

بررسی رابطه بین بهره‌وری و مدل کسب‌وکار با میانجی‌گری مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی مطالعه موردی: شرکت های ارائه دهنده خدمات مشاوره مدیریت

لیدا حیدری^۱، علی تقی زاده هرات^۲، امیر عزیزی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
^۲ استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد پرند، تهران، ایران.
^۳ استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

نام نویسنده مسئول:

لیدا حیدری

چکیده

لازمه ثبات و رشد سازمانها، شناخت و درک مفهوم بهره‌وری می‌باشد. با شناخت و اجرای شاخص‌های بهره‌وری در کلیه سطوح سازمانی می‌توان با مدیریت مدبرانه منابع یک سازمان و کاهش قیمت تمام شده، در بازار رقابت باقی ماند. مزیت رقابتی و بهره‌وری منابع انسانی لازم و ملزوم و به نوعی تکمیل کننده و پیش نیاز یکدیگرند. تحقق ارتقای بهره‌وری منابع انسانی در سازمان، به عوامل زیادی بستگی دارد. پژوهش پیش رو با هدف بررسی ارتباط بین مدل کسب‌وکار و بهره‌وری سازمانی با میانجی‌گری مزیت‌رقابتی و عملکرد سازمانی در صنعت مشاوره مدیریت انجام شد. جامعه آماری تحقیق کارکنان شرکتهای مشاوره مدیریت به تعداد ۲۴۳ نفر می‌باشند. تعداد نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۱۴۸ نفر بدست آمد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش بصورت تصادفی ساده بود. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه ۶۹ سوالی محقق ساخته با طیف لیکرت ۵ گزینه ای انجام پذیرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS25 برای آمار توصیفی و Smart PLS3.0 برای آمار استنباطی بکار گرفته شد. نتایج حاصله از فرضیه‌های مطرح شده حمایت نمودند. اثبات نقش میانجی عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی بر رابطه بین مدل کسب‌وکار و بهره‌وری سازمان به این معناست که مدل کسب وکار از طریق تأثیر مثبت و مستقیمی که بر بهره‌وری (در سطح ۰.۰۱ و با ۹۹ درصد اطمینان) دارد، موجب بهبود و افزایش بهره‌وری در سازمان خواهد شد.

واژگان کلیدی: مدل کسب و کار، بهره‌وری، عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی.

مقدمه

عوامل مهمی بر عملکرد صنعت مشاوره مدیریت در ارائه خدمات در جهت مثبت و منفی تأثیرگذارنده هستند. این عوامل می‌توانند بر خروجی سازمان، بهره‌وری، رضایت مشتریان، سوددهی، رضایت کارکنان و... تأثیرگذار باشند.

امروزه، جهانی شدن، کوتاه شدن چرخه عمر محصول، مشتری‌گرایی و ... محیط سنتی کسب‌وکار را به یک محیط پویاتر تبدیل کرده است. از این‌رو شکل‌های جدید سازمانی، برای رویارویی با محیط متغیر، متداول‌تر شده است. در گذشته، سازمانها به مسائلی چون تولید بیشتر، سرمایه، سرپرستی نیروی کار، مواد اولیه و تولید به منظور افزایش کارایی توجه داشتند. در دهه‌های اخیر، دانشمندان علوم مدیریت به موازات پیشرفت تکنولوژی اطلاعات، به عوامل مهمتری پرداخته و معتقدند که عناصر مهمی نیز وجود دارد که در سازمان‌ها بایستی به آن توجه شود؛ یکی از این عناصر بهره‌وری سازمان می‌باشد. امروزه دانشمندان فقط به کارایی و سودآوری توجه ندارند بلکه به بهره‌وری که عبارت از سطح دستیابی کلیت سازمان به انجام رسالت خویش و اهداف ترسیم شده می‌باشد، (به عبارت دیگر حاصل جمعی از کارایی و اثربخشی است) اهمیت می‌دهند.

ایجاد مزیت رقابتی در دنیای کسب‌وکار، مورد توجه زیادی در حوزه‌ی تحقیقات دانشگاهی قرار گرفته است. امروزه سازمان‌ها در بازارهای نوظهور به دنبال به دست آوردن مزایای رقابتی پایدار هستند. رابطه‌ای قوی بین مدل‌های کسب‌وکاری و مزایای رقابتی وجود دارد. یک مدل کسب‌وکاری موثر، ترکیبی از هماهنگی‌های در منابع و قابلیت‌هایی برای به دست آوردن مزایای رقابتی می‌باشد. (Ranjith, 2016). صاحب‌نظران معتقدند سازمان‌ها برای مصون ماندن از امواج سهمگین محیطی و نیز سازگاری با الزامات رقابتی چاره‌ای جز کسب و تداوم ضربت رقابتی پایدار ندارند. 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. (مهری و خداداد حسینی، ۱۳۸۴). همچنین مزیت رقابتی یکی از مهمترین مباحث در تئوری‌های مدیریت استراتژیک است زیرا وجود مزیت رقابتی در یک سازمان به معنای عملکرد بهتر نسبت به رقباست و در بلندمدت بقا و رشد سازمان را تضمین می‌کند. (ترابی و همکاران، ۱۳۹۵)

سازمانها در تلاش هستند تا از راه‌های مختلف عملکرد خود را بهبود بخشیده و مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند. عملکرد سازمانی یک ساختار اساسی در مدیریت راهبردی است. (داودنیا و همکاران، ۱۳۹۵). منابع انسانی اعم از کارکنان و مدیران، با ارزش‌ترین سرمایه‌های هر سازمانی محسوب می‌شوند و رسالت سازمان باید دادن فرصت مناسب برای رشد و افزایش بهره‌وری آنان باشد. (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۵) [5]. مطالعه حاضر در تلاش است تا با شناخت این شکاف جهت پاسخگویی به این سوال است که آیا بین بهره‌وری و مدل کسب‌وکار با میانجی‌گری مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی رابطه‌ای وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

حیدری و سیدکلایی پژوهشی با هدف اکتشاف فرایند تأثیرگذاری قابلیت‌های پویای سازمانی بر مزیت رقابتی شرکت‌های مشاوره مدیریت انجام دادند. به منظور اجرای پژوهش، از رویکرد کیفی استفاده شده است. نمونه‌گیری با بهره‌مندی از منطق نمونه‌گیری نظری و روش قضاوتی هدفمند انجام گرفته و تا حصول اشباع نظری دنبال شده است که در مجموع ۱۷ شرکت مشاوره مدیریت را دربرگرفت. نتایج نشان داد قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی شرکت‌های مشاوره مدیریت اثر می‌گذارند، اما این تأثیر به طور مستقیم نیست؛ بلکه قابلیت‌های عملیاتی، قابلیت‌های اعتمادساز و جهت‌گیری استراتژیک شرکت، در این رابطه ایفای نقش می‌کنند. (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵)

عظیمی و همکارانش مقاله‌ای تحت عنوان مدیریت عملکرد و تأثیر آن بر افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، ارائه کردند. در این پژوهش به این نکته اشاره می‌شود که هدف از تاسیس هر موسسه، سازمان یا شرکت تجاری، کسب سود و تداوم حیات آن می‌باشد. برای نیل به این هدف سازمانها سعی می‌کنند تا با افزایش بهره‌وری عوامل تولید، هزینه‌های خود را کاهش داده و بر سود خود بیافزایند. این مقاله سعی در توضیح مفاهیم مدیریت عملکرد و بهره‌وری و نیز رابطه بین این دو مفهوم دارد و می‌کوشد تا با ذکر اصول و فرایندهای اجرای آنها، یک چارچوب عملی برای اجرای مدیریت عملکرد توأم با افزایش بهره‌وری در سازمانها را ارائه نماید. (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۳)

آیورلی و همکارانش مقاله‌ای تحت عنوان "عوامل کلیدی که فرآیندهای کسب‌وکار دانش‌مدار را بهبود می‌بخشد که منجر به مزیت رقابتی می‌شوند" ارائه کردند. این مطالعه از داده‌های نقشه‌برداری از ۱۱۳ شرکت برجسته ایتالیایی استفاده می‌کند. برای تست روابط ساختاری مدل تحقیق، نویسندگان از روش حداقل مربعات جزئی *PLS* استفاده کردند. نتایج نشان می‌دهد که طراحی و آموزش کار تأثیر مستقیمی بر فرآیند حل مساله خلاق و فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر فرآیند حل مساله خلاق و نتایج آن دارد. در نهایت، فرآیند حل مساله خلاقانه یک تأثیر مستقیم قوی بر نتایج آن و این، به نوبه خود، بر رقابتی بودن شرکت‌ها دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که مدیران باید فرآیند حل مساله را مشخص کنند چرا که این فرآیند بر توانایی یک شرکت برای یافتن راه‌حل‌های خلاقانه و در نتیجه رقابت آن تأثیر می‌گذارد. همچنین مدیران

باید در رویه‌های مدیریت دانش خاص (KM) برای افزایش فرایندهای کسب‌وکار دانش‌مدار سرمایه‌گذاری کنند. این مقاله یک شکاف مهم در ادبیات BPM از طریق ارتباط تجربی بین شیوه‌های KM، فرایندهای چند مرحله‌ای حل مساله خلاق و نتایج آن‌ها، رقابتی بودن شرکت‌ها پر می‌کند. (Aureli et al, 2018)

پورکایاستا پژوهشی با هدف ارایه یک تحقیق استقرایی بصورت کیفی که تصمیمات منحصر به فرد از سه شرکت که مدل کسب و کار منحصر به فرد و موفق داشته‌اند را تحلیل می‌کند و در نتیجه، یک مزیت رقابتی فراهم می‌کند، انجام دادند. در ابتدا نه فرضیه متفاوت را براساس تصمیماتی که توسط شرکت مورد مطالعه قرار گرفته، شناسایی می‌کنند، که مدل کسب و کار آن‌ها را شکل داده و یک مزیت رقابتی به آن‌ها می‌دهد، سپس این تصمیمات را به روش یکپارچه نگاه می‌کنند و این تصمیمات را به تصمیمات ساختاری و تصمیمات استراتژیک دسته‌بندی می‌کنند. یک خط موجود از تفکر را بسط می‌دهند که غالباً مدل کسب‌وکار را مکمل محصول یا نوآوری خدماتی شرکت می‌بیند. این پژوهش بر اهمیت مدل کسب‌وکار به عنوان یک ساختار سطح بالاتر شکل گرفته از تصمیمات ساختاری و استراتژیک تاکید دارند که در نهایت به یک منبع مزیت رقابتی تبدیل می‌شوند. (Purkayastha, 2016)

ویسنجیک و همکارانش مقاله ای جهت بررسی ارتباطات نوآوری محصول، نوآوری مدل کسب و کار خدماتی، و تاثیر آن‌ها بر عملکرد تهیه نمودند. ابتدا با استفاده از دیدگاه مبتنی بر تقاضا بر ایجاد ارزش و تمامیت، تاثیر عملکرد دو مدل تجاری اصلی مورد بررسی قرار می‌گیرد: مدل محصول محور و مدل مشتری محور، که به طور مشترک با نوآوری محصول اجرا می‌شوند. نتایج نشان می‌دهند که اثر متقابل بین نوآوری مدل کسب‌وکار خدماتی و نوآوری محصول منجر به مزایای عملکرد بلندمدت همراه با درجه کاهش عملکرد کوتاه‌مدت می‌شود. نوآوری مدل کسب‌وکار خدماتی در انزوا از نوآوری محصول منتج به دستاوردهای سودکوتاه‌مدت اما کاهش دانش طولانی‌مدت و در نتیجه کاهش عملکرد بازار می‌شود. مطالعه ما نشان می‌دهد که شرکت‌ها باید فراتر از شواهد بر روی اثرات کوتاه‌مدت به منظور دستیابی به عملکرد برتر در دراز مدت باشند. (Visnjic et al, 2014)

برنک و همکاران مقاله ای تحت عنوان " آشکار (باز) بودن خلق ارزش: چشم انداز جدید در طراحی مدل کسب و کار و مزیت رقابتی " ارائه نمودند. رابطه بین باز بودن و مزیت رقابتی و همچنین تاثیر طراحی مدل کسب و کار و خطر بروز آن را تحلیل می‌کنیم. بر اساس یک نظرسنجی در میان ۲۱۸ سازمان تولید جهانی و ۱۴ مصاحبه، شواهد کمی را برای رابطه خطی مثبت بین باز بودن ایجاد ارزش و مزیت رقابتی ارائه نمودند. این پژوهش به ادغام مفاهیم باز بودن در چارچوب و ادبیات مدل کسب و کار و پیوند آن با استراتژی های منابع و همچنین ارائه الگوی مدل های مختلف کسب و کار در ارتباط با باز بودن می‌افزاید. (Brenk et al, 2018)

کوسنز و نوتو مقاله‌ای تحت عنوان " رویکرد مدلسازی کسب‌وکار پویا برای طراحی و آزمایش استراتژی‌های کسب‌وکار جدید " ارائه کردند. در این مقاله بیان می‌شود که ترکیب مدل‌های کسب‌وکار متعارف با مدلسازی دینامیکی سیستم، یک ابزار طراحی استراتژی است که ممکن است بر محدودیت‌های مختلف مربوط به دیدگاه ایستایی مدل کسب‌وکار غلبه کند. همچنین نشان می‌دهد رویکردهای معمول مدل‌های کسب-وکار هنوز از امکان استفاده سریع از استراتژی‌های جایگزین و بررسی سناریوهای مرتبط با سودآوری، رشد، نوآوری، تاثیر اجتماعی و غیره دور هستند. این پژوهش بصورت مطالعه موردی یک شرکت راه‌اندازی تاسیس در سال ۲۰۱۴ و واقع در پالمو، ایتالیا را مورد بررسی قرار می‌دهد. این شرکت در زمینه نوآوری برای پشتیبانی حرفه‌ای تایپ فعالیت می‌کند. این شرکت یک مرورگر متخصص در اصلاح متون انگلیسی که قادر به ارائه نتایج دقیق‌تر و قابل اطمینان‌تر از آنهایی که تا آن زمان وجود داشت، ایجاد کردند. لودویگ پایگاه داده‌ای است که به کاربران اجازه می‌دهد که متون نوشته شده انگلیسی را با چند راه حل صحیح مقایسه کنند. لودویگ قصد دارد یک پلت فرم مبتنی بر وب را در اختیار کاربران قرار دهد که ممکن است ابزار نوشتن، ترجمه و اصلاح متون متفاوت (مثلا واژگان، مترجم، املا، پیشنهادات) را پیدا کند. DBMs با توجه به تغییراتی محیطی ممکن شرکت مورد مطالعه می‌تواند به سرعت تغییر یابد. بدین ترتیب، چارچوب در حال ظهور به طور موثر می‌تواند فرایندهای یادگیری استراتژیک کارآفرینان را بهبود بخشد و در نتیجه آنها را در طراحی استراتژی های پایدارتر حمایت کند. (Cosenz and Noto, 2014)

می و کریسیس مقاله ای تحت عنوان " مدل کسب و کار برای بهره‌وری انرژی در ساخت " ارائه کردند. این مطالعه یک مدل کسب‌وکار برای بهره‌وری انرژی را پیشنهاد می‌دهد و ابزاری را ارایه می‌دهد که توصیف می‌کند که شرکت‌های تولیدی چگونه ایجاد، تحویل و کسب ارزش را انجام می‌دهند و در همان زمان ثابت می‌کند که ناکارآمدی انرژی، مواد زائد و تولید که برای مدل کسب‌وکار حیاتی هستند. بر این اساس، ما روابط علت - معلولی بین عملکردهای تولیدی و عملکردهای مدل کسب‌وکار و الگوهای مدل‌های تجاری را تحلیل می‌کنیم که می‌توانند برای توسعه یک ساختار جدید متمرکز بر بهره‌وری انرژی تطبیق داده شوند. برای رسیدن به این هدف، یک مطالعه موردی در صنعت تولید لاستیک برای توسعه و اعتبار بخشیدن به مفاهیم انجام شده‌است. (May and Kiritsis, 2017)

هاگژ و همکارانش در مطالعه‌ای به بررسی و مدیریت عامل‌های کلیدی و اصلی عملکرد در مدل کسب‌وکار پرداخته‌اند. این مقاله به دنبال بررسی عملکرد مدل کسب‌وکار برای شناسایی و نشان دادن پنج عامل اصلی در عملکرد استاتیک و پویا انجام شده است. در حالی که سازوکارهای

سنتی عملکرد مرتبط با مدل‌های کسب‌وکار همچنان برای موفقیت این مدل اهمیت دارد، نویسندگان این مقاله اظهار کرده‌اند که مدیران باید یک دیدگاه پویاتر با تاکید بر اینکه چگونه ترکیبی از عوامل اصلی در چرخه عمر درحال تغییر است را اتخاذ کنند. رویکردی که در این پژوهش پیشنهاد شده، تئوری‌های گوناگون نظری را به یک چارچوب عملی برای متخصصان مدیریت ترکیب کرده است. در پایان این مقاله نشان داده که تجدید تفکر در مشارکت مشتری، بازسازی و تجدید نظر در راه‌های ارتباط با محیط خارجی، بهینه سازی فرآیندهای داخلی، رشد آگاهی راهبردی و تنظیم مجدد و افزایش ظرفیت برای پیشرفت، پنج عامل استاتیک و دینامیکی کلیدی عملکرد مدل کسب‌وکار است. (Haggège et al, 2017)

رانجیس مقاله ای تحت عنوان "مدل‌های کسب‌وکار و مزیت‌رقابتی" ارائه کرده است. این مقاله تلاش کرده تا مدل‌های کسب‌وکاری در بازارهای نوظهور بررسی کند و روی ظهور مدل‌های کسب‌وکاری متعدد به‌کاررفته در شرکت‌ها تاکید داشته باشد. این مقاله از یک مطالعه موردی استفاده کرده که در دوره‌های زمانی مختلف توسعه یافته است. این موضوع کاملاً درک شده که انتخاب‌هایی که شرکت در استفاده از مولفه‌های مدل‌های کسب‌وکاری انجام می‌دهد، تعیین کننده عامل‌های موفقیت می‌باشد. شرکت‌هایی با مدل‌های کسب‌وکاری چندگانه، شانس بیشتری برای نیل به مزایای رقابتی دارند. هدف این مقاله بررسی رابطه متقابل بین مدل‌های کسب‌وکار و استراتژی‌های کسب‌وکار است. همچنین شرکت‌های دارای مدل‌های تجاری چندگانه را مورد بررسی قرار می‌دهد. دو مدل کسب‌وکار موفق به عمد برای ایجاد روابط بالا انتخاب می‌شوند. براساس مدارک مستند از شرکت با استفاده از مدل‌های کسب و کار چندگانه، سه مورد در بیمارستان و یک مورد از مدل‌های کسب‌وکار ماروتی محدود انتخاب شدند. نتایج نشان می‌دهند همزمان سازی اجزای مختلف یک مدل کسب‌وکار به شرکت‌ها کمک خواهد کرد تا مزیت رقابتی خود را حفظ کنند. یک مدل کسب‌وکار زمانی پویا خواهد بود که بهره‌برداری از منابع سازمانی برای توسعه توانایی‌ها را تسهیل کند. یک مدل کسب‌وکار بدون هماهنگی / همزمانی، محدود به شکست در بازار است. موفقیت یک مدل کسب‌وکار به توانایی آن برای تولید جریان‌های درآمدی با موفقیت در افق آینده بستگی دارد. (Ranjith, 2016)

فریچ و چنگولیس مقاله ای تحت عنوان "شکل‌گیری کسب و کار جدید و بهره‌وری تولید کنندگان: اثرات و مکانیزم" ارائه کردند و تاثیر تشکیل کسب‌وکار جدید بر بهره‌وری موسسات تولیدی فعلی را تجزیه و تحلیل نمودند. همچنین با بررسی اطلاعات پیشین شواهدی تجربی قوی مبنی بر اینکه ظهور بنگاه‌های جدید در یک صنعت، باعث افزایش بهره‌وری با افزایش رقابت در بازار تولید می‌شود، به دست آوردند. (Fritsch and Changoluisa, 2017)

اوسوتی مهبین مقاله ای تحت عنوان "بهره‌وری واحدها و تخصیص منابع در طول چرخه کسب‌وکار" ارائه نمود و تجزیه جدیدی از بهره‌وری کل جهت بررسی نقش بازده تخصیص برای پویایی سیکل بهره‌وری کل را پیشنهاد داد. خروجی حاصله در یک مجموعه جامع از شرکت‌های تولید و خدمات فرانسوی بررسی گردید و مشاهده شد که داده و ستانده اندکی بر تغییرات سالیانه در بهره‌وری بخش‌ها کمک می‌کند، بهره‌وری تخصیص بین بخشی ایفاگر نقش بی نظیری در نوسانات بهره‌وری کل است. در حالیکه بهره‌وری تخصیص درون بخشی تمایل به کاهش نوسانات بهره‌وری بخش را دارد. (Osotimehin, 2019)

اهداف تحقیق

الف-هدف اصلی

بررسی میزان رابطه بین بهره‌وری و مدل کسب‌وکار با میانجی‌گری مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی

ب-اهداف فرعی:

- ۱- بررسی میزان تاثیر مدل کسب‌وکار بر بهره‌وری سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت
- ۲- بررسی میزان تاثیر مدل کسب و کار بر عملکرد سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت
- ۳- بررسی میزان تاثیر مدل کسب و کار بر مزیت رقابتی سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت
- ۴- بررسی میزان تاثیر مزیت رقابتی سازمان بر عملکرد سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت
- ۵- بررسی میزان تاثیر مزیت رقابتی سازمان بر بهره‌وری سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت
- ۶- بررسی میزان تاثیر عملکرد سازمان بر بهره‌وری سازمان در سازمان‌های مشاوره مدیریت

روش پژوهش

این تحقیق از نوع پژوهش‌های کمی با هدفی کاربردی می‌باشد. زیرا محقق به منظور رفع نیازمندیهای بشر و بهبود و بهینه‌سازی ابزارها و روشها در موقعیت‌های واقعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف اصلی تحقیق بررسی نقش "مدل کسب‌وکار" بر "بهره‌وری سازمانی" است.

نوع این تحقیق باتوجه به موضوع و هدف آن، توصیفی بوده و روش انجام آن پیمایشی است. لذا می توان گفت پژوهش حاضر کاربردی، توصیفی و پیمایشی است.

جامعه آماری شامل کارکنان شرکتهای ارائه دهنده خدمات مشاوره مدیریت شامل ۲۴۳ نفر و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۴۸ نفر محاسبه گردیده است. ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق عبارت‌اند از پرسشنامه محقق ساخته ۶۹ سوالی با طیف لیکرت، با استفاده از: پرسشنامه اولسانیا (۲۰۱۲) برای متغیر بهره‌وری سازمانی (شامل ۲ بعد اثربخشی و کارایی)، پرسشنامه استروالد و پیگنور (۲۰۱۰) برای متغیر مدل کسب‌وکار (شامل ۳ بعد، ذی نفعان، مشتریان و سود)، پرسشنامه کاپلان و نورتون (۱۹۹۵) برای متغیر عملکرد سازمانی (شامل چهار بعد مالی، فرایندهای داخلی و یادگیری و رشد) مشتری، و پرسشنامه هیل و جونز (۲۰۱۰) برای متغیر مزیت رقابتی (شامل چهار بعد، کیفیت، کارایی، پاسخگویی به مشتریان و نوآوری). روایی پرسشنامه بصورت صوری و با تایید خبرگان صنعت صورت پذیرفت. جهت تعیین میزان قابلیت اعتماد و یا پایایی پرسشنامه این تحقیق نمونه ای بالغ بر ۳۰ نفر از پاسخگویان اخذ گردیده است و سپس با استفاده از نرم افزار *SPSS24* به محاسبه آلفای کرونباخ اقدام شده است (به مقدار ۰.۸۳۲) و مورد تایید قرار گرفت. در این پژوهش ابتدا به بررسی آمار توصیفی و پس از گذر از پیش پردازش داده ها، آمار استنباطی مطرح گردیده است. برای بررسی فرضیات مطرح شده از مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی *PLS* به وسیله‌ی نرم افزار *SMART PLS3* استفاده شده است.

توصیف متغیرهای جمعیت شناختی

به منظور شناخت بهتر ماهیت جامعه مورد مطالعه و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، بررسی توزیع جنسیت، سن، تحصیلات و رتبه شرکت پاسخ دهندگان نمونه آماری به شرح زیر است:

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس جنسیت

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	زن	86	58.1	58.1	58.1
	مرد	62	41.9	41.9	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس سن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	کمتر از 30 سال	36	24.3	24.3	24.3
	31 تا 40 سال	70	47.3	47.3	71.6
	41 تا 50 سال	27	18.2	18.2	89.9
	بیشتر از 50 سال	15	10.1	10.1	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس تحصیلات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دیپلم و فوق دیپلم	18	12.2	12.2	12.2
	لیسانس	46	31.1	31.1	43.2
	فوق لیسانس	59	39.9	39.9	83.1
	دکتری	25	16.9	16.9	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

جدول ۴: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان براساس رتبه شرکت

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	یک	36	24.3	24.3	24.3
	دو	30	20.3	20.3	44.6
	سه	82	55.4	55.4	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

جدول ۵: توصیف متغیرهای پژوهش

	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic	Skewness		Kurtosis	
							Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
مدل کسب و کار	148	1.00	5.00	3.7252	.71908	.517	-.777	.199	.890	.396
دینفعان	148	1.00	5.00	3.8243	.81413	.663	-.878	.199	1.074	.396
منتزبان	148	1.00	5.00	3.7027	.81105	.658	-.794	.199	.474	.396
سود	148	1.00	5.00	3.6486	.97496	.951	-.733	.199	-.039	.396
بهره وری	148	1.74	5.00	3.5925	.70972	.504	-.402	.199	-.022	.396
انریختی	148	1.78	5.00	3.7080	.70847	.502	-.569	.199	-.003	.396
کارایی	148	1.30	5.00	3.4770	.79360	.630	-.370	.199	-.201	.396
مزیت رقابتی	148	1.85	5.00	3.3725	.63045	.397	.044	.199	-.201	.396
کیفیت	148	1.00	5.00	3.3209	.90353	.816	-.146	.199	-.329	.396
نوآوری	148	1.00	5.00	3.3221	.92942	.864	-.243	.199	-.479	.396
باسندگویی به منتزبان	148	1.00	5.00	3.4110	.81311	.661	-.350	.199	-.050	.396
کارکرد سازمان	148	1.75	5.00	3.4358	.68643	.471	.213	.199	.231	.396
عملکرد سازمانی	148	2.04	5.00	3.7808	.54696	.299	-.330	.199	.475	.396
مالی	148	1.50	5.00	3.8682	.69830	.488	-.521	.199	.529	.396
مشتری	148	1.80	5.00	3.6014	.67833	.460	-.249	.199	-.219	.396
فراوندهای داخلی	148	1.75	5.00	3.8716	.67416	.454	-.620	.199	.366	.396
یادگیری و رشد	148	1.75	5.00	3.7821	.65937	.435	-.468	.199	.430	.396
Valid N (listwise)	148									

همانطور که در جدول ۵ مشخص است، میانگین نمرات تمامی متغیرها بیش از ۳ (حد وسط طیف لیکرت ۵ گزینه ای) بدست آمده است و نشان می‌دهد که پاسخ افراد به سمت اعداد بالا (۴ و ۵) میل داشته است. گفتنی است که ضرایب چولگی و کشیدگی متغیرها در بازه امن و قابل قبول قرار داشته و نشان می‌دهد که داده‌های گردآوری شده مطلوب بوده و به نتایج حاصل از آنها قابل تعمیم و استناد می‌باشد. همچنین فراوندهای داخلی دارای بیشترین میانگین و کیفیت و نوآوری دارای کمترین میانگین نمرات می‌باشند.

بررسی نرمال بودن داده‌ها

در این بخش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف ($K-S$) استفاده می‌شود. سطح معناداری کمتر از مقدار خطای ۰,۰۵، نشان از غیرنرمال بودن و سطح معناداری بیش از ۰,۰۵، نشان دهنده نرمال بودن داده‌های آن متغیر می‌باشد.

جدول ۶: نتایج نرمال بودن متغیرهای موجود در پژوهش

نتیجه آزمون	کولموگروف اسمیرنوف		متغیرها
	سطح معناداری	آماره	
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۲۳۷	مالی
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۱۴	مشتری
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۴۳	فراوندهای داخلی
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۷۷	یادگیری و رشد
نرمال	۰,۰۷۷	۰,۰۷	عملکرد سازمانی

کیفیت	۰,۱۳۲	۰,۰۰	غیر نرمال
نوآوری	۰,۱۱۸	۰,۰۰	غیر نرمال
پاسخگویی به مشتریان	۰,۰۷۷	۰,۰۳	غیر نرمال
کارکرد سازمان	۰,۱۲۸	۰,۰۰	غیر نرمال
مزیت رقابتی	۰,۰۴۲	۰,۲۰	نرمال
ذینفعان	۰,۱۴۶	۰,۰۰	غیر نرمال
مشتریان	۰,۱۸۴	۰,۰۰	غیر نرمال
سود	۰,۱۹۵	۰,۰۰	غیر نرمال
مدل کسب و کار	۰,۰۹۷	۰,۰۰۲	غیر نرمال
اثر بخشی	۰,۱۳۲	۰,۰۰	غیر نرمال
کارایی	۰,۰۷۶	۰,۰۳۵	غیر نرمال
بهره وری	۰,۰۶۲	۰,۲۰	نرمال

از بین تمامی متغیرهای موجود در تحقیق فقط سطح معناداری عملکرد سازمانی (۰,۰۷۷)، مزیت رقابتی (۰,۰۲) و بهره‌وری (۰,۲) بیشتر از سطح خطای ۰,۰۵ بوده و نرمال بودن توزیع داده‌ها را نشان می‌دهد.

ضرایب همبستگی پیرسون و اسپیرمن

همبستگی مدل کسب و کار با سایر متغیرها از نوع اسپیرمن بوده و مابقی همبستگی‌ها از نوع پیرسون می‌باشند.

جدول ۷: محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن

		عملکرد سازمانی	مزیت رقابتی	مدل کسب و کار	بهره وری	
Spearman's rho	عملکرد سازمانی	Correlation Coefficient	1.000	.702**	.387**	.777**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	148	148	148	148
	مزیت رقابتی	Correlation Coefficient	.702**	1.000	.527**	.762**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	148	148	148	148
	مدل کسب و کار	Correlation Coefficient	.387**	.527**	1.000	.585**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	148	148	148	148
	بهره وری	Correlation Coefficient	.777**	.762**	.585**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	148	148	148	148

جدول ۸: محاسبه ضریب همبستگی پیرسون

		عملکرد سازمانی	مزیت رقابتی	مدل کسب و کار	بهره وری
عملکرد سازمانی	Pearson Correlation	1	.729**	.427**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	148	148	148	148
مزیت رقابتی	Pearson Correlation	.729**	1	.564**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	148	148	148	148

مدل کسب و کار	Pearson Correlation	.427**	.564**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	148	148	148	148
بهره وری	Pearson Correlation	.795**	.778**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	148	148	148	148

همانطور که در جداول ۷ و ۸ مشاهده می‌شود، بین دو به دوی متغیرهای تحقیق رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به دلیل اینکه سطح معناداری مربوط به روابط کلیه متغیرها کمتر از میزان ۰/۰۵ می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین همه متغیرها همبستگی معنادار در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. لازم به ذکر است همبستگی بین بهره‌وری سازمانی و عملکرد سازمانی (۰/۷۹) بیشتر و همبستگی بین مدل کسب‌وکار و عملکرد سازمانی (۰/۳۸) کمتر از سایر روابط می‌باشد در قسمت آزمون فرضیات ماتریس همبستگی تفسیر شده است.

مدل سازی معادلات ساختاری

با توجه به حجم نمونه ۱۴۸ تایی (کم) و وجود متغیرهایی با توزیع غیر نرمال و وجود چندین سازه با تعداد گویه‌های کمتر از ۳، شرایط استفاده از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار *SMART PLS* فراهم شده است. گفتنی است که تمامی سازه های موجود در مدل از نوع انعکاسی می باشد. تحلیل به روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی دارای سه مرحله اصلی زیر می‌باشد و پس از تایید مدل های مذکور پژوهشگر قادر خواهد بود تا به آزمون فرضیات بپردازد.

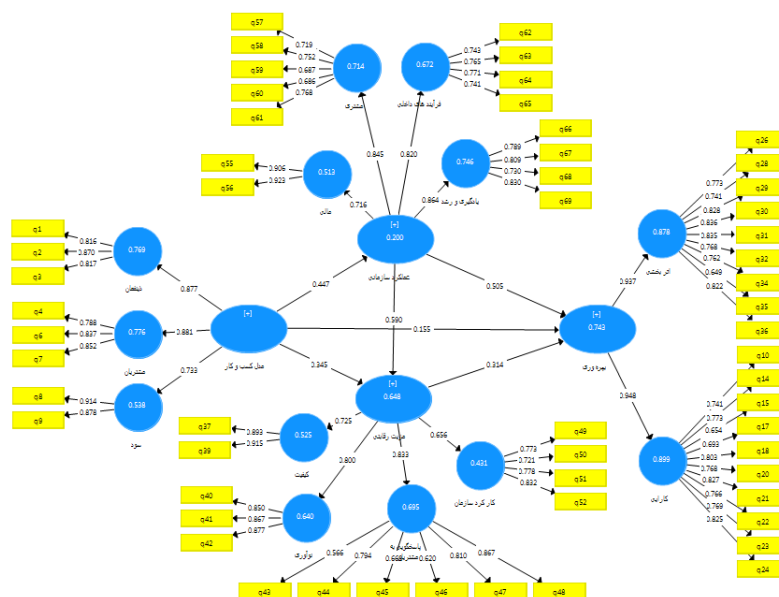
۱) برازش مدل اندازه گیری (۲) برازش مدل ساختاری (۳) برازش مدل کلی

بررسی مدل اندازه گیری

برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری معیارهای زیر استفاده شده است:

- ۱) معناداری بار عاملی بین گویه ها و متغیرهای مکنون مربوط به خود
- ۲) پایایی که توسط ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سنجیده می‌شود.
- ۳) روایی همگرا که با معیار میانگین واریانس استخراج شده (*AVE*) بررسی می‌شود.
- ۴) روایی واگرا که با روش فورنل و لارکر سنجیده می‌شود.

معناداری بارهای عاملی



نمودار ۱: مدل مفهومی با ضرایب استاندارد شده بار عاملی

پس از بررسی مشاهده شد مقدار آماره تی و سطح معناداری بین گویه ها و متغیرهای مکنون مربوط به خودشان در تمامی موارد بترتیب بیشتر از ۱,۹۶ و کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ محاسبه شده است. لذا معناداری روابط بین گویه ها و متغیرهای متناظرشان تایید می شود. همچنین مقدار بار عاملی استاندارد شده برای تمامی سوالات پرسشنامه به ترتیب بیشتر از ۰,۴ می باشد و نیاز به حذف گویه ای در مدل احساس نمی شود.

پایایی (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی)

جدول ۹: نتایج ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی

مرتبۀ	متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha >0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>0.7)
مرتبۀ ۲	عملکرد سازمانی	۰,۸۹	۰,۹۱
مرتبۀ ۱	مالی	۰,۸۰	۰,۹۱
مرتبۀ ۱	مشتری	۰,۷۷	۰,۸۴
مرتبۀ ۱	فرآیندهای داخلی	۰,۷۴	۰,۸۴
مرتبۀ ۱	یادگیری و رشد	۰,۸۰	۰,۸۶
مرتبۀ ۲	مزیت رقابتی	۰,۸۶	۰,۸۹
مرتبۀ ۱	کیفیت	۰,۷۷	۰,۸۹
مرتبۀ ۱	نوآوری	۰,۸۳	۰,۸۹
مرتبۀ ۱	پاسخگویی به مشتریان	۰,۸۱	۰,۸۶
مرتبۀ ۱	کارایی (کارکرد سازمان)	۰,۷۹	۰,۸۵
مرتبۀ ۲	مدل کسب و کار	۰,۸۵	۰,۸۹
مرتبۀ ۱	ذینفعان	۰,۷۸	۰,۸۷
مرتبۀ ۱	مشتریان	۰,۷۶	۰,۸۶
مرتبۀ ۱	سود	۰,۷۵	۰,۸۹
مرتبۀ ۲	بهره وری	۰,۹۵	۰,۹۵
مرتبۀ ۱	اثر بخشی	۰,۹۱	۰,۹۳
مرتبۀ ۱	کارایی	۰,۹۲	۰,۹۳

همانطور که در جدول ۹ ملاحظه مشاهده می شود، مقدار ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی سازه های پژوهش در بازه مورد قبول می باشند.

روایی همگرا (AVE)

جدول ۱۰: نتایج بررسی روایی همگرا با معیار AVE

متغیرهای پژوهش	AVE > 0.5	متغیرهای پژوهش	AVE > 0.5
عملکرد سازمانی	۰,۶۶۱	کارایی (کارکرد سازمان)	۰,۶۰۴
مالی	۰,۸۳۷	مدل کسب و کار	۰,۶۹۴
مشتری	۰,۵۲۳	ذینفعان	۰,۶۹۷
فرآیندهای داخلی	۰,۵۷۰	مشتریان	۰,۶۸۳
یادگیری و رشد	۰,۶۲۵	سود	۰,۸۰۳
مزیت رقابتی	۰,۵۷۲	بهره وری	۰,۸۸۴

۰,۶۱۱	اثربخشی	۰,۸۱۷	کیفیت
۰,۵۸۳	کارایی	۰,۷۴۸	نوآوری
		۰,۵۳۱	پاسخگویی به مشتریان

همانطور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، می‌توان گفت که تمامی سازه‌های تحقیق در حد مناسب بوده و مطلوبیت مدل‌های اندازه‌گیری را تایید می‌نماید.

روایی واگرا (روش فورنل و لارکر)

جدول ۱۱: نتایج روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرهای مرتبه اول	مالی	مشتری	فرآیندهای داخلی	یادگیری و رشد	کیفیت	نوآوری	پاسخگویی به مشتریان	کارکرد سازمان	ذینفعان	مشتریان	سود	اثربخشی	کارایی
مالی	۰,۹۱												
مشتری	۰,۴۸	۰,۷۲											
فرآیندهای داخلی	۰,۵۱	۰,۵۷	۰,۷۶										
یادگیری و رشد	۰,۵۴	۰,۶۰	۰,۶۱	۰,۷۹									
کیفیت	۰,۳۸	۰,۵۰	۰,۳۷	۰,۴۳	۰,۹۰								
نوآوری	۰,۳۹	۰,۶۱	۰,۴۱	۰,۵۰	۰,۵۰	۰,۸۶							
پاسخگویی به مشتریان	۰,۳۶	۰,۵۵	۰,۳۹	۰,۵۶	۰,۴۵	۰,۵۳	۰,۷۳						
کارکرد سازمان	۰,۴۲	۰,۴۵	۰,۴۵	۰,۴۷	۰,۴۵	۰,۴۰	۰,۳۲	۰,۷۸					
ذینفعان	۰,۲۱	۰,۴۴	۰,۲۶	۰,۳۵	۰,۳۴	۰,۴۴	۰,۵۵	۰,۲۲	۰,۸۳				
مشتریان	۰,۲۷	۰,۳۸	۰,۱۸	۰,۳۹	۰,۴۰	۰,۳۸	۰,۶۱	۰,۰۹	۰,۶۵	۰,۸۳			
سود	۰,۲۴	۰,۳۰	۰,۱۶	۰,۲۹	۰,۲۹	۰,۳۷	۰,۴۵	۰,۱۷	۰,۴۸	۰,۵۰	۰,۹۰		
اثربخشی	۰,۴۴	۰,۶۸	۰,۵۸	۰,۵۷	۰,۵۴	۰,۵۷	۰,۶۱	۰,۴۱	۰,۴۴	۰,۴۹	۰,۳۸	۰,۷۸	
کارایی	۰,۵۳	۰,۶۳	۰,۶۶	۰,۶۷	۰,۶۰	۰,۵۹	۰,۶۳	۰,۵۱	۰,۴۴	۰,۵۲	۰,۴۱	۰,۶۸	۰,۷۶

همانطور که در جدول ۱۱ مشاهده می‌شود، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آنها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است. از اینرو می‌توان اظهار داشت که در مدل‌های فوق، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با سوالات خود دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان دیگر روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

بررسی مدل ساختاری

معیارهای سنجش مدل ساختاری به شرح زیر است:

- ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن (مقادیر t -value)
- شاخص ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون درون زا
- شاخص ارتباط پیش بین Q^2
- معیار اندازه اثر (f^2)

جدول ۱۲: نتایج شاخصها و معیارهای مدل‌های ساختاری

f^2	Q^2 متغیر وابسته	R^2 متغیر وابسته	سطح معناداری	T_value	β	مسیر: متغیر مستقل ← متغیر وابسته
-	۰,۰۷۲	۰,۲۰	۰,۰۰	۶,۵۲۲	۰,۴۴۷	مدل کسب و کار ← عملکرد سازمانی
۰,۰۶	۰,۳۵۹	۰,۷۴۳	۰,۰۰۲	۳,۱۳۹	۰,۱۵۵	مدل کسب و کار ← بهره‌وری
۰,۲۷	۰,۲۱۱	۰,۶۴۸	۰,۰۰	۵,۶۳۵	۰,۳۴۵	مدل کسب و کار ← مزیت رقابتی
۰,۷۹	۰,۲۱۱	۰,۶۴۸	۰,۰۰	۹,۶۴۱	۰,۵۹۰	عملکرد سازمانی ← مزیت رقابتی
۰,۴۴	۰,۳۵۹	۰,۷۴۳	۰,۰۰	۶,۰۲۶	۰,۵۰۵	عملکرد سازمانی ← بهره‌وری
۰,۱۳۵	۰,۳۵۹	۰,۷۴۳	۰,۰۰	۳,۷۳۸	۰,۳۱۴	مزیت رقابتی ← بهره‌وری

همانطور که در جدول ۱۲ ملاحظه می‌شود، مقادیر t محاسبه شده بین تمامی متغیرهای مستقل و وابسته موجود در مدل بزرگتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح ۹۵ درصد معنادار هستند و عبارتی مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می‌دهد. مقادیر R^2 برای متغیرهای درون‌زای اصلی عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی و بهره‌وری بترتیب برابر با ۰,۲۰، ۰,۶۴۸ و ۰,۷۴۳ و در حد بسیار مناسبی قرار دارد. عبارتی مقدار R^2 برای عملکرد سازمانی نشان‌دهنده این مفهوم است که مدل کسب‌وکار توانسته ۲۰ درصد از تغییرات عملکرد سازمانی را پیش‌بینی کند و مابقی تغییرات آن وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است. مقدار Q^2 برای متغیرهای درون‌زای عملکرد سازمانی (۰,۰۷۲)، مزیت رقابتی (۰,۲۱۱) و بهره‌وری (۰,۳۵۹) مثبت و در سطح مطلوب محاسبه شده است. می‌توان اظهار نظر کرد که این معیار برای متغیرهای مذکور در سطح بسیار مناسبی قرار دارد و نشان می‌دهد که قدرت پیش‌بینی مدل در خصوص این متغیر در حد بسیار مطلوبی می‌باشد. از بین متغیرهای موجود در تحقیق فقط بهره‌وری و مزیت رقابتی بوده‌اند که بیش از یک فلش به سمت آنها ترسیم شده و به همین علت می‌توان شاخص f^2 را برای این متغیرها محاسبه کرد که نتایج آن در جدول ۱۲ آمده است و می‌توان اظهار کرد در حد مناسب و قابل قبول می‌باشد.

بررسی مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌شود و با تایید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل خواهد شد. برای بررسی برازش مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF وجود دارد که از فرمول زیر محاسبه می‌گردد.

(۱)

$$GOF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

مقدار میانگین مقادیر اشتراکی ($Communalities$) مقدار ۰,۳۷۸ و میانگین مقادیر R^2 برابر ۰,۶۴۹ بدست آمده است و با توجه به فرمول مقدار معیار GOF معادل ۰/۴۹۵ بدست آمد که با توجه به دسته‌بندی مذکور نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق است. معیار بالای GOF مدل کلی را با قدرت تایید کرده و اجازه ورود به بخش بررسی فرضیات صادر می‌گردد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه اول:** مدل کسب‌وکار بر بهره‌وری سازمانی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.
- فرضیه دوم:** مدل کسب‌وکار بر عملکرد سازمانی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.
- فرضیه سوم:** مدل کسب‌وکار بر مزیت‌رقابتی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.
- فرضیه چهارم:** عملکرد سازمانی بر مزیت رقابتی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.
- فرضیه پنجم:** مزیت رقابتی بر بهره‌وری سازمانی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.
- فرضیه ششم:** عملکرد سازمانی بر بهره‌وری سازمانی در سازمان‌های مشاوره مدیریت اثر معناداری دارد.

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

جدول ۱۳: آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه	همبستگی اسپیرمن		سطح معناداری	مقدار تی (t-value)	ضریب مسیر (B)	فرضیات
	sig	r				
تایید	۰,۰۰	۰,۵۸	۰,۰۰۲	۳,۱۳۹	۰,۱۵۵	مدل کسب و کار ← بهره وری
تایید	۰,۰۰	۰,۳۸	۰,۰۰	۶,۵۲۲	۰,۴۴۷	مدل کسب و کار ← عملکرد سازمانی
تایید	۰,۰۰	۰,۵۲	۰,۰۰	۵,۶۳۵	۰,۳۴۵	مدل کسب و کار ← مزیت رقابتی
تایید	۰,۰۰	۰,۷۲	۰,۰۰	۹,۶۴۱	۰,۵۹۰	عملکرد سازمانی ← مزیت رقابتی
تایید	۰,۰۰	۰,۷۷	۰,۰۰	۳,۷۳۸	۰,۳۱۴	مزیت رقابتی ← بهره وری
تایید	۰,۰۰	۰,۷۹	۰,۰۰	۶,۰۲۶	۰,۵۰۵	عملکرد سازمانی ← بهره وری

فرضیه اول: تاثیر مدل کسب و کار بر بهره وری با ضریب بتای $0/155$ و مقدار آماره t ، $3,139$ و سطح معناداری $0,002$ معنادار می باشد. عبارتی چون مقدار آماره t این مسیر بیشتر از قدر مطلق $1/96$ و سطح معناداری مسیر کمتر از $0,05$ می باشد فرضیه این قسمت مبنی بر وجود تاثیر مدل کسب و کار بر بهره وری با احتمال 95 درصد معنادار می باشد. چون مقدار ضریب بتای بین این سازه ها مثبت بدست آمده است، می توان نتیجه گرفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در مدل کسب و کار، بهره وری به اندازه $0/155$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر ذکر شده برابر با مقدار $0,58$ شده است و با توجه به سطح معناداری $0/000$ می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنی دار وجود دارد، در نتیجه فرض اول مبنی بر وجود ارتباط بین مدل کسب و کار و بهره وری پذیرفته می شود. بنابراین فرضیه اول تحقیق نیز تایید می شود.

فرضیه دوم: ضریب مسیر به میزان $0,447$ برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t -value) برابر با $6,522$ و از $1/96$ بیشتر می باشند و سطح معناداری کمتر از $0,05$ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای $0/05$ معنادار است؛ یعنی مدل کسب و کار بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات مدل کسب و کار، شاهد افزایش در نمرات عملکرد سازمانی به اندازه $0,447$ انحراف استاندارد خواهیم بود. مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر ذکر شده (مدل کسب و کار و عملکرد سازمانی) برابر با مقدار $0,38$ و معنادار می باشد و بار دیگر وجود ارتباط بین مدل کسب و کار و عملکرد سازمانی را نشان می دهد. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده می توان فرضیه دوم تحقیق مبنی بر وجود تاثیر مدل کسب و کار بر عملکرد سازمانی با احتمال 95 درصد تایید می شود.

فرضیه سوم: تاثیر مدل کسب و کار بر مزیت رقابتی با ضریب بتای $0/345$ و مقدار آماره t ، $5,635$ معنادار می باشد. عبارتی چون مقدار آماره t این مسیر بیشتر از قدر مطلق $1/96$ و سطح معناداری کمتر از $0,05$ می باشد فرضیه این قسمت مبنی بر وجود تاثیر مدل کسب و کار بر مزیت رقابتی با احتمال 95 درصد معنادار می باشد. چون مقدار ضریب بتای بین این سازه ها مثبت بدست آمده است، می توان نتیجه گرفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در مدل کسب و کار، مزیت رقابتی اندازه $0/345$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر ذکر شده برابر با مقدار $0,52$ شده است و با توجه به سطح معناداری $0/000$ می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنی دار وجود دارد، در نتیجه فرض سوم مبنی بر وجود ارتباط بین مدل کسب و کار و مزیت رقابتی پذیرفته می شود. بنابراین فرضیه سوم تحقیق نیز تایید می شود.

فرضیه چهارم: تاثیر عملکرد سازمانی بر مزیت رقابتی با ضریب بتای $0/590$ و مقدار آماره t ، $9,641$ و سطح معناداری صفر، معنادار می باشد. عبارتی چون مقدار آماره t این مسیر بیشتر از قدر مطلق $1/96$ و سطح معناداری مسیر کمتر از $0,05$ می باشد فرضیه این قسمت مبنی بر وجود تاثیر عملکرد سازمانی بر مزیت رقابتی با احتمال 95 درصد معنادار می باشد. چون مقدار ضریب بتای بین این سازه ها مثبت بدست آمده است، می توان نتیجه گرفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی به اندازه $0/590$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر ذکر شده برابر با مقدار ۰,۷۲ شده است و با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌توان نتیجه گرفت که همبستگی معنی دار وجود دارد، در نتیجه فرض چهارم مبنی بر وجود ارتباط بین عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی پذیرفته می‌شود. بنابراین فرضیه چهارم تحقیق نیز تایید می‌شود.

فرضیه پنجم: تاثیر مزیت رقابتی بر بهره‌وری با ضریب بتای ۰/۳۱۴ و مقدار آماره t ، ۳,۷۳۸ و سطح معناداری ۰,۰۰۰ معنادار می‌باشد. عبارتی چون مقدار آماره t این مسیر بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ و سطح معناداری مسیر کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد فرضیه این قسمت مبنی بر وجود تاثیر مزیت رقابتی بر بهره‌وری با احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. چون مقدار ضریب بتای بین این سازه‌ها مثبت بدست آمده است، می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش یک انحراف استاندارد در مزیت رقابتی، بهره‌وری به اندازه ۰/۳۱۴ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر ذکر شده برابر با مقدار ۰,۷۷ شده است و با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌توان نتیجه گرفت که همبستگی معنی دار وجود دارد، در نتیجه فرض پنجم مبنی بر وجود ارتباط بین مزیت رقابتی و بهره‌وری پذیرفته می‌شود. بنابراین فرضیه پنجم تحقیق نیز تایید می‌شود.

فرضیه ششم: بررسی ضریب اثر عملکرد سازمانی بر بهره‌وری در جدول فوق نشان می‌دهد که این ضریب مسیر به میزان ۰,۵۰۵ برآورد شده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t -value) برابر با ۶,۰۲۶ و از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشند و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است، یعنی عملکرد سازمانی بر بهره‌وری تاثیر مثبت و معناداری دارد. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات عملکرد سازمانی، شاهد افزایش در نمرات بهره‌وری به اندازه ۰,۵۰۵ انحراف استاندارد خواهیم بود. مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر ذکر شده (عملکرد سازمانی و بهره‌وری) برابر با مقدار ۰,۷۹ و معنادار می‌باشد و بار دیگر وجود ارتباط بین عملکرد سازمانی و بهره‌وری را نشان می‌دهد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان فرضیه ششم تحقیق مبنی بر وجود تاثیر عملکرد سازمانی بر بهره‌وری با احتمال ۹۵ درصد تایید می‌شود.

فرضیه کلی: فرضیه کلی به این می‌پردازد که مدل کسب و کار بصورت غیرمستقیم می‌تواند بر بهره‌وری تاثیر معناداری دارد. جهت بررسی فرضیه کلی مسیرهای غیر مستقیم مدل کسب‌وکار که به بهره‌وری ختم می‌شود، در نظر گرفته شده است. همانطور که در مدل مفهومی تحقیق می‌توان یافت، مدل کسب‌وکار از سه مسیر زیر می‌تواند بر بهره‌وری اثر گذار باشد:

۱- مدل کسب‌وکار ← عملکرد سازمانی ← بهره‌وری

۲- مدل کسب‌وکار ← عملکرد سازمانی ← مزیت رقابتی ← بهره‌وری

۳- مدل کسب‌وکار ← مزیت رقابتی ← بهره‌وری

نتایج مربوط به فرضیه کلی تحقیق در جدول ۱۴ آمده است.

جدول ۱۴: بررسی فرضیه کلی

تاثیر مدل کسب‌وکار بر بهره‌وری		مسیر
تاثیر غیر مستقیم کل	تاثیر از طریق مسیر مربوطه	
0.226 + 0.083 + 0.109 = 0.418	$0.447 \times 0.505 = 0.226$	مدل کسب‌وکار ← عملکرد سازمانی ← بهره‌وری
	$0.447 \times 0.59 \times 0.314 = 0.083$	مدل کسب‌وکار ← عملکرد سازمانی ← مزیت رقابتی ← بهره‌وری
	$0.345 \times 0.314 = 0.109$	مدل کسب‌وکار ← مزیت رقابتی ← بهره‌وری

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، شدت تاثیر مدل کسب‌وکار بر بهره‌وری که کاملاً بصورت غیر مستقیم بوده و از مسیرهای فوق‌الذکر این اتفاق افتاده برابر ۰,۴۱۸ برآورد شده است. لذا اینگونه استنباط می‌شود که با افزایش یک انحراف استاندارد در مدل کسب‌وکار شاهد افزایش در بهره‌وری بصورت غیر مستقیم به اندازه ۰,۴۱۸ انحراف استاندارد خواهیم بود.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش مدل کسب و کار بر بهره‌وری سازمانی با میانجی‌گری عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی در سازمانهای مشاوره مدیریت می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شرکتهای ارائه دهنده خدمات مشاوره مدیریت می‌باشند. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش حاضر می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه داد:

بر اساس یافته‌های حاصل از فرضیات پژوهش، می‌توان به مدیران سازمانهای مشاوره مدیریت پیشنهاد داد در ابتدای امر شیوه کسب و کار و نحوه ارتباطات و تعاملات خود را مشخص کرده و مدل کسب و کار سازمان خود را در راستای راهبردهای سازمانی تدوین نمایند. با توجه به اینکه بیشترین مقدار ضرایب همبستگی بین بهره‌وری - عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی - بهره‌وری سازمانی وجود دارد، می‌توان پیشنهاد داد با بهبود فرایندهای داخلی، افزایش یادگیری و رشد کارکنان، سعی در افزایش عملکرد مالی سازمان و جلب رضایت مشتریان و همچنین با رصد دائم بازار و شناخت حیطه کسب و کاری خود با ایجاد مزیت رقابتی پویا در افزایش بهره‌وری سازمان خود نقش مهمی داشته باشند. باتوجه به ضرایب عاملی بالای اثربخشی و کارایی، هردو به میزان نسبتاً مشابه بر بهره‌وری سازمانی تاثیر می‌گذارند. سازمانها می‌بایست با بکارگیری پرسنل متخصص، آموزش مداوم و ترغیب کارکنان و همچنین رویه‌های کاری و منابع مناسب در جهت بهبود بهره‌وری خود گام بردارند. در خصوص مدل کسب و کار میزان ضرایب عاملی در بعد مشتریان و ذی نفعان نسبت به سود مقادیر بالاتری دارند. بنابراین می‌بایست نسبت به رضایت مشتری، بررسی نیازها و کانالهای ارتباطی با مشتریان توجه بیشتری داشت. درخصوص مزیت رقابتی به ترتیب اولویت می‌توان بر روی پاسخگویی بر مشتریان، نوآوری و کیفیت در ارائه خدمات و در درجه آخر بر روی کارایی تمرکز داشت. پس از بررسی نتایج حاصل از ضرایب عاملی عملکرد سازمانی، رشد و یادگیری پرسنل، تمرکز بر مشتری، فرایندهای داخلی سازمان و در آخر سود دارای اولویت هستند و می‌بایست مورد توجه قرار بگیرند.

پس از بررسی ضرایب مسیر مشاهده می‌گردد بیشترین مقادیر بین عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی و سپس عملکرد سازمانی و بهره‌وری سازمانی می‌باشد. بدین منظور با بهبود در عملکرد سازمان می‌توان تاثیرات مثبت بیشتری بر مزیت رقابتی و بهره‌وری سازمان داشت. در انتها مجدداً تاکید می‌گردد جهت تحقق کلیه اهداف پیشنهاد می‌گردد که با ترغیب و افزایش دانش کارکنان، آنان را در راستای اهداف شرکت همسو نمایند.

منابع و مراجع

- [۱] مهری، ع.، خداداد حسینی، ح.، ۱۳۸۴، طراحی مدل مزیت رقابتی برای صنعت خودرو ایران، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۹، شماره ۲، صص: ۲۱۲-۱۸۹
- [۲] ترابی، ا.، شکرزاده، م.، فیضی، ج.، ۱۳۹۵، بررسی تاثیر عوامل ایجاد کننده مزیت رقابتی بر عملکرد سازمانی در بانک های خصوصی، چهارمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی
- [۳] داودنیا، د.، عباس پور، ف.، فرزین مهر، ب.، ۱۳۹۵، بررسی تأثیر آمادگی فناوری بر عملکرد سازمانی از طریق پذیرش فناوری، نشریه فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۲۹، بهار ۹۵
- [۴] شجاعی، س.، جمالی، غ.، منطقی، ن.، ۱۳۹۵، شناسایی عوامل موثر بر بهره وری نیروی انسانی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، سال هشتم، شماره ۲، (شماره پیاپی ۲۴)، تابستان ۱۳۹۵، صص: ۱۶۱-۱۸۱
- [۵] حیدری، ع.، سید کلالی، ن.، ۱۳۹۵، ارایه مدل مزیت رقابتی شرکتهای مشاوره مدیریت براساس نظریه قابلیت های پویا، مجله مدیریت بازرگانی، دور ۸، شماره ۲، صص: ۳۳۷-۳۱۸
- [۶] عظیمی، ح.، بیات، م.، بطحائی، م.، ۱۳۹۳، مدیریت عملکرد و تاثیر آن بر افزایش بهره وری نیروی انسانی، کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت، ۱۳۹۳
- [7] Ranjith, V. K . (2016). "Business Models and Competitive Advantage". Journal of Procedia Economics and Finance. Vol.37, PP.203-207
- [8] Aureli,S., Giampaoli,D. Ciambotti, M., Bontis, N., (2018). "Key factors that improve knowledge-intensive business processes which lead to competitive advantage", Business Process Management Journal, Vol. 24, Issue.4, PP. 965-984
- [9] Purkayastha, A. (2016). "Gaining competitive advantage through the right business model: analysis based on case studies". Emerald Group Publishing Limited. Vol. 9, Issue. 2, PP.138-155
- [10] Visnjic, I., Wiengarten, Fr. Neely, A. (2014). "Only the Brave: Product Innovation, Service Business Model Innovation, and Their Impact on Performance. Product Innovation Management. Vol.33. Issue.1, PP. 36-52
- [11] Cosenz, F., Noto,G., (2017). "A dynamic business modeling approach to design and experiment new business venture strategies". Long Range Planning . Vol.51. Issue.1. PP.127-140
- [12] May, G., Kiritsis,D. (2017). "Business Model for energy efficiency in manufacturing". Journal of Procedia CIRP. Vol.61, pp. 410-415
- [13] Haggège,M., Gauthier,C., Rüling, C. (2017). "Business model performance: five key drivers". Journal of Business Strategy, Vol. 38, Issue: 2, PP.6-15
- [14] Fritsch, Micheal. And Changoluisa, Javier. (2017). New business formation and the productivity of manufacturing incumbents: Effects and mechanism. Journal of Business Venturing. Vol. 32. Issue.3. 237-259
- [15] Osotimehin, S. (2019). "Aggregate productivity and the allocation of resources over the business cycle". Review of Economic Dynamics. Vol. 32, PP: 180-205
- [16] Brenk, S., Burmeister, Ch., Luettgens, D., T. Piller, F. (2018). "Value Creation Openness: A new Perspective on Business Model Design and Competitive Advantage". Academy of Management Proceedings. Vol. 2018, No. 1