر بحرانی مربوط به هر سؤال مشخص می‌شود که سؤال ۱۶م این متغیر (H_16) به دلیل قرار داشتن مقدار بحرانی آن در دامنه رد، می‌بایستی از سؤالات حذف شود.



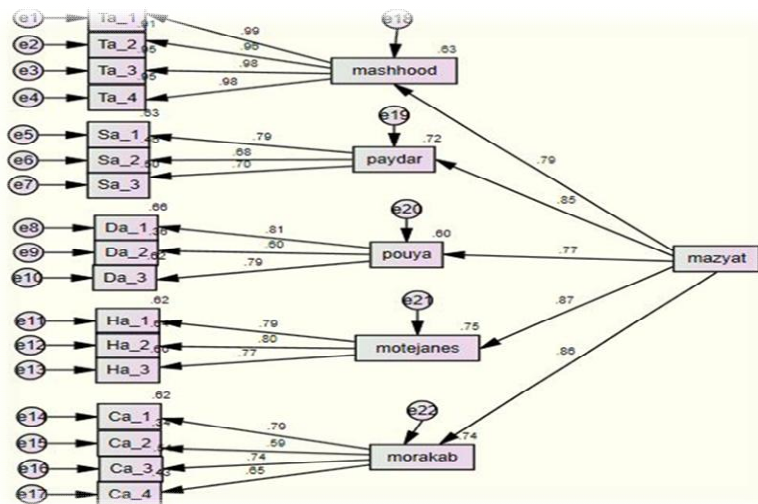
شکل ۳- نتایج مربوط به بارهای عاملی متغیر سرمایه ساختاری

بارهای عاملی مربوط به متغیر سرمایه مشتری نیز در شکل ۴ ارائه شده است که با مدنظر قرار دادن مقادیر بحرانی این سؤالات مشخص می‌شود که سؤال ۱۳م مربوط به این متغیر (به دلیل قرار داشتن مقدار بحرانی در دامنه رد)، حذف می‌شود.

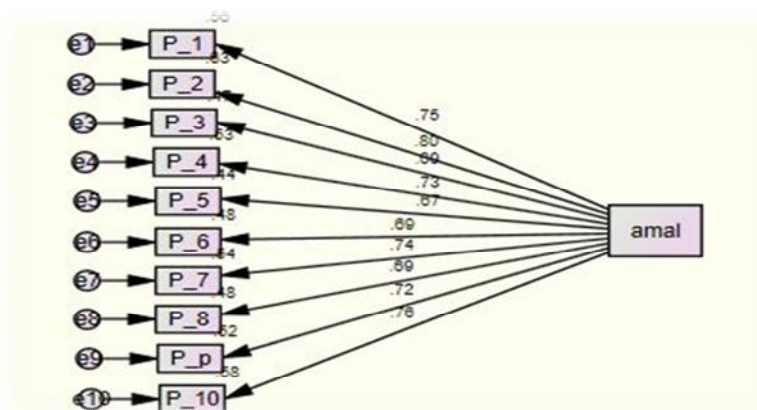


شکل ۴- نتایج مربوط به بارهای عاملی مربوط به متغیر سرمایه مشتری

مقادیر بحرانی مربوط به سؤالات دو متغیر مزیت رقابتی و عملکرد برتر نیز نشان می‌دهد که هیچ یک از سؤالات این دو متغیر حذف نمی‌شوند. مقادیر بحرانی مربوط به این دو متغیر در شکل‌های ۵ و ۶ ارائه شده است.



شکل ۵- نتایج مربوط به بارهای عاملی متغیر مزیت رقابتی



شکل ۶- بارهای عاملی مربوط به متغیر عملکرد برتر

مقادیر مربوط به آماره‌های برازش مدل برای تک تک خروجی‌های تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پژوهش در دامنه قابل قبول قرار داشتند از این رو برازش مدل‌های تحلیل عاملی ارائه شده در حد مطلوبی قرار دارد.

بررسی نرمال بودن متغیرها

پیش از انجام سایر آزمون‌های آماری می‌بایستی وضعیت نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌ها مورد بررسی قرار گیرد و متعاقب آن مشخص می‌شود که می‌بایستی از آزمون‌های پارامتریک و یا آزمون‌های ناپارامتریک استفاده کرد. بدین منظور از آزمون کولموگروف-اسمیرنف در نرم‌افزار SPSS20 استفاده شده است که نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۴ ارائه شده است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد کلیه متغیرهای مورد بررسی در فرضیات پژوهش به دلیل داشتن سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵، نرمال هستند که این امر امکان استفاده از آزمون‌های پارامتریک را فراهم می‌کند.

جدول ۴- نتایج مربوط به نرمال بودن یا غیرنرمال بودن متغیرها

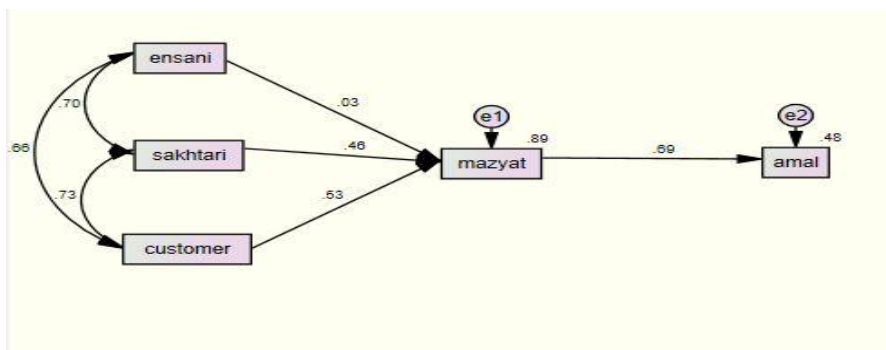
متغیرها	مقدار کولموگروف-اسمیرنف	سطح معنی داری	وضعیت
سرمایه انسانی	۶۵/۸۸	۰/۰۸۸	نرمال
سرمایه ساختاری	۵۵/۴۴	۰/۴۶۲	نرمال
سرمایه مشتری	۵۷/۷۹	۰/۹۶۶	نرمال
سرمایه های ناملموس	۱۷۹/۱۱	۰/۹۰۹	نرمال
مزیت رقابتی	۵۹/۹۳	۰/۶۰۰	نرمال
عملکرد برتر	۳۳/۹۱	۰/۳۷۰	نرمال

پس از بررسی بارهای عاملی و نیز مقادیر بحرانی هر سؤال و نیز مقادیر مربوط به نرمال بودن متغیرها، به بررسی شاخص های برازش مدل پژوهش می پردازیم. بیش از سی شاخص برازش مدل معرفی شده است که اغلب آن ها در خروجی AMOS گزارش می شوند. در پژوهش حاضر از شاخص های ارائه شده در جدول ۵ استفاده شده است. به طور کلی دامنه هر یک از شاخص های برازش نشان می دهد که به طور کلی مدل ارائه شده از برازش مطلوبی برخوردار است.

جدول ۵- مقادیر مربوط به برازش مدل اصلی پژوهش

شاخص های برازش	NFI	CFI	IFI	RFI	GFI	AGFI	RMR	χ^2/df
شاخص نرم شده برازندگی	شاخص برازش تطبیقی	شاخص برازندگی فزاینده	شاخص نیکویی نسبی	شاخص نیکویی برازش	شاخص نیکویی برازش	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	ریشه میانگین باقیمانده	-
دامنه قابل قبول	>۰/۸۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	نزدیک ۱	>۰/۹۰	نزدیک ۱	نزدیک صفر	>۳
مقدار کلی به دست آمده	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۸۶	۰/۹۳	۰/۶۷	۰/۰۶۷	۲/۴۲

پس از بررسی سؤالات پرسشنامه و برازش مدل مفهومی پژوهش به بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از مدل مسیر پرداخته شده است. نتایج مربوط به فرضیات ارائه شده در پژوهش در شکل ۷ ارائه شده است.



شکل ۷- ضرایب استاندارد مربوط به فرضیات پژوهش

مقادیر بحرانی مربوط به مسیرهای پژوهش در شکل ۸ ارائه شده است که نتایج حاکی از عدم تأیید تأثیر مثبت و معنادار سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی در بانکهای سطح شهر سنندج دارد (به دلیل قرار داشتن مقدار بحرانی این مسیر در ناحیه رد فرضیات). سایر فرضیات ارائه شده مورد تأیید قرار گرفته‌اند.

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
mazyat <--- ensani	.03	.05	.57	.57	par_1
mazyat <--- sakhtari	.54	.06	9.27	***	par_2
mazyat <--- customer	.51	.05	11.17	***	par_3
amal <--- mazyat	.53	.05	10.28	***	par_4

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
mazyat <--- ensani	.03
mazyat <--- sakhtari	.46
mazyat <--- customer	.53
amal <--- mazyat	.69

شکل ۸- مقادیر بحرانی و ضرایب استاندارد مربوط به فرضیات پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی میزان تأثیر سرمایه‌های ناملموس (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری) بر خلق مزیت رقابتی و تأثیر نهایی آن‌ها بر عملکرد برتر در بانکهای سطح شهر سنندج می‌باشد. برای بررسی میزان تأثیر سرمایه‌های ناملموس بر خلق مزیت رقابتی و تأثیر نهایی آن‌ها بر عملکرد برتر ۴ فرضیه مطرح شد و با استفاده از داده‌های به دست آمده و بهره‌گیری از تکنیک

مدل‌سازی معادلات ساختاری، فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که به جز فرضیه اول پژوهش، مابقی فرضیات مطرح‌شده مورد تأیید قرار گرفته‌اند. در میان مؤلفه‌های سرمایه‌های نامشهود، سرمایه مشتری با ضریب استاندارد ۰/۵۳ بیشترین تأثیر را بر خلق مزیت رقابتی داشته است. از طرفی تأثیر بسیار بالای مزیت رقابتی بر عملکرد برتر (نزدیک به ۰/۷۰) می‌تواند نکات جالب توجهی را برای مدیران و فعالان صنعت بانکداری به همراه داشته باشد. شهابی و همکاران (۱۳۸۹) نیز در بررسی که در مورد تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد بانک‌ها داشت به این نتیجه دست یافتند که در میان اجزای سرمایه فکری، سرمایه مشتری بیشترین تأثیر را بر عملکرد بانک‌ها دارد. به طور کلی، شواهد امر نشان می‌دهد سرمایه مشتری که به عنوان یک پل و واسطه در فرآیند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری است. با توجه به این‌که پژوهش حاضر در صنعت بانکداری صورت گرفته است، نتایج به دست آمده از این بخش چندان دور از ذهن نیست. شعار اصلی اکثر بانک‌های کشور (چه دولتی و چه خصوصی)، همیشه حق با مشتری است، از این رو این ذهنیت به مدیران رده‌بالای بانک‌ها نیز منتقل شده و این دیدگاه‌ها در فرضیات پژوهش نمایان شده است. همچنین تأیید تأثیر بسیار بالای مزیت رقابتی بر عملکرد برتر بانک نشان می‌دهد که داشتن مزیت رقابتی چقدر می‌تواند نقش کلیدی در عملکرد برتر یک بانک داشته باشد و از آن‌جا که سرمایه مشتری به عنوان مهم‌ترین متغیر مؤثر بر مزیت رقابتی تعیین شده است لذا در صورتی که بانکی بتواند مزیت رقابتی خود را بر اساس مشتریانش بنا نهد، می‌تواند جایگاه بسیار رفیعی را برای خود در صنعت بانکداری ایجاد نماید.

در این پژوهش تأثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی بانک‌های سطح شهر سنج رد شده است. شاید بتوان دلیل این امر را به دیدگاه مدیران مورد بررسی مرتبط دانست بدین منظور که به دلیل شرایط اقتصادی فعلی، مدیران رده بالای بانک‌ها بیشتر از این‌که به فکر جذب نیروهای انسانی متخصص به منظور بهبود مزیت رقابتی خود باشند به فکر جذب سرمایه و آورده‌های بیشتر و نیز برقراری رابطه مطلوب با مشتریان به منظور جذب سرمایه‌های آن‌ها هستند که مؤید این امر نیز تأیید هر دو فرضیه تأثیر سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری بر خلق مزیت رقابتی پایدار است.

این نتیجه پس از ارائه نتایج حاصل شده به خود مدیران پاسخگو نیز توسط آنها مورد تأیید قرار گرفت. به عبارت دیگر در زمان انجام پژوهش به دلیل نبودن سرمایه انسانی آموزش دیده و ماهر و عدم وجود شرایط لازم برای بروز رفتار شهروندی سازمانی توسط کارکنان بانک، مسئله سرمایه انسانی چندان مورد توجه مدیران به منظور خلق مزیت رقابتی نبوده است. از طرفی از آنجا که پژوهش حاضر بخشی از یک مطالعه جامع بوده است، در بخش دیگری از بررسی جامع صورت گرفته با استفاده از تحلیل سلسه‌مراتبی، رتبه‌بندی سرمایه‌های نامشهود مورد توجه قرار گرفته است که نتایج نشان داده است سرمایه انسانی با فاصله زیاد نسبت به دو سرمایه نامشهود دیگر به عنوان کم‌اهمیت‌ترین سرمایه مدنظر مدیران بانکها بوده است.

به طور کلی بر اساس نتایج حاصل شده می‌توان پیشنهادهای کاربردی زیر را ارائه کرد:

۱. توجه به استراتژی رهبری هزینه برای کسب مزیت رقابتی با توجه به اوضاع اقتصادی کشور و نیز ارائه راهکارهایی در جهت عملی ساختن اقتصاد مقاومتی.
 ۲. توجه بیشتر به سرمایه‌های ناملموس بانکها (از آنجا که میانگین نمره این سرمایه‌ها تقریباً متوسط است) به منظور خلق مزیت رقابتی پایدار در بانکها.
 ۳. برقراری زیرساخت‌های مناسب فناوری اطلاعات در بستر بانکداری الکترونیکی بانکها.
 ۴. طراحی برنامه‌هایی در جهت کسب رضایت و در نتیجه وفاداری بیشتر مشتریان بانکها.
 ۵. بخش‌بندی مشتریان بانکها و ارائه راهبردهای متناسب با هر بخش به تفکیک.
 ۶. توجه جدی به ایده‌های جدید در راستای کسب منابع فکری کمیاب و در نتیجه کسب مزیت رقابتی پایدار برای بانکها.
- در مرور تحقیقات مبتنی بر دیدگاه منبع محور در بانکداری هیچ مطالعه‌ای یافت نشد که تاثیر متغیرهای کلان اقتصادی را در نظر گرفته باشند، در حالی‌که متغیرهای اقتصاد کلان از جمله تورم و چرخه کسب و کار نیز می‌توانند تاثیر قابل توجهی بر عملکرد کلی بانکها بگذارد. پس محققان در تحقیقات آتی می‌توانند با در نظر گرفتن

متغیرهای اقتصاد کلان از جمله تورم و چرخه کسب و کار به عنوان متغیر کنترل، تاثیر این عوامل را بر عملکرد کلی بانکها مورد بررسی قرار دهند. همچنین در پژوهش حاضر صرفاً مدیران رده بالا و به طور خاص در سطح شهر سنندج مورد بررسی قرار گرفت که در پژوهش‌های آتی می‌توان کلیه کارمندان بانکها و حتی کارمندان سایر صنایع کشورمان را مدنظر قرار داد و از این طریق و بررسی نظرات تعداد بیشتری از کارمندان و مدیران، قابلیت تعمیم پژوهش حاضر را بهبود بخشید و در نهایت در پژوهش‌های آتی می‌توان به بررسی مزیت رقابتی و نیز عملکرد سازمانی بانکها به تفکیک بانکهای دولتی و خصوصی پرداخت.

منابع و مأخذ

۱. دراکر، پیتر (۱۳۷۸). چالشهای مدیریت در سده ۲۱، ترجمه عبدالرضا رضایی نژاد، تهران: نشر فرا.
۲. کیگان، وارن جی (۱۳۸۰). مدیریت بازاریابی جهانی، ترجمه عبدالمجید ابراهیمی، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. مهری، علی (۱۳۸۲). نگاهی نظری به مقوله مزیت رقابتی پایدار، نشریه تدبیر، شماره ۱۴۰.
۴. شجاعی، عبدالناصر (۱۳۸۸). بررسی ارتباط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی صنعت بانکداری، فصلنامه مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد، شماره ۹.
۵. خوش‌سیما، غلامرضا (۱۳۹۰). تأثیر انعطاف‌پذیری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمان. فصلنامه دانشور رفتار. شماره ۱.
۶. فاریابی، محمد. تجویدی، رعنا و تجویدی، مینا (۱۳۹۰). بررسی رابطه بازارمحوری و مزیت رقابتی در گروه صنایع تراکتورسازی ایران. مجله فراسوی مدیریت. سال پنجم. شماره ۱۷.
7. Aaker, David A. (1989). *Managing assets and skills: the key to a sustainable competitive advantage*: University of California, Haas School of Business.
8. Armstrong, Craig E, & Shimizu, Katsuhiko. (2007). A Review of Approaches to Empirical Research on the Resource-Based View of the Firm†. *Journal of management*, 33(6), 959-986 .
9. Bain, Joe S. (1951). Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–1940. *The Quarterly Journal of Economics*, 65(3), 293-324 .
10. Barney. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120 .

11. Barney, Jay B. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of management review*, 11(3), 656-665 .
12. Bharadwaj, Anandhi S .(۲۰۰۰) .A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. *MIS quarterly*, 169-196 .
13. Bhide, Amar. (1986). Hustle as strategy. *Harvard Business Review*, 64(5), 59-65 .
14. Bowman, Cliff, & Ambrosini, Veronique. (1997). Using single respondents in strategy research. *British Journal of Management*, 8(2), 119-131 .
15. Caves, Richard E. (1980). Industrial organization, corporate strategy and structure. *Journal of economic literature*, 18(1), 64-92 .
16. Conner ,Kathleen R. (1991). A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: do we have a new theory of the firm? *Journal of management*, 17(1), 121-154 .
17. Conner, Kathleen R, & Prahalad, Coimbatore K. (1996). A resource-based theory of the firm: Knowledge versus opportunism. *Organization science*, 7(5), 477-501 .
18. Crane, Dwight B, & Bodie, Zvi. (1996). Form follows function: the transformation of banking. *Harvard Business Review*, 74, 109-119 .
19. Dierickx, Ingemar, & Cool, Karel. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management science*, 35(12), 1504-1511 .
20. Galbreath, Jeremy. (2005). Which resources matter the most to firm success? An exploratory study of resource-based theory. *Technovation*, 25(9), 979-987 .
21. Grant, Robert M. (1991). *The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation*: California Management Review, University of California.
22. Helfat, Constance E, & Peteraf, Margaret A. (2003). The dynamic resource-based view: capability lifecycles. *Strategic management journal*, 24(10), 997-1010 .
23. Hill, Charles WL, & Deeds, David L. (1996). The importance of industry structure for the determination of firm profitability. *Journal of Management Studies*, 33(4), 429-451 .
24. Kamal, Malina Hanum Mohd, Mat, Rosfatihah Che, Rahim, Najihah Abdul, Husin, Norhusniyati, & Ismail, Irwan. (2012). Intellectual capital and firm performance of commercial banks in Malaysia. *Asian Economic and Financial Review*, 2(4), 577-590 .
25. Kaplan, Robert S, & Norton, David P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard business review*, 74(1), 75-85 .
26. Kosmidou, Kyriaki. (2008). The determinants of banks' profits in Greece during the period of EU financial integration. *Managerial Finance*, 34(3), 146-159 .
27. Lin, Bou-Wen. (2007). Information technology capability and value creation: Evidence from the US banking industry. *Technology in Society*, 29(1), 93 . ۱۰۶-
28. Liu, L, Timothy, V, & Gao, Y. (2010). A review of approaches of resource-based empirical research in banking. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 4(4), 230-241 .

29. Mahoney, Joseph T, & Pandian, J Rajendran. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic management journal*, 13(5), 363-380 .
30. McGahan, Anita M, & Porter, Michael E. (1997). How much does industry matter, really ?
31. Ohnemus, Lars. (2009). Is branding creating shareholder wealth for banks? *International Journal of Bank Marketing*, 27(3), 186-201 .
32. Peppard, Joe, & Rylander, Anna. (2001). Using an intellectual capital perspective to design and implement a growth strategy:: the case of APION. *European Management Journal*, 19(5), 51 . ۰۲۰-۰
33. Peteraf, Margaret A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic management journal*, 14(3), 179-191 .
34. Porter, Michael E. (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. *Academy of management review*, 6(4), 609-620 .
35. Richard, Orlando C. (2000). Racial diversity, business strategy, and firm performance: A resource-based view. *Academy of management journal*, 43(2), 164-177 .
36. Rumelt, Richard P. (1991). How much does industry matter? *Strategic management journal*, 12(3), 167-185 .
37. Sheehan, Norman T, & Foss, Nicolai J. (2007). Enhancing the prescriptiveness of the resource-based view through Porterian activity analysis. *Management Decision*, 45(3), 450-461 .
38. Snow, Charles C, & Hrebiniak ,Lawrence G. (1980). Strategy, distinctive competence, and organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, 317-336 .
39. Somsuk, Nisakorn, & Laosirihongthong, Tritos. (2013). A fuzzy AHP to prioritize enabling factors for strategic management of university business incubators: Resource-based view. *Technological Forecasting and Social Change* .
40. Sumedrea, Silvia. (2013). Intellectual Capital and Firm Performance: A Dynamic Relationship in Crisis Time *Procedia Economics and Finance*, 6, 137-144 .
41. Wade ,Michael, & Hulland, John. (2004). Review: The resource-based view and information systems research: Review, extension, and suggestions for future research. *MIS quarterly*, 28(1), 107-142 .
42. Wernerfelt, Birger. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180 .
43. Yildirim, H Semih, & Philippatos, George C. (2007). Restructuring, consolidation and competition in Latin American banking markets. *Journal of Banking & Finance*, 31(3), 629-639 .
44. Zúñiga-Vicente, José Ángel, de la Fuente-Sabaté, Juan Manuel, & Suarez Gonzalez, Isabel. (2004). Dynamics of the strategic group membership–performance linkage in rapidly changing environments. *Journal of Business Research*, 57(12), 1378-1390 .