

بازشناسی نظریه مزیت رقابتی: روایت پژوهی زندگی نامه لئونل مسی

نیما اسکندرنیا^۱^۱ گروه آموزشی مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی شعبه علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۹

Recognizing competitive advantage theory: Narrative research of Lionel Messi's biography

Nima Eskandarinia¹¹ Department of Public Management, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

Received: (30/07/2021)

Accepted: (29/08/2021)

شناسه یکتا: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.27170837.1400.2.2.6.4>

Abstract

Competitive advantage theories are faced with a wide variety of perspectives, including resource-based view, industrial organization perspective, transaction cost approach, entrepreneurship approach, and finally behavioral economics, each of which has its own paradigms. Each paradigm attributed the reason for the success of organizations to different factors. The purpose of this study is to explore theories of competitive advantage and achieve a new approach with the help of Lionel Messi's life biography to create a new and different insight into competitive advantage. In this paper, the method of phonetic iterative research, which has an inductive-deductive approach and at the same time uses first-hand data as well as existing theoretical frameworks, to construct new theories. First, data related to the life of Lionel Messi are extracted from his biography, this data is coded in two stages, then it is linked to existing and related theories and concepts, and finally through Combining and interpreting codes, a new theory of competitive advantage has emerged. The findings of this study show that competitive advantage is a matter beyond existing resource-based view, industrial organization and behavioral theories, and includes sociological theories, including the Pygmalion effect, symbolic interactionism, social sensemaking, social support, habitus, and romantic rationality. The new theory of competitive advantage is completely different from existing theories, both in nature, ie, the presentation of the sociological concepts of competitive advantage, and in terms of the level of analysis, that is, attention to the sociological level of the organization.

Keywords

Competitive Advantage, sociological Approach, Lionel Messi

چکیده

نظریه‌های مزیت رقابتی، با طیف وسیعی از دیدگاه‌های متنوع از جمله دیدگاه مبتنی بر منابع، دیدگاه مبتنی بر صنعت، رویکرد هزینه مبادله، رویکرد نوآوری و کارآفرینی و نهایتاً اقتصاد رفتاری مواجه شده‌اند که هر یک از این پارادایم‌ها، دلیل موفقیت سازمان‌ها را به عوامل متفاوتی نسبت داده‌اند. هدف از این پژوهش، واکاوی نظریه‌های مزیت رقابتی و دستیابی به رویکردی نوین به کمک روایت پژوهی داستان زندگی لئونل مسی می‌باشد تا از این طریق، بینش جدیدی و متفاوتی در مورد مزیت رقابتی ایجاد شود. در این مقاله از روش پژوهش تکرارپذیر تجربی، که رویکردی استقرایی-قیاسی دارد و همزمان از داده‌های دست اول و همچنین چارچوب‌های نظری موجود، برای ساخت نظریه‌ای جدید بهره می‌برد، استفاده شده است. ابتدا داده‌های مرتبط با زندگی لئونل مسی از کتاب زندگی‌نامه او استخراج شده‌اند، این داده‌ها دو مرحله کدگذاری شده‌اند، سپس با نظریه‌ها و مفاهیم موجود و مرتبط، پیوند خورده‌اند و نهایتاً از طریق ترکیب و تفسیر کدها، نظریه جدید مزیت رقابتی شکل گرفته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که مزیت رقابتی، موضوعی فراتر از رویکردهای موجود مبتنی بر منابع، مبتنی بر صنعت و نظریه‌های رفتاری می‌باشد و دربرگیرنده نظریه‌های جامعه‌شناسی، از جمله اثر پیگمالیون، تعامل-گرایی نمادین، حسگری اجتماعی، حمایت اجتماعی، عادت‌واره‌ها و عقلانیت عاشقانه می‌باشد. نظریه جدید مزیت رقابتی، هم به لحاظ ماهیت، یعنی ارائه مفاهیم جامعه‌شناسی مزیت رقابتی و هم به لحاظ سطح تحلیل، یعنی توجه به سطح جامعه‌شناختی سازمان، با نظریه‌های موجود، کاملاً تفاوت دارد.

واژه‌های کلیدی

مزیت رقابتی، رویکرد جامعه‌شناسی، لئونل مسی

مقدمه

نظریه‌های مزیت رقابتی^۱ سازمان با انبوهی از رویکردها، شامل دیدگاه مبتنی بر منابع^۲، سازمان صنعتی^۳، رویکرد هزینه مبادله^۴، رویکرد کارآفرینی^۵ و رویکرد رفتاری^۶ مواجه می‌باشند (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸: ۱-۲۰). دیدگاه مبتنی بر منابع که مرتبط با اندیشه‌های پنروز (۱۹۵۹)، بارنی (۱۹۹۱)، پتراف (۱۹۹۳)، روملت (۱۹۹۷) و ورنرفلت (۱۹۹۷) می‌باشد (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸؛ برومایلی و راو، ۲۰۱۴) دلیل موفقیت سازمان را به منابع ارزشمند، کمیاب و تقلیدناپذیر سازمان نسبت می‌دهد (برومایلی و راو، ۲۰۱۴: ۵-۲۵) و ادعا می‌کند که سازمان‌ها باید به دنبال ساختن مزیت رقابتی پایدار غیرقابل تقلید باشند (پاول، ۲۰۱۷: ۱۶۳). دیدگاه سازمان صنعتی یا رویکرد مبتنی بر بازار که مورد حمایت میسون (۱۹۳۹)، بین (۱۹۵۶) و پورتر (۲۰۰۴) می‌باشد در نقطه مقابل رویکرد مبتنی بر بازار قرار دارد و دلیل موفقیت سازمان را به نیروهای رقابتی خارج از سازمان از جمله ساختار صنعت، شرایط رقابتی، قدرت چانه زنی تامین کنندگان، قدرت چانه زنی خریداران، موانع ورود به صنعت و محصولات جایگزین نسبت می‌دهد (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸؛ پاول، رحمان و استاریاک، ۲۰۱۰؛ پاول، ۱۹۹۶). در کنار دو رویکرد اصلی مبتنی بر منابع و سازمان صنعتی (برومایلی و راو، ۲۰۱۴: ۵-۲۵) رویکردهای هزینه مبادله که ریشه در اندیشه‌های کوز (۱۹۳۷)، جنسن و مک‌لینگ (۱۹۷۶) و ویلیامسون (۱۹۷۹) دارد و علت موفقیت سازمان را به هزینه‌های مبادلات نسبت می‌دهد (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸: ۱-۲۰) و همچنین رویکرد نوآورانه شومپیتر (۱۹۳۴-۱۹۵۴) که ادعا می‌کند موفقیت‌ها ناشی از نوآوری-های کارآفرینانه و فرصت‌طلبی هستند (پاول، رحمان و استاریاک، ۲۰۱۰: ۳۱۳-۳۵۱) شکل گرفتند.

علیرغم تنوع زیاد این رویکردها، همه آن‌ها، نگاهی فراعقلایی ایده‌آل‌گرا به تصمیم‌گیرندگان سازمانی دارند (برومایلی و راو، ۲۰۱۴: ۵-۲۵) و نشأت گرفته از مفروضات اقتصادی و منطقی هستند (پاول، ۲۰۱۷: ۱۷۰). بنابراین مفروضات واقعی در مورد تصمیم‌گیرندگان سازمانی از جمله فرض عقلانیت محدود را

نادیده می‌گیرند (پاول، ۲۰۱۸: ۱۵۳). در واکنش به نگاه ایده-آل‌گرا، عقلایی و اقتصادی محض در مورد مزیت رقابتی، رویکرد جدیدی تحت عنوان رویکرد رفتاری به مزیت رقابتی شکل گرفت که مفروضات واقعی‌تری از جمله عقلانیت محدود، انتخاب‌های رضایت‌بخش، محدودیت زمان و منابع در تصمیم‌گیری‌ها، وجود اهداف چندگانه متناقض، تضاد منافع، سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری‌ها و نقش انگیزش و یادگیری سازمانی را مدنظر قرار داده و از شرایط ایده‌آل، آرمانی و بهینه فاصله گرفته است (برومایلی و راو، ۲۰۱۴: ۱۵). در سیر تحول نظریه‌های مزیت رقابتی، فاصله گرفتن از عقلانیت ایده‌آل‌گرا مشهود است، اما در رویکردهای رفتاری نیز خلاء توجه به سطح تحلیل بافت جامعه‌شناسی ایجاد مزیت رقابتی احساس می‌شود (پاول، لوالو و فاکس، ۲۰۱۱: ۱۳۷۳). به عنوان مثال در یک پژوهش جدید، گیسون، گیسون و وبستر (۲۰۲۱: ۳-۱۵) ادعا کرده‌اند که در نظریه‌های مزیت رقابتی باید به جنبه جامعه‌شناسی مزیت رقابتی نیز توجه شود. این سه پژوهشگر در مقاله خود به اهمیت نگرش جامعه-شناسانه به مزیت رقابتی اشاره کرده‌اند و پیشنهاد پژوهش‌های آتی بیشتر در مورد بررسی امکان تحلیل جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی در کنار تحلیل‌های روانشناسی و رفتار سازمانی مزیت رقابتی را ارائه داده‌اند. از طرف دیگر در پژوهشی جدیدی، با بهره‌گیری از تحلیل جامعه‌شناسانه، موفقیت لئونل مسی^۷ که یکی از برجسته‌ترین فوتبالیست‌ها می‌باشد، مورد بررسی قرار گرفته است که بر اساس یافته‌های این پژوهش، به کمک نظریه جامعه‌شناسی تعامل‌گرایی نمادین، می‌توان موفقیت‌های لئونل مسی را توصیف نمود (سگورا میلان ترجو و ویلیامز، ۲۰۲۰: ۳۵۶-۳۷۰).

بنابراین از یک طرف گیسون، گیسون و وبستر (۲۰۲۱: ۳-۱۵)، توصیه کرده‌اند که به رویکرد جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی توجه شود و از طرف دیگر موفقیت لئونل مسی را می‌توان به تحلیل جامعه‌شناسانه نسبت داد (سگورا میلان ترجو و ویلیامز، ۲۰۲۰: ۳۵۶-۳۷۰). پس این پژوهش قصد دارد از طریق روایت‌پژوهی داستان زندگی مسی به تبیین رویکرد نوین مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی بپردازد. با توجه به اینکه استفاده از روش روایت‌پژوهی در مطالعات مدیریت استراتژیک، متداول است (داگنیو و سینیسسی، ۲۰۱۶؛ سانتوس، تورتو و

¹ Competitive advantage

² Resource-based view

³ Industrial organization

⁴ Transaction cost

⁵ Entrepreneurship

⁶ Behavioral

^۷ Lionel Messi

آنلاین ۶۶ مدیر و سپس تحلیل آماری داده‌ها، مشخص شد که توانمندسازی ساختاری منجر به رفتارهای نوآورانه می‌شود که این امر می‌تواند منجر به مزیت رقابتی سازمان بشود (دیکسون و پوسپارینی، ۲۰۲۰: ۲۲۹).

یافته‌های جدیدترین پژوهش‌های انجام شده در زمینه مزیت رقابتی با نگرش مبتنی بر منابع، حاکی از اهمیت نقش مدیریت سرمایه‌های انسانی، شایستگی‌های مدیریتی، مدیریت مشارکتی و استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی هستند. به عنوان مثال، در یکی از مطالعات که از طریق مرور مبانی نظری و تجربی، انجام شده است این نتیجه حاصل شد که سرمایه‌های فکری با نقش میانجی نوآوری، منجر به خلق مزیت رقابتی می‌شود (اوبیدات و دیگران، ۲۰۲۱: ۱۳۳۹). در پژوهشی دیگر که به کمک مصاحبه ساختاریافته با ۲۲ مدیر در کشور نیجریه و سپس تحلیل همبستگی و رگرسیون داده‌ها، انجام شد، بر تاثیر نقش شایستگی‌های مدیریتی در شکل‌گیری مزیت رقابتی اشاره شده است (اولافنوا، اوجیکوتو و اوئی، ۲۰۲۱: ۵۴-۷۷). سیرافاته‌ها و همکارانش نیز از طریق پیمایش و تحلیل آماری کارکنان شرکت‌های تایلندی به این نتیجه دست یافتند که مشارکت کارکنان در تصمیمات، آموزش کارکنان و سیستم جبران خدمت اثربخش می‌تواند منبع مزیت رقابتی باشد (سیرافاته‌ها، راتناپونساکول و سیرافاته‌ها، ۲۰۲۱: ۳۷۵-۳۸۱). در مطالعه‌ای با روش پیمایش و تحلیل رگرسیون در کسب و کارهای کوچک و متوسط کشور عراق نیز مشخص شد که مهارت‌های خودرهبری، نقش زیادی در دستیابی به مزیت رقابتی دارند (جمال علی و انور، ۲۰۲۱: ۹۰-۱۰۲). والز (۲۰۲۱: ۲-۶) از طریق مرور مبانی نظری و پژوهش‌ها به این نتیجه دست یافت که روش بازی-سازی یعنی ایجاد محیطی سرگرم‌کننده، مفرح و لذت‌بخش، منجر به انگیزش و اثربخشی سرمایه‌های انسانی می‌شود که این امر نیز باعث دستیابی سازمان به مزیت رقابتی خواهد شد. هر چند که بر اساس یافته‌های پژوهش پاول، تاثیر ساختار صنعت بر روی عملکرد سازمان‌ها بیش از ۲۰ درصد نمی‌باشد (پاول، ۱۹۹۶: ۳۳۰) اما رویکرد سازمان صنعتی در کنار دیدگاه مبتنی بر منابع، به عنوان دو رویکرد غالب مزیت رقابتی شناخته می‌شوند (برومیلی و راو، ۲۰۱۴: ۷). به باور کیوز و پورتر (۱۹۷۷: ۲۵۸)، موانع ورود به صنعت، می‌توانند به عنوان منبع مهم مزیت رقابتی در نظر گرفته بشوند. میسون (۱۹۳۹:

فلیکس، ۲۰۲۱؛ پاول، ۲۰۱۸)، در این مقاله تلاش شده است از طریق روایت‌پژوهی داستان زندگی لئونل مسی، ماهیت مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی، تحلیل شود تا از این طریق بینش‌های جدید و متفاوتی در مورد مزیت رقابتی حاصل شود. بنابراین هدف از انجام این پژوهش، واکاوی نظریه‌های مزیت رقابتی و دستیابی به رویکردی نوین به کمک روایت‌پژوهی داستان زندگی لئونل مسی می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در ادبیات مدیریت استراتژیک، از مفهوم مزیت رقابتی برای توضیح عملکرد متعالی سازمان‌ها و دلایل دستیابی سازمان‌ها به عملکردی فراتر از سطح متوسط صنعت استفاده شده است. به عبارت دیگر مزیت رقابتی به معنای بر خورداری سازمان از رانت انحصاری می‌باشد که منجر به حفظ جایگاه شرکت در بازار می‌شود (پاول، ۲۰۰۱: ۸۸۰). به صورت کلی، مزیت رقابتی زمانی حاصل می‌شود که یک شرکت در مقایسه با رقبای خود، محصولات و خدمات یکسانی با هزینه پایین‌تر ارائه نماید و یا قادر به عرضه محصولات و خدمات متمایزی باشد (ون-چنگ، چین-هانگ و یینگ-چین، ۲۰۱۱: ۱۰۰-۱۰۴).

در مجموع، نظریه‌های مزیت رقابتی را می‌توان به پنج دسته شامل رویکرد مبتنی بر منابع، رویکرد مبتنی بر بازار، رویکرد هزینه مبادله، رویکرد نوآورانه و رویکرد رفتاری (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸: ۲) تقسیم‌بندی کرد. البته در یکی از جدیدترین پژوهش‌ها، توصیه شده است که لازم است در آینده، رویکرد جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی، مورد مطالعه قرار بگیرد (گیسون، گیسون و وبستر، ۲۰۲۱: ۱۵). در ادامه، به پیشینه تجربی این رویکردها اشاره شده است.

در پژوهشی با هدف شناسایی منشاء شکل‌گیری مزیت رقابتی که با نگرش مبتنی بر منابع و از طریق مرور نظام‌مند ادبیات پژوهشی به انجام رسیده است، این نتیجه‌گیری حاصل شده است که مدیریت صحیح ساختار، فرآیند، فرهنگ، منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌های سازمانی، باعث ایجاد مزیت رقابتی می‌شود (ون-چنگ، چین-هانگ و یینگ-چین، ۲۰۱۱: ۲۰۱۲). در پژوهش دیگری که با هدف تحلیل آماری روابط بین رفتارهای نوآورانه، توانمندسازی ساختاری و نوآوری در فرآیندها با مزیت رقابتی به انجام رسید، به کمک پیمایش

رقابتی بسیار محدود شده است (گوشال، ۱۹۹۵؛ سایمون، ۱۹۹۱؛ تی‌سی، ۲۰۱۹).

رویکرد کارآفرینی به مزیت رقابتی برای اولین بار در دهه چهل میلادی توسط شومپیتر پایه ریزی شد و به معنای نقش فرصت‌طلبی کارآفرینانه در کسب مزیت رقابتی می‌باشد. به باور شومپیتر، فرصت‌طلبی کارآفرینانه شرط اصلی موفقیت است و سپس کارآفرین سازمان باید دست به نوآوری‌های زیاد بزند (هنرکسون، یوهانسون و کارلسون، ۲۰۲۱). در سال‌های اخیر نیز پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده است. به عنوان مثال حمید، زمان، واریز و شفیق (۲۰۲۱: ۳-۱۶) از طریق تحلیل آماری داده‌های مربوط به مصاحبه با ۴۲۰ دانشجو در پاکستان، پی بردند که آموزش‌های کارآفرینانه نقش مهمی در رفتارهای کارآفرینانه و نهایتاً عملکرد مطلوب دارند. در پژوهش دیگری که به کمک معادلات ساختاری و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با بیش از ۳ هزار کارمند در صنایع اندونزی، انجام شده است، مشخص شد که جهت‌گیری کارآفرینانه باعث افزایش قابلیت نوآوری و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار می‌شود (بامبانگ، کوسوماواتی، نمران و سوهاریونو، ۲۰۲۱: ۲۳۲-۲۳۹).

رویکرد شومپیتری به مزیت رقابتی نیز به دلیل نگاه مطلق صرفاً از منظر کارآفرینانه به مزیت رقابتی، توجه به جنبه‌های کلان اقتصادی، برجسته‌سازی نقش کارآفرین سازمان، نادیده گرفتن نقش سایر بازیگران سازمان، چشم‌پوشی از نقش عدم قطعیت در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، نگرش عقلایی مطلق و نادیده گرفتن مفروضات نئوکلاسیک، پارادوکس ثبات-تغییر و نهایتاً بی‌توجهی به سطح تحلیل خرد سرمایه‌های انسانی و سیستم انگیزشی سازمان در ترغیب نوآوری‌ها (سئو، ۲۰۲۱؛ کارلسون، سندستورم و ونبرگ، ۲۰۲۱؛ اوکامپو، ۲۰۲۱؛ هنرکسون، یوهانسون و کارلسون، ۲۰۲۱) مورد انتقاد قرار گرفته است.

همراه با معرفی مفاهیم استراتژی عصب‌پایه و استراتژی رفتاری توسط توماس پاول، دو رویکرد غالب مزیت رقابتی یعنی دیدگاه مبتنی بر منابع و رویکرد سازمان صنعتی نیز مورد انتقاد قرار گرفتند (آشر، سیلوا، پلوفسزک و دا سیلوا، ۲۰۱۸: ۱۷). استراتژی عصب‌پایه به معنی مطالعه مغز و اعصاب انسان به منظور بررسی کاربردهای روانشناسی شناختی در مدیریت استراتژیک می‌باشد (پاول، ۲۰۱۱: ۱۴۸۴). سپس پاول، لووالو و فاکس (۲۰۱۱: ۱۳۷۰) مفهوم استراتژی عصب‌پایه را بسط دادند و استراتژی رفتاری را به معنای کاربردهای روانشناسی

نیز بر روی اهمیت ساختار صنعت در هدایت عملکرد شرکت‌ها تاکید کرده است. اشمالسنی (۱۹۸۴: ۳۴۳-۳۴۹) نیز منشاء مزیت رقابتی را به شدت رقابت در صنعت، موانع ورود به صنعت و نرخ بازگشت سرمایه صنعت نسبت داده است. در ادامه به جدیدترین یافته‌های پژوهشی مرتبط با رویکرد سازمان صنعتی اشاره شده است.

بر اساس مطالعات پورتر (۲۰۰۸: ۸۱-۹۰)، پنج نیرو شامل شدت رقابت، تهدید ناشی از ورود رقبای جدید، تهدید ناشی از محصولات و خدمات جایگزین، قدرت چانه زنی تامین کنندگان و قدرت چانه زنی خریداران، تعیین‌کننده جذابیت صنعت و عملکرد شرکت‌ها هستند. سینگ (۲۰۱۸: ۳-۶) از طریق مرور ادبیات پژوهشی مربوط به سازمان صنعتی، به این نتیجه رسید که موانع ورود به صنعت، نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیمات سرمایه‌گذاری، ادغام و استراتژی‌های توزیع و بازاریابی دارند که این موضوع نیز به شدت بر روی عملکرد کلی سازمان اثر می‌گذارد. داوینگ (۲۰۱۸: ۳-۷) نیز از طریق مرور ادبیات پژوهشی، متوجه شد که عدم قطعیت صنعت، بی-تمایز بودن محصولات صنعت و ساختار صنعت بر روی عملکرد شرکت‌ها اثرگذار هستند. در پژوهشی دیگری که از طریق مرور نظام‌مند به انجام رسیده است، ساختار صنعت، شامل طیف رقابت-انحصار، راحتی-دشواری ورود به صنعت و سهم بازار نزدیک به هم یا کاملاً متفاوت رقبا، از جمله مهمترین عوامل تعیین‌کننده موفقیت سازمان‌ها، شناخته شده-اند (برو و کوهیل، ۲۰۱۸: ۷۸-۸۶).

اقتصاد هزینه مبادله برای اولین بار توسط اولیور ویلیامسون در دهه هفتاد میلادی معرفی شد و تبدیل به یکی از ارکان مهم در تحلیل عملکرد شرکت‌ها شد. به استناد این نظریه، دلیل موفقیت شرکت‌ها را می‌توان به کارایی هزینه مبادلات آن‌ها در بازار نسبت داد (گوشال، ۱۹۹۵: ۱۳-۱۵). اخیراً در پژوهشی، هزینه مبادله به عنوان توانایی سازمان در تامین اقتصادی و سپس تولید اقتصادی تعریف شده است و بر این اساس تامین-تولید اقتصادی می‌تواند منجر به ایجاد مزیت رقابتی بشود. اما در همین پژوهش، به محدودیت‌های این رویکرد از جمله نادیده گرفتن مفروضات رفتاری، عدم توجه به عقلانیت محدود و بی‌توجهی به نقش منابع و قابلیت‌های سازمانی، اشاره شده است (کاپیز، هنارت، سیلورمن و ارتوگ، ۲۰۲۱: ۱۱۳-۱۴۷). در مجموع، این نگرش به دلیل عدم توجه به مفروضات نئوکلاسیک، عقلانیت محدود، اقتصاد رفتاری و نادیده گرفتن نقش منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌های سازمان، مورد انتقاد قرار گرفته است و کاربرد آن در توصیف مزیت

از طرف دیگر همانطور که در قسمت پیشینه پژوهشی این مقاله نیز مشخص می‌باشد، اکثر پژوهش‌های جدید در زمینه شناخت ماهیت مزیت رقابتی، به کمک روش‌های مروری، تحلیل آماری، رگرسیون و معادلات ساختاری حاصل شده‌اند اما روش کیفی روایت‌پژوهی در مطالعات مدیریت استراتژیک، از اهمیت بالایی برخوردار است (داگینو و سینیسی، ۲۰۱۶؛ ساتوس، تورتو و فلیکس، ۲۰۲۱؛ پاول، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، لش (۲۰۱۹) با هدف تعیین نقش و اهمیت مدیریت متعهدانه در تصمیمات استراتژیک، به روایت‌پژوهی مطالعات هنری مینتزرگ پرداخته است، لندروم (۲۰۰۸: ۱۲۸-۱۴۰) نیز اعتقاد دارد که روایت‌پژوهی در مدیریت استراتژیک، باعث تشخیص اقدامات واقعی بازیگران، نیت آن‌ها و دلایل اقدامات می‌شود و پاول (۲۰۱۸: ۱۵۲-۱۶۱) نیز از طریق تحلیل روایت داستان زندگی شوایتزر، به تشریح عقلانیت عاشقانه پرداخته است.

بنابراین در این پژوهش تلاش شده است به کمک روایت-پژوهی داستان زندگی لئونل مسی به عنوان یکی از موفق-ترین فوتبالیست‌های دنیا، الگوی جدید مزیت رقابتی مبتنی بر رویکرد جامعه‌شناسی توصیف گردد تا از این طریق بینش‌های جدید و متفاوتی نسبت به منشاء شکل‌گیری مزیت رقابتی حاصل گردد.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش به منظور روایت‌پژوهی داستان زندگی لئونل مسی از روش تجربی تکرار پذیر تریسی^۱ (تریسی، ۲۰۲۰: ۲۰۸-۲۳۵) استفاده شده است. با توجه به رویکرد استقرایی-قیاسی حاکم بر روش تکرارپذیر تجربی، ابتدا داده‌های تاثیرگذار بر سیر زندگی و موفقیت‌های مسی از کتاب قصه شگفت‌انگیز لئونل مسی (پارت، ۱۳۹۸: ۷-۶۱) استخراج شده‌اند و سپس این داده‌ها با توجه به روش تکرارپذیر تجربی، دو مرحله کدگذاری شده‌اند و کدهای نهایی با نظریه‌ها و مفهومی مرتبط موجود پیوند خورده‌اند تا نظریه جدید حاصل شود (تریسی، ۲۰۲۰: ۲۰۸-۲۳۵). داده‌های استخراج شده از زندگی نامه، کدگذاری مرحله اول (باز یا توصیفی)، کدگذاری مرحله

شناختی و روانشناسی اجتماعی در مدیریت استراتژیک ارائه دادند. هدف از معرفی رویکرد رفتاری مزیت رقابتی، بیان مفروضات واقعی در مورد رفتارهای انسان‌ها در شکل‌دهی به استراتژی سازمان و نقد رویکرد منطقی، عقلایی و اقتصادی در نظریه‌های مبتنی بر منابع و سازمان صنعتی است (لووالو و سیبونی، ۲۰۱۰؛ پاول، ۲۰۱۱؛ پاول، لووالو و فاکس، ۲۰۱۱).

در یکی از پژوهش‌های جدید، پاول (۲۰۱۸: ۱۵۲-۱۶۲) با هدف نقد رویکرد عقلایی-اقتصادی مزیت رقابتی کلاسیک، به کمک روش روایت‌پژوهی داستان زندگی آلبرت شوایتزر که یکی از بزرگترین علامه‌های جهان می‌باشد، نشان داد که دستیابی به موفقیت لزوماً از طریق تمرکز بر نقاط قوت، جلوگیری از تهدیدها و بهره‌برداری از فرصت‌ها بدست نمی‌آید و می‌تواند ناشی از عقلانیت عاشقانه باشد. بنابراین تمرکز بیشتر بر عقلانیت اقتصادی امکان دارد لزوماً منجر به کسب مزیت رقابتی نشود. سانستین (۲۰۲۱) نیز با بهره‌گیری از نظریه اقتصاد رفتاری هایک و مرور ادبیات پژوهشی مربوطه، به بررسی خطاهای ناشی از دانش فردی تصمیم‌گیرندگان سازمان که منجر به انتخاب‌های استراتژیک نادرست و نهایتاً از دست رفتن مزیت رقابتی می‌شوند پرداخته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سوگیری‌ها نه تنها مربوط به ویژگی‌های شخصی تصمیم‌گیرنده هستند بلکه می‌توانند ناشی از عقلانیت اکولوژیک، یعنی انطباق ذهن انسان با قواعد محیطی باشند.

نهایتاً رویکرد رفتاری مزیت رقابتی نیز توسط بنیانگذار اصلی آن یعنی پاول، به چالش کشیده شد. به باور پاول، رویکرد رفتاری مدیریت استراتژیک نمی‌تواند فقط محدود به دو سطح تحلیل خرد (عصب‌شناسی و تصمیم‌گیری سطح فردی) و رفتاری (رفتارشناسی تصمیمات فردی و گروهی) باشد بلکه باید دربرگیرنده بافت‌شناسی از جمله تعامل‌گرایی نمادین، ساختاربنندی اجتماعی و حسگری اجتماعی نیز باشد (پاول، لووالو و فاکس، ۲۰۱۱: ۱۳۷۴). علاوه بر این، در یکی از پژوهش‌های جدید به این مساله اشاره شده است که شناخت بهتر منشاء مزیت رقابتی، وابسته به تحلیل روانشناسی، رفتاری و البته جامعه‌شناسی می‌باشد و در قسمت پیشنهادات آتی پژوهش نیز به لزوم انجام پژوهش‌های بیشتر جهت تشخیص ماهیت جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی اشاره شده است (گیبسون، ۲۰۲۱: ۲-۱۵).

¹ TaacyPPPIIoneiic iaaaaive appoach

معنادار دانش (تریسی، ۲۰۲۰: ۲۶۶-۲۹۰) استفاده شده است. اقدامات صورت گرفته توسط پژوهشگر جهت دستیابی به کیفیت در جدول ۱، ارائه شده است.

دوم (تحلیلی و تفسیری) و ترکیب (پیوند زدن کدها با نظریه ها و مفاهیم مرتبط) در قسمت یافته‌های پژوهش ارائه شده‌اند.

معیارهای کیفیت پژوهش

در این روش پژوهش به منظور تعالی کیفیت پژوهش از معیارهایی تحت عناوین غنا و دقت، اعتبار، پژوهاک و توسعه

جدول ۱. اقدامات انجام شده توسط پژوهشگر در راستای افزایش کیفیت پژوهش

معیارهای کیفیت	ابزارها و روش‌های تحقق	اقدامات انجام شده توسط پژوهشگر
غنا و دقت	استفاده مناسب و کافی از چارچوب‌های نظری، داده‌ها و تحلیل‌ها	پژوهشگر سعی نموده است در قسمت مبانی نظری و پیشینه پژوهشی، تمامی چارچوب‌های نظری مرتبط با مزیت رقابتی را پوشش دهد، به پژوهش‌های افراد صاحب‌نظر استناد نماید و جدیدترین پژوهش‌های انجام شده در زمینه مزیت رقابتی را توضیح دهد. علاوه بر این از طریق دو مرحله کدگذاری داده‌ها و نهایتاً ترکیب و تفسیر، تلاش شده است که سطح مناسبی از تحلیل داده‌ها به انجام برسد.
اعتبار	متبلور سازی (مشخص کردن زوایای دید متفاوت و جنبه‌های متمایز یافته‌ها) ارائه مثال‌هایی واقعی از متن و محتوا	پژوهشگر در این راستا تلاش کرده است به کمک روایت‌پژوهی داستان زندگی مسی به عنوان یک مورد منفی (متفاوت با نگرش‌های رایج در مورد مزیت رقابتی) جنبه کاملاً متفاوتی از مزیت رقابتی (مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی) را توصیف نماید. پژوهشگر، داده‌ها (روایت‌ها) را عیناً از متن کتاب زندگی‌نامه مسی استخراج کرده و در جدول ۲، مثال‌های فراوان تأیید کننده نظریه در راستای اعتبار یافته‌ها ارائه نموده است.
پژواک	تعمیم‌پذیری طبیعت‌گرایانه به معنای باورپذیری یافته‌ها، استفاده از تجارب واقعی جهت نمایش یافته‌ها و توانایی کشف موضوعات جدید.	پژوهشگر از طریق ارائه داده‌های استخراج شده از متن کتاب زندگی‌نامه مسی و پرهیز از تحریف و تغییر داده‌های استخراج شده تلاش کرده تا علاوه بر حفظ باورپذیری یافته‌ها، تجربیات واقعی نویسنده کتاب زندگی‌نامه مسی را با مخاطبین به اشتراک بگذارد و نهایتاً نظریه‌ای متفاوت و جدید (مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی) را کشف نماید.
توسعه معنادار دانش	توسعه دانش در حداقل یکی از جهات نظری، کاربردی، ابتکاری و روش‌شناسی	در این پژوهش به توسعه دانش نظری و ابتکاری توجه شده است. تلاش شده است نظریه‌ای جدید، خلاقانه و به کمک روشی پرکاربرد در مطالعات مدیریت استراتژیک ارائه شود.

یافته‌های پژوهش

ثانویه داده‌ها ارائه شده است و نهایتاً از طریق ترکیب این کدها با چارچوب‌های نظری موجود، نظریه جدید مزیت رقابتی تولید شده است.

مطابق با روش‌شناسی پژوهش، ابتدا در جدول ۲، روایت‌ها (داده‌ها) از کتاب قصه شگفت انگیز لئو مسی (پارت، ۱۳۹۸: ۶۱-۷) استخراج شده‌اند. سپس در جدول ۳، کدگذاری اولیه و

جدول ۲. روایت‌ها (داده‌های) استخراج شده از کتاب زندگی‌نامه مسی

فصل از کتاب	توضیح کلیات فصل	شماره روایت (داده)	روایت‌ها (داده‌های) استخراج شده
مقدمه	مسافرت لیونل مسی ۱۳ ساله با پدرش جورج مسی به بارسلونا جهت ملحق شدن به تیم فوتبال بارسلونا.	۱	...سلیاماریا در حالی که سعی می‌کرد اشک‌هایش جاری نشوند با همسرش جورج خداحافظی کرد. نمی‌دانست می‌تواند دوری پسر کوچکش را تحمل کند یا نه. بارسلونا اعتقاد داشت او خاص است و این باعث افتخار مادرش بود...
	سلیاماریا (مادر لیونل) به همراه دو برادر بزرگتر لئونل (ماتیاس) و رودریگو) و خواهر کوچکتر لئونل	۲	...کاش مادر بزرگش شاهد این لحظات بود. او بود که تمام این داستان را آغاز کرد. او کسی بود که برای اولین بار به استعداد لئو پی برد.
		۳	خانواده مسی عاشق فوتبال بودند...

۴	...سلیاماریا برای آخرین بار قبل از سوار شدن به هواپیما دست همسرش را می فشرد... یاد مسابقه فوتبالی افتاد که در ماه عسلشان به تماشای آن رفته بودند. پسرش را با چشمانی پر از اشک در آغوش گرفت... لئو سعی داشت مادر را آرام کند... در حالی که اشک‌های مادر را پاک می کرد گفت: وقتی فصل تمام شد میام خونه مامان، قول می دم...	(ماریا سول) در فرودگاه با لئونل و جرج خداحافظی می کنند.	
۵	دوران سختی برای سلیاماریا، ماتیاس و حتی ماریاسول کوچک بود... ولی این را درک می کردند که شاید این بزرگترین شانس لئو برای تحقق رویایش که فوتبالیست حرفه‌ای شدن بود، باشد... آن‌ها با تمام وجود عاشق لئو بودند...		
۶	...جرج گفت: همین الان هم دلم براشون تنگ شده. لئو گفت: منم همینطور. و اشک در چشمانش حلقه زد... من تنها نیستم بابا، تورو دارم... لئو مثل همیشه به او تکیه داد...		
۷	خانواده مسی دور میز قدیمی آشپزخانه جمع شده بودند و با هیجان صحبت می کردند... کیک بزرگی با چهار شمع روی میز قرار داشت.		
۸	...ولی کسی او را نمی دید... خجالت زده، پشت دو برادر بزرگش، ماتیاس و رودریگو پنهان شده بود. لئو از اینکه کانون توجه باشد خوشش نمی آمد...		
۹	...همین زمان بود که مادر بزرگ وارد اتاق شد. وقتی لئو چشمانش را باز کرد، مادر بزرگ را دید که هدیه تولد را پشتش پنهان کرده است... مادر بزرگ توپ فوتبال نویی را به طرف او انداخت...		
۱۰	...توپ را در آغوشش گرفت سریع شروع به دویدن طرف در کرد تا در خیابان بازی کند...		
۱۱	...همه می خندیدند... مادرش تکه بزرگی از کیک را در بشقاب گذاشته بود و به او می داد...		
۱۲	...لئو بچه‌ها را تماشا می کرد اما خجالتی تر از آن بود که به آن‌ها بیوندد...		
۱۳	صدایی از میان در گفت: برو بازی کن لئو... مادر بزرگش وارد اتاق کوچک او شد و گفت: برو... با بقیه بچه‌ها بازی کن... دست لئو را گرفت و بلندش کرد... برو به درس حسابی به او نا بده، بهشون نشون بده که از او نا بهتری...		
۱۴	...مادر بزرگ تنها در اتاق به عکسی در بالای تخت لئو نگاه کرد، عکس قهرمان بزرگ آرژانتین، مارادونا. برای خانواده مسی و تمام آرژانتین، مارادونا پادشاه بود...		
۱۵	لئو... برادرها و دوستانشان را تماشا می کرد که می دویدند، فریاد می زدند و چنان خاکی بلند کرده بودند که به سختی می شد توپ را دید...		
۱۶	لئو... گفت... او نا خیلی قد بلندن و من خیلی کوچولو... به هر حال کسی او را انتخاب نمی کرد...		
۱۷	سمت خانه سینتیا دوید... آن دو مثل دو قلوها بودند... بهترین دوستان هم بودند. سینتیا از لئو پرسید: تولدت مبارک لئو. چرا قایم شدی؟... بازی اون طرف خیابانه... این توپ جدیدته؟... شاید بهتر باشه باهاش تمرین کنی...		
۱۸	مادرش سلیا، مشغول درست کردن غذای مورد علاقه لئو برای روز تولدش بود...		
۱۹	مادر بزرگ رو به دخترش کرد و گفت: از بازی کردن با پسرهای بزرگتر می ترسه. فکر می کنه خیلی کوچیکه و به اندازه کافی خوب نیست. اما من فکر می کنم برای بازی کردن با او نا زیادی خوبه، نگاه کن چطور توپ رو کنترل می کنه!...		
۲۰	...مادر بزرگ با لبخند گفت: اون عاشق توپه، می دونستم که عاشقش می شه...		
۲۱	آن شب لئو توپ جدیدش را کنارش خواباند و روی آن پتو کشید...	فصل دوم در مورد آرزوی لئونل	
۲۲	یک سال بعد وقتی پدرش وارد اتاق شد، لئو با توپ آبی رنگ در کنارش منتظر بود... جرج گفت: امیدوارم قبل از این که اون رو توی تختت ببری کمی تمیزش کنی... لئو	مسی یعنی رشد قدش و سپس تبدیل شدن به یک فوتبالیست	فصل دوم

حرفه‌ای است. پدر لئو (جرج) و مادر بزرگ خیلی به او انگیزه می‌دهند و تلاش می‌کنند تا لئو بیشتر بازی کند.	حرفه‌ای است. پدر لئو (جرج) و مادر بزرگ خیلی به او انگیزه می‌دهند و تلاش می‌کنند تا لئو بیشتر بازی کند.
گفت: تمیزه بابا!...	۲۳
...امشب دعوت رو خوندی... لئو گفت: آره بابا، از خدا خواستم قدم رو بلند کنه...	۲۴
...برای یک پدر سخت بود که پسرش در مورد کوتاهی قد حرف بزند. احساس مسئولیت می‌کرد و بیش از هر چیزی آرزو داشت راه حلی برای آن پیدا کند بعد گفت: منم همینطور لئو...	۲۵
...تا حالا شنیدی بقیه بچه‌ها به ال پیبه اشاره کنن؟... او یک پسر بچه آرژانتینی است که فوتبال را در خیابان‌ها یاد گرفته، جایی که فقط آن‌هایی که دربیبل زدن بلند توپ را نگه می‌دارند. لئو پرسید: مثل مارادونا؟... لئو از پدرش پرسید: این داستان مارادوناست؟... جرج به آرامی گفت: نه پسر، این داستان توئه...	۲۶
حرف پدر باعث شادی لئو شد، این رویایش بود تا رشد کند و تبدیل به بازیکنی حرفه‌ای شود... همانطور که جرج قصه‌اش را ادامه می‌داد، لئو به خواب رفت و زیباترین رویای زندگی‌اش را دید... در این رویا پنج ساله است... در نزدیکی خانه شان ایستاده است. توپ را روی زمین می‌کارد، ناگهان می‌بیند که دروازه بان، قهرمان زندگی‌اش دیگومارادوناست... مارادونا فریاد می‌زند: برای چی وایسادی لئو؟ شوت کن! این بازی توئه ال پیبه!... تو ال پیبه واقعی هستی!... وقتی لئو کلمات مارادونا را شنید تمام ترس‌هایش از بین رفتند...	۲۷
...صبح شده بود: فوق العاده بود! لئو فریاد زد و باعث شد سلیماریا و مادر بزرگش به سرعت وارد اتاق شوند. مادر بزرگ پرسید: چی فوق العاده بود؟ لئو گفت: رویام! بهترین خوابم بود! مادر بزرگ گفت: خوبه! می‌تونی تمام اون رو تو راه گراندولی برام تعریف کنی.	۲۸
لئو... فریاد زد: گراندولی!!! می‌خوایم بریم بازی شون رو تماشا کنیم؟! مادر بزرگ... گفت: این کاریه که می‌خوای تو گراندولی انجام بدی؟ فقط تماشا؟! لئو... نه! می‌خواهم بازی کنم!...	۲۹
لئو سرش را پایین انداخت و گفت: اما... من نمی‌توانم برای گراندولی بازی کنم. مادر بزرگ گفت: البته که می‌تونی لئو! اونا هنوز نمی‌دونن، ولی به بازیکنی مثل تو نیاز دارن...	۳۰
لئو... پرسید... مادر بزرگ، چرا می‌خوای تو ضعیف‌ترین تیم شهر بازی کنم؟ مادر بزرگ... گفت: ...تیم های ضعیف به بازیکنان بزرگ نیاز دارن، مگه نه؟... اونا به تو احتیاج دارن. اونا نمی‌دونن که چقدر خوبی، پس ما می‌ریم تا بهشون نشون بدیم.	۳۱
مادر بزرگ گفت: با مربی صحبت می‌کنم. لئو با بغض گفت: اگه منو انتخاب نکنه؟ به من اعتماد کن، انتخابت می‌کنه.	۳۲
لئو حس می‌کرد که قلبش تندتر می‌زند. به این فکر کرد که فقط فوتبال است که باعث می‌شود قلبش تندتر بزند...	۳۳
مادر بزرگ سلیا، لئو مسی را به محل زمین بازی ضعیف‌ترین تیم شهر یعنی گراندولی می‌برد. در تمام طول مسیر به لئو انگیزه می‌دهد و ایمان دارد که او می‌تواند برای گراندولی بازی کند. نهایتاً مادر بزرگ می‌تواند مربی تیم (آپاراچو) را متقاعد کند.	۳۴
لئو گفت: ...ولی من برای بازی با اونا خیلی کوچیکم... همه اونا از من بلندترند... مادر بزرگ لبخندی زد و گفت: ...یکی از تیم‌ها یک بازیکن کم داره. می‌خوای موفق شی لئو؟...	۳۵
مادر بزرگ سلیا، مربی آپاراچو را در کنار زمین پیدا کرد... مادر بزرگ گفت: خیلی بده که یک بازیکن کم داری... فکر کنم وضعیتت خراب‌تر هم بشه... بی‌خیال سلیا! داری میگی باید لئو رو بازی بدم؟... چرا که نه... بهش یه فرصت بده، پشیمون نمی‌شی.	۳۶
مادر بزرگ سلیا از کنار زمین فریاد زد: بدو لئو! توپ رو بگیر... لئو... صدای تشویق‌ها را نمی‌شنید، تنها صدایی که به گوشش می‌رسید صدای مادر بزرگش بود که نام او را فریاد می‌زد. وقتی به سکوها نگاه کرد و مادر بزرگ را دید لبخندی زد. بعد انگشتان دو دستش را به آسمان گرفت، انگار که می‌گوید این گل برای تو بود مادر بزرگ.	

<p>مربی آپا فکر می کرد او خیلی ذاتی و بدون زحمت بازی می کند، این فلی کوچولو دیگر چه نابغه ای است! هر توپی که به لئو می رسید درون دروازه آرام می گرفت... مربی... گفت هرگز اون بچه رو از بازی بیرون نمی دارم!</p>	۳۷	<p>لئو و سینتیا وارد مدرسه شدند... لئو کتابهایش را زیر بغلش زده بود و توپش را در دست دیگرش داشت. ... توپ را روی زمین انداخت و شروع به دربیبل زدن بچههایی که در حیاط ایستاده بودند کرد... لئو... سینتیا بله؟ احساس خیلی خوبی دارم. سینتیا لبخندی زد و گفت: مثل حسی که موقع گل زدن داری؟ لئو... گفت: نه، هیچ حسی به خوبی حس گل زدن نیست!</p>	۳۸	توصیف روزهای مدرسه مسی	فصل چهارم		
<p>... این سومین گل گراندولی و هت تریکی دیگر برای لئو بود... آقای گریفا... در میان تماشاگران بود. هرگز سکوهای گراندولی را این چنین پر ندیده بود. زیاد به این ورزشگاه نمی آمد، دلیلی نداشت. هیچ نابغه ای از ضعیفترین تیم شهر نمی آمد... برای لئونل مسی آمده بود، کسی که بعضیها او را اعجوبه می نامیدند، مانند مارادونا... مربی آپا اولین نفری نبود که آقای گریفا از معروفترین باشگاه شهر، نیوولز اولد بویز را دیده بود. ماتیاس و رودریگو مسی... او را روی سکوها نشان می دادند... پدر لئو، جرج... آقای گریفا را به خوبی می شناخت. جرج زمانی که ۱۳ ساله بود برای نیوولز بازی کرده بود و هر دو پسر بزرگترش هم در هفت سالگی آن جا بازی کرده بودند. عشق زیادی در خانواده مسی به قرمز و سیاهها وجود داشت... جرج و دو پسر بزرگترش افتخار این را داشتند تا لپرز باشند... نیوولز در قلب آن ها بود... آقای گریفا... گفت: وقتی برای تمرین آمدید، برادر کوچکترتان را هم بیاورید...</p>	۳۹	<p>... جرج با تکان دادن سر با آقای گریفا خداحافظی کرد... بعد از چند کلمه، مادر بزرگ با آقای گریفا خداحافظی کرد... وقتی مطمئن شد که پسرها و جرج نگاه می کنند انگشتان شستش را به علامت پیروزی بالا گرفت...</p>	۴۰	<p>لئونل مسی با درخشش در بازی - های تیم گراندولی، توجه آقای گریفا (مدیر تیم نیوولز اولد بویز) را جلب می کند و به تیم نیوولز یا همان لپرزها ملحق می شود.</p>	فصل پنجم		
<p>... مادر بزرگ در حالی که دست لئو را گرفته بود وارد زمین شد تا به گابریل دیگر ولامو یکی از مربیان نیوولز اولد بویز رسیدند... مادر بزرگ سلیا گفت: آقای گریفا گفت که امروز لئو را برای تمرین بیارم این جا.</p>	۴۱	<p>... لئو از میان چهار مدافع مانور داد و با یک ضربه دقیق توپ را به گوشه چپ دروازه فرستاد... لئو... برای یک ماه به صورت آزمایشی در اولد بویز بود. در تمام بازیها و در تمام نقاط زمین بازی کرد که در همه آنها عالی بود... یکی لئو را موتورزارت خواند و دیگری در مورد این که او چه کوچولوی فوق العاده ای است حرف زد...</p>	۴۲	<p>جرج مسی داخل اتاق پسرش دوید و او را با تکانهایی شدید بیدار کرد... یه خبر خوب دارم لئو!... لپرزها به مسابقات دوستانه ای دعوت شده اند، ما به لیما می رویم!... اما... یک چیز مهمتر... باید بریم پیش دکتر.</p>	۴۳	<p>مسی با دکتر شوارتزاشتاین که پزشک تیم نیوولز اولد بویز است آشنا می شود و دکتر بر روی مسی آزمایش می کند تا بتواند دلیل بلند نشدن قد او را تشخیص دهد. در همین زمان مسی به همراه نیوولز به یک تورنومنت دوستانه فوتبال دعوت می شود. لئو در این تورنمنت می درخشد و تیمش را قهرمان می کند. نمایش مسی در فینال باعث تعجب کوین مندز، بازیکن تیم حریف می شود.</p>	فصل ششم
<p>دکتر شوارتزاشتاین... گفت... من بازی تو رو تماشا کردم و فکر می کنم که خیلی خاصی... اولین باری که بازی رو دیدم فهمیدم که پسر بسیار شجاعی هستی... تو کم نمی آری و همیشه محکم به مسیرت ادامه می دی... وقتی این ها رو دیدم فهمیدم که استثنایی هستی!...</p>	۴۴	<p>... هزاران طرفدار در فینال تورنمنت دوستانه منتظر تماشای بازی جادوگر اهل روزاریو، لیونل مسی بودند... لئو بالای سکوها ایستاده بود و به زمینی که در یک نیمه پنج گل در آن به ثمر رسانده بود نگاه می کرد... لئو تماشاگران را روی صندلی هایشان نگه داشته بود. لئو در حال رویایی زدن از بالای سکوها به سمت زمین حرکت کرد... در تمام این مدت توپ یک بار هم زمین را لمس نکرد. آن ها فریاد می زدند: برو لئو!</p>	۴۵	<p>... بعد بازی، کوین مندز با لبخندی بر لب سراغ لئو رفت و گفت:... تو مثل مارادونا</p>	۴۶		

هستی...بعد پرسید: چطور این کار را انجام می‌دهی؟...لئو گفت:...برای فوتبال زندگی می‌کنم...		
...لئو به بالای تپه رسید...زیر درخت زیتونی نشست تا نفسی تازه کند...سر و کله سینتیا پیدا شد. پرسید: این جا چی کار می‌کنی؟...لئو: ...قراره امروز دکتر جواب آزمایش‌ها رو بده. مامان و بابا خیلی استرس دارن، من هم همینطور...سینتیا گفت:...چرا فکر می‌کنی خبر بدیه؟ چرا نمی‌تونه یه خبر خوب باشه؟...لپرزها در مورد زمانی که با حریف رو به رو می‌شوی چی یادت دادن؟ لئو...گفت: با ترس‌هات رو به رو شو!...لئو خندید...	۴۷	مسی منتظر جواب آزمایش پزشکی دکتر شوارتشتاین است و استرس زیادی را تحمل می‌کند. دوستش سینتیا به او قوت قلب می‌دهد. جواب آزمایش توسط دکتر ارائه می‌شود و دکتر به مسی قول می‌دهد که به کمک مصرف دارو و تزریق آمپول‌هایی، قدش بلند خواهد شد.
...وقتی دکتر وارد اتاق شد...گفت...نتایج نشان دهنده وضعیتی است که ما به اون کم کاری هورمون‌های رشد می‌گیم...با توجه به آمادگی بدنی لئو، دلیلی نمی‌بینم که نتونه به رشد کامل برسه...لئو...با خوشحالی پرسید: من رشد می‌کنم؟...دکتر...گفت: بهت قول می‌دم.	۴۸	
...مادربزرگ سلیا در تمام مسابقات روی یک سکو و یک صندلی می‌نشست...	۴۹	
...یک روز صبح لئو با مریضی از خواب بیدار شد...سلیا ماریا با عجله و دماسنج به دست وارد اتاق شد...۳۸ درجه، لئو تب شدیدی داشت. مادر...گفت: امروز می‌مونی خونه...لئو با صدایی ضعیف گفت: ولی مامان، امروز نمی‌تونم بمونم خونه!...لئو گفت: امروز بازی قهرمانیه!	۵۰	در این فصل به قهرمانی‌های لئونل مسی با نیو ولز پرداخته شده. در بازی فینال مسی علی‌رغم تب ۳۸ درجه گل می‌زند و تیمش را قهرمان می‌کند.
لئو با صدایی گرفته گفت: مربی وچیو، من می‌روم لباس عوض کنم. وچیو گفت:...به نظر اصلاً خوب نیستی...متاسفم بچه، تو مریضی...لئو در حالی که سرفه می‌کرد گفت: من مریض نیستم! راست می‌گم...تازه اگر یکی از بازیکن‌های حریف طرف من بیاد می‌تونم مریضش کنم!...	۵۱	
...لئو حالا درون زمین بود و لبخندی درشت تحویل مادربزرگ سلیا داد. بعد از ده دقیقه دو گل زد و نیو ولز برنده بازی شد...لئو...رو به سکوها کرد و دست تکان داد. مادربزرگ سلیا ایستاده بود و با هیجان برای لئو دست تکان می‌داد...	۵۲	
...مادربزرگ مدتی مریض بود. اما نه آن قدر که حتی یکی از بازی‌های لئو را از دست بدهد. لئو احساس درد می‌کرد. شدیدترین دردی که در زندگی‌اش تجربه کرده بود...به یاد می‌آورد که اولین توپ زندگی‌اش را از او هدیه گرفته بود. به یاد می‌آورد که چگونه با مربی آپا حرف زده بود تا در تیم بازی کند و چطور مربیان نیوولز را راضی کرده بود تا از او تست بگیرند. او در تمام لحظات مهم زندگی لئو آن جا بود...	۵۳	
...لئو نمی‌دانست باید چه کند...صورتش را در دامن مادر پنهان کرده بود که احساس کرد پدرش آن‌ها را در آغوش گرفته و حالا همه در وسط اتاق اشک می‌ریختند.	۵۴	لئونل مسی مادربزرگ سلیا را از دست می‌دهد. مادربزرگ فوت می‌کند و تمام اعضای خانواده مسی غرق در ناراحتی می‌شوند. از طرف دیگر مسی و پدر و مادرش متوجه می‌شوند که کارخانه محل خدمت جورج و خدمات درمانی، دیگر هزینه داروهای رشد مسی را پرداخت نمی‌کنند.
لئو...اشک‌هایش را نگه می‌داشت...با سرعت به طرف در خانه حرکت کرد و تا مخفیگاهش در بالای تپه دوید...بعد از چند دقیقه صدای کسی را شنید...سینتیا به آرامی گفت: می‌دونستم این جایی. لئو احساس آرامش کرد...	۵۵	
وقتی لئو وارد خانه شد...پدر و مادرش...را در اتاقشان پیدا کرد...خودش را در بین شان جا داد...مادر لئو به نامه خیره بود...جرج گفت:...کارخونه و خدمات درمانی دیگه هزینه داروهای تو رو نمی‌دن...لئو پرسید: منظور تون اینه که دیگه قدم بلند نمی‌شه؟ مادر لئو...به همسرش نگاه کرد و گفت: معلومه که نه. این یعنی من و پدرت یه راه دیگه برای خریدن داروهای پیدا می‌کنیم. مگه نه جورج؟ جرج نگاهی به همسر و پسرش انداخت و گفت: درسته!	۵۶	
...مادر با شک و تردید فراوان پرسید: واقعاً فکر میکنی وقتی بیمه خدمات اجتماعی هزینه‌ها رو پرداخت نمی‌کنه، نیوولز این کار رو انجام می‌ده؟ پدر لئو گفت: نمی‌دونم...فقط یک چیز رو می‌دونم. نباید ناامید بشیم!	۵۷	پدر و مادر مسی برای تامین هزینه‌های داروهای مسی به باشگاه نیوولز مراجعه می‌کنند تا با رئیس باشگاه جهت تقبل هزینه‌های درمان مذاکره کنند. رئیس قول داد
لئو به دیوار اتاق تکیه داده بود و برادران و خواهرش دور او را گرفته بودند...با خودش...گفت: تقصیر من نیست! ماتیاس به آرامی ضربه‌ای به سر لئو زد و گفت: اینو از	۵۸	

کلهات بیرون کن تقصیر هیچ کس نیست. بابا همه چیز رو ردیف می کنه.	تا نیمی از هزینه‌ها را پرداخت کند
...رئیس...ادامه داد: اگر راهی پیدا کنی که نصف هزینه درمان لئو را پرداخت کنی، نیوولز در پرداخت نیمه دیگر کمکتان می کند...رئیس قول داد...اما بعد از مدتی چک‌ها دیرتر و دیرتر آمدند و در نهایت آمدن آن‌ها قطع شد...	اما بعد از مدتی هزینه‌ها پرداخت نشد.
جرج و سلیا قسم خوردند که تا امتحان کردن تمام راه‌ها دست نکشند. جرج ایمان داشت که لئو می‌تواند تبدیل به بازیکنی حرفه‌ای شود...	۵۹
لئو...امیدوار بود در ورزشگاه بزرگ ریورپلاته بازی کند...جرج متوجه حالت پسرش شد، به شانه او زد و گفت: به زودی در اون ورزشگاه بازی می‌کنی لئو.	۶۰
...بالاخره یکی از مربیان به لئو و تعدادی بچه دیگر اشاره کرد که وارد زمین شوند. جرج از سمت دیگر فنس‌ها فریاد می‌زد، می‌خواست لئو همراه گروه باشد و در حملات شرکت کند. لئو...به پدرش نگاه کرد. یک ثانیه بعد با سرعتی باورنکردنی شروع به دویدن کرد...چند بازیکن را پشت سر گذاشت...ضربه‌ای به توپ زد...که به تور دروازه چسبید!	۶۱
...وقتی زمان تست گرفتن تمام شد، نام پنج بازیکن را خواندند که لئو یکی از آن‌ها بود...جرج...یکی از مربیان را پیدا کرد...گفت: آقا باید بدونید که پسر من لئو، برای نیوولز اولد بویز بازی می‌کند...مربی گفت: فراموشش کن...ممنون که لئو رو آوردی ولی ما علاقه‌ای به او نداریم...جرج با ناامیدی مربی را نگاه می‌کرد که...آخرین شانس لئو برای تامین هزینه‌های درمانی‌اش را با خود می‌برد...	۶۲
...لئو گفت: چی گفت بابا؟ جرج...گفت: پسر من تو برای ریورپلاته بازی نخواهی کرد. تیم‌های بزرگتری در انتظارت هستن...اونو تو رو انتخاب کردن! کلید همین جاست...اگر ریورپلاته تو رو قبول کرده، بقیه هم می‌کنند...اعتماد به نفس پدرش آرامش بخش بود. گفت: توی زمین حس خوبی داشتیم. اما می‌دونم که می‌تونم بهتر باشم.	۶۳
جرج در حالی که دستش را دور فرزندش حلقه می‌کرد گفت: خوبه! به این می‌گن پشتکار، تو کارت درسته پسر...	۶۴
۶۵	۶۵

فصل یازدهم

جدول ۳. کدگذاری اولیه و ثانویه روایت‌ها (داده‌ها)

شماره روایت‌ها (داده‌ها)	کدهای اولیه (توصیفی)	کدهای ثانویه (تحلیلی)
۲، ۳، ۹، ۱۰، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۳۸ و ۳۹	خانواده مسی عاشق فوتبال بودند (۳)، مسی و تمام اعضای خانواده او مارادونا را پادشاه فوتبال می‌دانند (۱۴)، علاوه بر این پدر و دو برادر بزرگتر لئونل مسی همگی در تیم فوتبال نیوولز عضویت داشته‌اند (۳۹). خود مسی نیز اولین بار در سن چهار سالگی اولین توپ فوتبال را از مادر بزرگش هدیه می‌گیرد (۹) و همه جا توپ فوتبالش را به همراه دارد (۱۰، ۲۰، ۲۱ و ۲۲)...	مسی به لحاظ بستر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی، در محیطی کاملاً فوتبالی متولد می‌شود، همیشه عاشق فوتبال بوده و تمام اعضای خانواده او نیز کاملاً عاشق فوتبال هستند. به نظر می‌رسد این موضوع با نظریه عادت‌واره بورديو (اگناتوف و رابینسون، ۲۰۱۷) در ارتباط است. بر اساس این نظریه، عادت‌ها، محصول یادگیری ناخودآگاه از قواعد تاریخی-اجتماعی هستند که منجر به شکل‌گیری استعدادهایی خاص می‌شوند.
۱۰، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۶، ۲۷، ۳۲، ۳۳، ۳۸ و ۴۶	مسی عاشق فوتبال و اولین توپی است که از مادر بزرگ هدیه گرفته است (۱۰) حتی شب‌ها با توپ فوتبال می‌خوابد (۲۱ و ۲۲) و به قدری عاشق فوتبال است که در مورد فوتبال رویاپردازی نیز می‌کند (۲۶) و (۲۷). وقتی فوتبال بازی می‌کند قلبش تندتر می‌زند (۳۲)، از فوتبال لذت می‌برد (۳۳)، او حتی در مدرسه	مسی عاشق ورزش فوتبال است. او شب‌ها با توپ فوتبالش به خواب می‌رود، در مورد فوتبال رویاپردازی می‌کند و هنگام فوتبال قلبش تندتر می‌زند. به نظر می‌رسد روایت حاصل نشان‌دهنده نظریه عقلانیت عاشقانه پاول (۲۰۱۸) باشد.

	<p>نیز توپ را با خودش می‌برد (۳۸) و برای فوتبال زندگی می‌کند (۴۶).</p>
<p>مسی به تنهایی نمی‌توانست به موفقیت دست پیدا کند، موفقیت مسی وابسته به حمایت اجتماعی خانواده، دوستان و افراد تاثیرگذار است. این حمایت‌ها شامل حمایت عاطفی، ارتباطی و ابزاری بوده‌اند. به نظر می‌رسد روایت‌ها نشان دهنده نظریه حمایت اجتماعی و همدردی (بابیتستا، آلوز و پینهو، ۲۰۲۱) هستند.</p>	<p>تمام اعضای خانواده مسی به او افتخار می‌کردند (۱). مادر بزرگ مسی همواره از مسی حمایت می‌کرد و در تمام بازی‌های مسی از روی سکو او را تشویق می‌کرد، حمایت‌های مادر بزرگ بود که باعث پیوستن مسی به تیم‌های گراندولی و نیوولز شد، مادر بزرگ حتی در شرایط بیماری هم بازی‌های مسی را از دست نداد (۱۳، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۴، ۳۹). روابط عاطفی قدرتمندی بین مسی و پدر و مادرش وجود داشت (۴، ۶، ۷) و پدر همواره با مسی همدردی می‌کرد (۲۴)....</p>
<p>مادر بزرگ و پدر مسی همواره از مسی انتظار داشتند که بهترین باشد و به مسی می‌گفتند که تو بهترین هستی، به نظر می‌رسد این انتظار بالای آن‌ها بر روی عملکرد مسی اثر گذار بوده است و آرزوهای بزرگ مسی، مادر بزرگ و پدرش تبدیل به واقعیت شده است. این رویداد می‌تواند در ارتباط با اثر پیگمالیون، یعنی واکنش فرد به انتظارات دیگران از وی و افزایش عملکرد فرد به دلیل باور دیگران به عملکرد او باشد. به عبارت دیگر، رفتار و عملکرد فرد با انتظارات و توقعات سایرین از او، انطباق پیدا می‌کند (وولی، ۲۰۲۱).</p>	<p>مسی در دوران کودکی عاشق فوتبال بوده است و بزرگترین رویا و آرزوی او این بوده که تبدیل به فوتبالیستی حرفه‌ای شود (۵). مادر بزرگ مسی ایمان و باور داشت که مسی فوق العاده است و در دوران کودکی برای تشویق مسی به فوتبال بازی کرد با سایر بچه‌ها چنین عبارتی را استفاده می‌کرد: برو به درس حسابی به اونا بده و بهشون نشون بده از اونا بهتری (۱۳). مادر بزرگ همیشه به مسی می‌گفت تو از اونا بهتری (۱۹). هنگام ورود مسی به تیم گراندولی نیز مادر بزرگ به مسی گفت: اونا نمی‌دونن تو چقدر خوبی پس ما بهشون نشون می‌دیم (۳۰). پدر مسی نیز مسی را به ال پیه تشبیه کرد و گفت تیم‌های بزرگ در انتظارات هستند لئو (۲۵، ۲۶ و ۶۴)</p>
<p>بر اساس نظریه تعامل‌گرایی نمادین، اقدامات و رفتار افراد، نشأت گرفته از تفاسیر آن‌ها از شرایط است. بنابراین معانی و هویت افراد در تعاملات اجتماعی و از طریق نمادسازی‌ها شکل می‌گیرند (تریسی، ۲۰۲۰: ۳۳-۴۰). این طور به نظر می‌رسد که کاربرد نمادهایی مانند مارادونا، اعجوبه، ال پیه و موتزارت در مورد لئونل مسی، باعث شده است که هویت مسی به این صورت شکل بگیرد.</p>	<p>پدر مسی، او را به مارادونا و ال پیه تشبیه می‌کند (۲۵ و ۲۶). به نقل از مربی تیم گراندولی، مسی نابغه است (۳۷) و در میان هواداران تیم گراندولی، مسی به اعجوبه مشهور است (۳۹). مربیان تیم نیوولز نیز مسی را با موتزارت مقایسه می‌کنند (۴۲). از نظر پزشک معالج مسی، مسی خاص است (۴۴). نهایتاً در تورنمنت فوتبال، هواداران میهوت نمایش مسی می‌شوند و با فریادهای برو لئو او را تشویق می‌کنند (۴۵). در فینال تورنمنت و پس از بازی، کوین منڈز، بازیکن تیم حریف به مسی می‌گوید: تو مثل مارادونا هستی.</p>
<p>بازی مسی در زمین فوتبال توسط هواداران، مربیان، بازیکنان تیم حریف، مدیران باشگاه‌ها و افراد تاثیرگذار دیده شد، این افراد با دیدن بازی مسی شروع به گفتگو پیرامون مسی کردند و به عبارت دیگر او را تحسین کردند، از او حمایت کردند و القابی مانند موتزارت یا نابغه را به او نسبت دادند و نهایتاً جایگاه مسی توسط اهالی فوتبال درک شد. به نظر می‌رسد این رویداد در ارتباط با نظریه حسگری کارل ویک (تریسی، ۲۰۲۰: ۳۳-۴۰) باشد. بر اساس این نظریه، افراد از طریق دیدن موضوعات، شروع به انتخاب گزینشی موضوعات می‌کنند، در مورد موضوعات انتخابی گفتگو می‌کنند و جایگاه موضوعات را درک می‌کنند (تریسی، ۲۰۲۰: ۳۳-۴۰).</p>	<p>بازی مسی در زمین فوتبال، برای اولین بار توسط هواداران و مربی تیم گراندولی تماشا شد. هواداران و مربی از بازی مسی لذت بردند و در مورد مسی شروع به گفتگو کردند (۳۶). مربی تیم گراندولی با دیدن بازی مسی گفت: مسی خیلی ذاتی و بدون زحمت بازی می‌کند، او نابغه است و من هرگز او را از ترکیب تیم بیرون نمی‌گذارم (۳۷). در مدرسه نیز بچه‌های مدرسه شاهد فوتبال بازی کردن مسی بودند و از دیدن مهارت او تعجب می‌کردند (۳۸). مدیر باشگاه نیوولز در یکی از بازی‌های تیم گراندولی شاهد بازی مسی بود و پس از گلزنی‌های مسی خطاب به پدر و دو برادر مسی گفت وقتی برای تمرین آمدید لئو را با خودتان بیاورید</p>

(۳۹). بازی مسی مورد توجه مربیان نیوولز قرار گرفت و آن‌ها در مورد مسی شروع به گفتگو کردند، یکی او را به مارادونا تشبیه کرد و دیگری به موتزارت (۴۲) حتی پزشک مسی نیز بعد از تماشای بازی‌های او گفت تو واقعاً خاص هستی (۴۴). در فینال تورنمنت نیز هواداران با تماشای نمایش مسی شروع به تشویق او کردند و حتی بازیکن تیم حریف به مسی گفت تو مثل مارادونا هستی (۴۵ و ۴۶)...

روی سطح خرد می‌باشد. در این مقاله سطوح تحلیل متفاوتی برای مزیت رقابتی ارائه شده است.

نظریه مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی

با توجه به کدگذاری ثانویه روایت‌ها در جدول ۳، می‌توان دلیل موفقیت مسی را به مجموعه‌ای از نظریه‌های جامعه‌شناسی از جمله نظریه عادت‌واره، نظریه حمایت اجتماعی و همدردی، اثر پیگمالیون، نظریه تعامل‌گرایی نمادین و نظریه حسگری نسبت داد. البته نظریه رفتاری عقلانیت عاشقانه پاول (۲۰۱۸: ۱۵۱-۱۶۵) نیز ظاهراً در مورد مسی به وقوع پیوسته است.

تأثیر این نظریه‌های جامعه‌شناسی در سیر موفقیت‌های مسی می‌تواند برای کاربران نظریه‌های مزیت رقابتی یعنی تصمیم‌گیرندگان سازمانی و همچنین برای پژوهشگران حوزه مدیریت استراتژیک، بینش‌های جدید و متفاوتی در مورد دلیل دستیابی سازمان‌ها به مزیت رقابتی، ایجاد نماید.

شکل ۱. سطوح مختلف مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی



هر چند که نمی‌توان نقش عشق مسی به فوتبال و تأثیر استعداد ذاتی مسی در این موفقیت را انکار کرد اما این موفقیت، در یک بستر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی اتفاق افتاده که باعث شکل‌گیری یک سری عادت‌های فوتبالی مثبت در مسی شده و حمایت‌های اعضای خانواده و سایر افراد، انتظارات بالای مادر بزرگ مسی و پدر مسی از او (که منجر به عملکرد بالای مسی شد) و تعامل‌گرایی نمادین و حسگری اجتماعی نیز در این موفقیت تأثیرگذار بوده اند. در شکل ۱، سه سطح متفاوت مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی، شامل سطح خرد عقلانیت عاشقانه، سطح میانی حمایت اجتماعی و اثر پیگمالیون و نهایتاً سطح کلان عادت‌واره‌ها، تعامل‌گرایی نمادین و حسگری، ارائه شده است. همانطور که در قسمت‌های مقدمه و پیشینه پژوهش، توضیح داده شد، تمرکز اصلی نظریه‌های مزیت رقابتی رفتاری، بر

صنعتی و رویکرد رفتاری هستند. البته رویکردهایی مانند رویکرد هزینه مبادله و رویکرد کارآفرینی نیز وجود دارند که به دلیل انتقاداتی که بر آن‌ها وارد شده، دارای کاربردهای محدودتری هستند.

همانطور که در قسمت پیشینه پژوهش، توضیح داده شد، از منظر دیدگاه مبتنی بر منابع، مزیت رقابتی در ارتباط با مدیریت صحیح ساختار، فرآیندها، فرهنگ، منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها (ون-چنگ، چین-هانگ و یینگ-چین، ۲۰۱۱)، توانمندسازی کارکنان (دیکسون و پوسپارینی، ۲۰۲۰)، مدیریت سرمایه‌های فکری (اوبیدات و دیگران، ۲۰۲۱) و شایستگی‌های مدیریتی (اولافنوا، اوجیکوتو و اوئی، ۲۰۲۱)، می‌باشد. هر چند که یافته‌های این پژوهش، از طریق اشاره به توانمندی‌های فردی مسی، مهارت‌های وی و استعداد او، یافته‌های پژوهش‌های مبتنی بر منابع مزیت رقابتی را تایید می‌نماید اما در این پژوهش، علت اصلی موفقیت‌ها به منابع نسبت داده نشده است بلکه موفقیت‌ها بیشتر از اینکه در ارتباط با منابع باشند در ارتباط با مزیت مبتنی بر جامعه‌شناسی هستند. نظریه مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی، از نظر سطح تحلیل نیز با نظریه مزیت رقابتی منبع‌محور، تفاوت دارد. در نظریه جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی بر روی تأثیر ساختارهای کلان تاریخی، اجتماعی و فرهنگی بر روی شکل‌گیری عملکرد سازمان‌ها تأکید شده است اما تأکید دیدگاه منبع‌محور بر روی منابع ارزشمند سازمان است.

از نظر پورتر (۲۰۰۸)، میسون (۱۹۳۹)، اشمالنسی (۱۹۸۴)، سینگ (۲۰۱۸) و برو و کوهیل (۲۰۱۸) که از رویکرد سازمان صنعتی حمایت کرده‌اند، مزیت رقابتی وابسته به عوامل ساختاری صنعت و موانع ورود به صنعت می‌باشد اما یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که علی‌رغم محدودیت‌ها و تهدیدهای ساختاری که لئونل مسی با آن‌ها مواجه بود مثلاً کوتاهی قامت، ناتوانی خانواده در پرداخت هزینه‌های درمانی او و حتی خجالت و ترس از بازی با سایر بچه‌ها اما به کمک حمایت اجتماعی عاطفی، ارتباطی و ابزاری اعضای خانواده و البته وقوع اثر پیگمالیون (انتظارات بالای مادر بزرگ و پدر مسی از مسی و تأثیرپذیری زیاد مسی از آن‌ها که منجر به عملکرد بالای مسی می‌شد) و نهایتاً عشق فراوان مسی به فوتبال (عقلانیت عاشقانه) مسی بر تمامی موانع و تهدیدها غلبه کرد. یکی دیگر از تفاوت‌های نظریه مزیت رقابتی مبتنی بر جامعه‌شناسی با دیدگاه سازمان صنعتی، در سطح تحلیل می‌باشد. سطح تحلیل دیدگاه سازمان صنعتی به ساختار صنعت اشاره دارد و دلیل موفقیت را به ساختار صنعت نسبت

با توجه به شکل ۱، می‌توان سطوح تحلیل متفاوت این نظریه و همچنین بینش‌های متفاوت حاصل از این نظریه نسبت به نظریه‌های موجود مزیت رقابتی را تبیین نمود. بر اساس سطح تحلیل کلان این نظریه، مزیت رقابتی سازمان می‌تواند نشأت گرفته از عادت‌واره‌ها یعنی یادگیری‌های ناخودآگاه سازمان، مدیران و کارکنان از قواعد تاریخی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر بافت سازمان باشد. به عبارت دیگر، احتمالاً به کمک مفهوم عادت‌واره در مزیت رقابتی، بتوان بخشی از اختلاف عملکرد بین شرکت‌های ژاپنی و آمریکایی را که مشغول یادگیری‌های ناخودآگاه از قواعد تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کاملاً گوناگونی هستند، توصیف نمود. علاوه بر این، احتمالاً به کمک وقوع پدیده‌های تعامل‌گرایی نمادین و حسگری اجتماعی در یک جامعه یا فرهنگ، می‌توان شکل‌گیری هویت‌ها، شخصیت‌ها و معانی مختلف سازمانی برای اعضای آن جامعه و فرهنگ که بر روی عملکرد سازمان تأثیرگذار است را توجیه نمود. با توجه به این نظریه، در سطح تحلیل میانی مزیت رقابتی نیز، یک سری رفتارهای سازمانی و گروهی از جمله حمایت اجتماعی اعضای سازمان از همدیگر، حمایت مدیران از کارکنان و بالعکس حمایت کارکنان از مدیران و سازمان و حتی شکل‌گیری انتظار و توقع دستیابی به عملکرد متعالی در میان اعضای سازمان، در قالب اثر پیگمالیون، امکان دارد بر عملکرد کلی سازمان تأثیر بگذارد. در سطح تحلیل خرد مزیت رقابتی نیز ایجاد عقلانیت عاشقانه، یعنی عشق و علاقه شدید تمامی اعضای سازمان به ماهیت شغل خود و سازمان، می‌تواند در ایجاد مزیت رقابتی، اثرگذار باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش از طریق روایت‌پژوهی داستان زندگی لئونل مسی به عنوان یکی از موفق‌ترین فوتبالیست‌ها، تلاش شد تا بینش جدید و متفاوتی نسبت به بعد جامعه‌شناسی مزیت رقابتی سازمان‌ها در سه سطح تحلیل کلان، میانی و خرد، حاصل بشود. با توجه به یافته‌های این پژوهش، منشاء شکل‌گیری مزیت رقابتی می‌تواند در ارتباط با نظریه‌های جامعه‌شناسی از جمله نظریه عادت‌واره، نظریه حمایت اجتماعی و همدردی، نظریه پیگمالیون، نظریه تعامل‌گرایی نمادین و نظریه حسگری باشد. بر اساس یافته‌های پژوهش‌های پیشین در زمینه مزیت رقابتی که در قسمت پیشینه پژوهشی همین مقاله، بررسی شدند، سه رویکرد غالب نسبت به مزیت رقابتی وجود دارد که شامل دیدگاه مبتنی بر منابع، رویکرد سازمان

از طریق اقدام پژوهی مشارکتی با حضور تصمیم‌گیرندگان سازمانی در تعداد زیادی از سازمان‌ها تکرار شود تا یافته‌های آن از قابلیت تعمیم بالاتری برخوردار شوند. همچنین توصیه می‌شود این پژوهش از طریق روش‌های دیگری مثلاً قوم‌نگاری، مطالعه میدانی و مصاحبه، تکرار شود و یافته‌های حاصل با یافته‌های این مقاله مقایسه شوند.

پیشنهاد‌های کاربردی پژوهش

یافته‌های این مقاله دارای پیشنهاداتی کاربردی برای تصمیم‌گیرندگان سازمانی نیز می‌باشد. با توجه به یافته‌های این مقاله توصیه می‌شود که مدیران سازمان‌ها علاوه بر تقویت منابع سازمانی جهت دستیابی به مزیت رقابتی، به جنبه‌های جامعه‌شناسی مزیت رقابتی در سه سطح کلان، میانی و خرد، یعنی عادت‌واره‌ها، تعاملات نمادین، حسگری اجتماعی، اثر پیگمالیون، تاثیر حمایت اجتماعی و نهایتاً اثرات عقلانیت عاشقانه، بر نتایج سازمان نیز توجه داشته باشند. مدیران نباید از تاثیر عادت‌واره‌ها (تاثیر ناشی از یادگیری ناخودآگاه سازمان و اعضای آن از قواعد تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کلان حاکم بر سازمان)، اثر پیگمالیون (یعنی اعتقاد به سرمایه‌های انسانی، باور کردن توانمندی‌های آن‌ها و ابراز نمودن انتظارات سطح بالا از آن‌ها) و ایجاد محیطی همدلانه و مبتنی بر حمایت سازمانی در شکل‌گیری مزیت رقابتی سازمان غفلت کنند.

منابع

پارت، مایکل، (۱۳۹۸)، قصه شگفت انگیز لئو مسی، ماشالله صفری، تهران: گلگشت

Ascher, D., da Silva, W., Polowczyk, J. & da Silva, E. (2018). Neurostrategy: an advance through the paradigm epistemological in strategic management. *Academy of Strategic Management Journal*, 17 (2), 1-20.

Bambang, A., Kusumawati, A., Nimran, U., & Suharyono, S. (2021). The Effect of Spiritual Marketing and Entrepreneurship Orientation on Determining Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 231-

می‌دهد اما سطح کلان نظریه جامعه‌شناسانه مزیت رقابتی، دارای دیدگاهی فراصنعتی (شرایط تاریخی و بافت کلان فرهنگی و اجتماعی) می‌باشد و سطوح میانی و خرد آن که به سطح سازمان، گروه‌های سازمانی و افراد سازمان، اشاره دارند، دارای دیدگاهی فروصنعتی هستند و می‌توانند مکمل دیدگاه مبتنی بر منبع باشند.

یافته‌های این پژوهش انطباق بیشتری با یافته‌های پژوهش‌های رفتاری مزیت رقابتی دارد. به عنوان مثال یافته‌های این پژوهش از نظریه عقلانیت عاشقانه پاول (۲۰۱۸) پشتیبانی می‌کند. علاوه بر این مفهوم عقلانیت اکولوژیک که در پژوهش سانستین (۲۰۲۱) به آن اشاره شده است در ارتباط با مفهوم عادت‌واره می‌باشد. پاول، لووالو و فاکس (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود به نظریه‌های جامعه‌شناسی تعامل‌گرایی نمادین و حسگری اشاره کرده‌اند. اما یک تفاوت اصلی نیز بین یافته‌های این پژوهش و سایر پژوهش‌های دارای نگرش رفتاری به مزیت رقابتی وجود دارد که مربوط به اثر پیگمالیون، حمایت اجتماعی و پدیده همدردی می‌باشد.

همانطور که در قسمت مقدمه و پیشینه پژوهش توضیح داده شد، اکثر پژوهش‌های جدید در زمینه مزیت رقابتی سازمان‌ها از روش‌های کمی و یا از روش کیفی مروری استفاده کرده‌اند. با توجه به اهمیت روش روایت‌پژوهی در مطالعات مدیریت استراتژیک، در این مقاله از روش روایت‌پژوهی استفاده شده است، بنابراین لازم است به محدودیت‌های مربوط به روایی پژوهش توجه شود. نتایج این پژوهش از قابلیت تعمیم و یا روایی بیرونی بالایی برخوردار نمی‌باشند زیرا یافته‌ها تنها حاصل از بررسی یک روایت خاص یعنی روایت زندگی مسی هستند. از طرف دیگر لازم است به محدودیت روایی اکولوژیک یعنی میزان انطباق یافته‌ها با شرایط واقعی سازمان‌ها نیز توجه شود. این پژوهش در شرایط واقعی سازمان‌ها مورد آزمون قرار نگرفته است بنابراین نمی‌تواند از روایی اکولوژیک برخوردار باشد.

پیشنهاد‌های نظری پژوهش

با توجه به محدودیت‌های مربوط به روایی بیرونی و روایی اکولوژیک این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که این نظریه جدید اولاً در شرایط واقعی سازمان‌ها مورد آزمون قرار بگیرد تا محدودیت‌های اجرایی آن شناسایی شوند و ثانیاً این پژوهش

- Theory. *Academy of Management Proceedings*, 1995 (1): 12–16.
- Gibson, C. B., Gibson, S. C. & Webster, Q. (2021). Expanding Our Resources: Including Community in the Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, XX (X): 1-21.
- Hameed, I., Zaman, U., Waris, I., & Shafique, O. (2021). A Serial-Mediation Model to Link Entrepreneurship Education and Green Entrepreneurial Behavior: Application of Resource-Based View and Flow Theory. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (2): 1-19.
- Henrekson, M., Johansson, D. & Karlsson, J. (2021). To Be or Not to Be: The Entrepreneur in Endogenous Growth Theory. *SSRN Electronic Journal*. Published.
- Ignatow, G., & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: theorizing the digital. *Information, Communication & Society*, 20 (7): 950–966.
- Jamal Ali, B. & Anwar, G. (2021). Self-leadership skills as intangible resources for sustainable competitive advantage. *Advanced Engineering Science*, 46 (1): 88-104.
- Karlson, N., Sandström, C. & Wennberg, K. (2020). Bureaucrats or Markets in Innovation Policy? – A critique of the entrepreneurial state. *The Review of Austrian Economics*, 34 (1): 81–95.
- Laasch, O. (2019). Mintzberg on (ir) responsible management. *Research Handbook of Responsible Management*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Landrum, N. E. (2008). A narrative analysis revealing strategic intent and posture. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 3 (2): 127–145.
- Lovall, D. & Sibony, O. (2010). The case for behavioral strategy. *McKinsey Quarterly*, 1 (1): 1–16.
- Mason, E. (1939). Price and Production Policies 241.
- Baptista, N., Alves, H., & Pinho, J. (2021). The case for social support in social marketing. *RAUSP Management Journal*, 1 (1): 1-19
- Boru, T. & Kuhil, A. M. (2018). The Structure Conduct Performance Model and Competing Hypothesis- a Review of Literature. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9 (1): 76–89.
- Bromiley, P. & Rau, D. (2014). How would behavioral strategy scholarship lead to prescription? *Journal of Business Economics*, 84 (1), 5–25.
- Boru, T. & Kuhil, A. M. (2018). The Structure Conduct Performance Model and Competing Hypothesis- a Review of Literature. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9 (1): 76–89.
- Caves, R. & Porter, M. (1977). From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 91 (2): 241-261.
- Cuypers, I. R. P., Hennart, J. F., Silverman, B. S. & Ertug, G. (2021). Transaction Cost Theory: Past Progress, Current Challenges, and Suggestions for the Future. *Academy of Management Annals*, 15 (1): 111–150.
- Dagnino, G. B., & Cinici, M. C. (2016). *Research Methods for Strategic Management*. London: Routledge.
- Dixon, A. O. & Pusparini, E. S. (2020). The Role of Structural Empowerment and Innovative Behavior in Defining Business Process Innovation and Competitive Advantage to Cope with Industry 4.0. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 160 (1): 226-232.
- Downing, J. (2018). Dimensions of Competitive Advantage. *Journal of New Business Ideas & Trends*, 16 (2): 1–8.
- Ghoshal, S. (1995). BAD FOR PRACTICE: A Critique of the Transaction Cost

- Powell, T.C. (2018). Romantics, Mercenaries, and Behavioral Rationality. *Advances in Strategic Management*, 39 (1): 151-165.
- Santos, L. L. D. S., Tureta, C. & Felix, B. (2021). A Qualitative Method Proposal for the Study of Strategy as Practice. *Revista de Administração Contemporânea*, 25 (2): 1-17.
- Schmalensee, R. (1984). Do Markets Differ Much. *The American Economic Review*, 75 (3): 341-351.
- Segura Millan Trejo, F. & Williams, J. (2020). 'O Ill l ff ll yrr' t cccill ssss trttt i of the early career of Lionel Messi: towards a sociological analysis. *Soccer & Society*, 21 (3): 356-370.
- ()))))) mmmmmmmmm rrr ooox reconsidered: The need for theory of circular flow. *MPRA*, 1 (1): 1-25.
- Simon, H. A. (1991). Organizations and Markets. *Journal of Economic Perspectives*, 5 (2): 25-44.
- Singh, J. P. (2018). Determinants of entry and its measurement- a critical review. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 3 (12): 1288-1292.
- Siraphatthada, Y., Rattanabunsakul, P. & Siraphatthada, P. (2021). The Participatory Management Model and Networking for Competitive Advantage of Community-Based Cluster in Phatthalung. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12 (12): 373-384.
- Sunstein, C. R. (2021). Hayekian Behavioral Economics. *SSRN Electronic Journal*. Published.
- Teece, D. J. (2017). A capability theory of the firm: an economics and (Strategic) management perspective. *New Zealand Economic Papers*, 53 (1): 1-43.
- of Large-Scale Enterprise. *The American Economic Review*, 29 (1): 61-74.
- Obeidat, U., Obeidat, B., Alrowwad, A., Alrrrr i aa aa' &&Assss sss h M. (2021). The effect of intellectual capital on competitive advantage: The mediating role of innovation. *Management Science Letters*, 11 (1): 1331-1344.
- Ocampo, E. (2021). Capitalism, Populism and Dmmrrr ccy: Rvviii tigg mmmll '"" Reformulation of Schumpeter. *Área: Economía e Historia*, 1 (1): 1-36.
- Olafenwa, A. T., Ojikutu, A. A. & Owoeye, O. A. (2021). Managerial competencies and competitive advantage in pharmaceutical blockbusters. *International Journal of Business, Management and Economics*, 2 (1): 53-79.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86 (1): 79-93.
- Powell, T. C. (1996). How much does industry matter. *Strategic Management Journal*, 17 (4): 323-334.
- Powell, T. C. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*, 22 (9): 875-888.
- Powell, T. C. (2011). Neurostrategy. *Strategic Management Journal*, 32 (13): 1484-1499.
- Powell, T. C., Lovallo, D. & Fox, C. R. (2011). Behavioral strategy. *Strategic Management Journal*, 32 (13): 1369-1386.
- Powell, T. C., Rahman, N. & Starbuck, W. H. (2010). European and North American origins of competitive advantage. *Advances in Strategic Management*, 27 (1): 313-351.
- Powell, T.C. (2017). Strategy as Diligence: Putting Behavioral Strategy into Practice. *California Management Review*, 59 (3): 162-190.

Tracy, S. J. (2020). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

Walls, P. (2021). Investing in human capital: achieving organizational competitiveness through gamification. *Journal of Futures Studies*, 4 (1): 1-7.

Wen-Cheng, W., Chien-Hung, L. & Ying-Chien, C. (2011). Types of Competitive Advantage and Analysis. *International Journal of Business and Management*, 6 (5): 100-104.

WU Le. (2021). Intertextuality of Characters in *Pygmalion*. *US-China Foreign Language*, 19 (4): 88-91.

