

نیروهای رقابتی و کاربرد دانش برای بهبود عملکرد زنجیره تأمین

کامبیز شاهرودی*، فاضله بابایی قاسم‌آبادی**

چکیده

هدف این تحقیق بررسی تاثیر نیروهای رقابتی پورتر بر کاربرد دانش جهت بهبود عملکرد زنجیره تأمین است. جامعه آماری این تحقیق، صنعت لوازم خانگی است و مدیران و کارشناسان خبره هولدینگ پارس خزر، پاسخ‌دهندگان پرسشنامه تحقیق را تشکیل می‌دهند که تعدادشان ۱۵۰ نفر است و با استفاده از روش تصادفی تعداد نمونه براساس جدول مورگان ۱۰۸ نفر در نظر گرفته شده است، شیوه جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه، متشکل از ۱۱۵ سوال با طیف لیکرت است، که روایی و پایایی آن تأیید شده است سپس از تکنیک مدل معادلات ساختاری برای تحلیل پرسشنامه استفاده شد و از نرم‌افزار spss16، برای تجزیه و تحلیل آمار توصیفی و از نرم‌افزار lizrel8.5، برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی استفاده شد. فرضیه‌های اول و چهارم تحقیق تأیید و فرضیه‌های دوم و سوم رد شدند. نتایج بدست آمده از داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که نیروهای رقابتی پورتر تأثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد زنجیره تأمین دارد.

کلیدواژه‌ها: نیروهای رقابتی پورتر؛ مدیریت دانش؛ کاربرد دانش؛ نوآوری؛ عملکرد زنجیره تأمین.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۰۸/۱۰، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۱۲

* استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

** کارشناس ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات گیلان (نویسنده مسئول).

Email: b.fazeleh@yahoo.com

۱. مقدمه

امروزه استراتژی رقابتی و شاخه‌های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، تحلیل رقبا و تعیین موقعیت استراتژیک به‌عنوان بخشی پذیرفته‌شده از فعالیت‌های مدیریت محسوب می‌شوند [۶]. استراتژی رقابتی ارائه‌دهنده چارچوبی غنی برای شناسایی عوامل زیربنایی رقابت در صنایع بوده است. این عوامل زیر بنایی در پنج گروه قرار می‌گیرند. چارچوب مذکور تفاوت‌های عمده موجود در بین صنایع و چگونگی تکامل آنها را نشان می‌دهد و همین‌طور به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به موفقیتی منحصر به فرد دست یابند. [۶].

استراتژی رقابتی، ابزارهایی را برای شناخت توان و میزان ناهمگنی صنایع و شرکت‌ها به دست می‌دهد. ماهیت رقابت در یک صنعت بستگی به پنج عامل اساسی رقابتی دارد، این پنج عامل رقابتی عبارت‌اند از:

ورود سرمایه‌گذاران جدید، تهدید جایگزینی، قدرت چانه‌زنی خریداران، قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان و رقابت در بین رقبای موجود، منعکس‌کننده این واقعیت است که رقابت در یک صنعت به مراتب از سطح بازیگران جا افتاده در آن فراتر می‌رود. مشتریان، تأمین‌کنندگان، جایگزین‌ها و واردشوندگان بالقوه، همگی رقبایی برای بنگاه‌های موجود در یک صنعت محسوب می‌شوند که ممکن است بسته به شرایط خاص، از اهمیت بالاتر یا پایین‌تری برخوردار باشند. رقابت را در این حالت می‌توان رقابت گسترده نامید [۶].

صنعت لوازم خانگی نیز یکی از رشته‌های شتاب‌دهنده توسعه صنعتی است. صنعتی متنوع با کاربردهای گوناگون که سهم بسیار وسیعی از بازار را به خود اختصاص داده است. این تحقیق قصد دارد بررسی اثرگذاری نیروهای رقابتی پورتر به‌عنوان محرکی برای کاربرد مدیریت دانش در بهبود عملکرد مالی زنجیره تأمین با تأکید بر نقش مداخله‌گر محرک‌های نوآوری در صنعت لوازم خانگی (مطالعه موردی شرکت پارس خزر) است.

۲. مبانی و چارچوب نظری تحقیق

نیروهای رقابتی پورتر. تأمین کنندگان هرچه قدرت بیشتری داشته باشند می‌توانند سودآوری صنعت را تحت تأثیر قرار داده به طوری که آن صنعت نتواند افزایش هزینه را از طریق قیمت، جبران کند [۶]. قدرت هر تأمین کننده، به تعداد ویژگی‌های موقعیت بازار مربوطه و اهمیت نسبی خرید یا فروش آنها به صنعت در مقایسه با کل فعالیت آنها بستگی دارد با وجود موارد عدم وابستگی تأمین کنندگان به افزایش فروش، اطمینان تأمین کننده به نیاز تولیدکننده و همچنین وجود تعداد محدودی تأمین کننده، تشابه محدود جنس و خدمات، آنها و نحوه عملکرد ممتاز تأمین کننده می‌توان قدرت چانه‌زنی تأمین کنندگان را در محیط یک صنعت افزایش داد [۲۶، ۱۴].

قدرت چانه‌زنی خریداران. یکی دیگر از نیروهای محیطی در صنعت، قدرت چانه‌زنی خریداران است [۶]. منظور، موقعیتی است که بنا به هر دلیلی، مشتری در قبال فروشنده از قدرت بالایی برخوردار می‌باشد. اگر شرایط زیر حاکم باشند، مشتری‌ها قدرت چانه‌زنی بیشتری خواهند داشت که عبارت‌اند از: تعداد مشتریان محدود، حجم زیاد خرید، کسب سریع و راحت اطلاعات در مورد میزان تقاضا و هزینه فروش صنعت، قدرت خریدار در تغییر در انتخاب تأمین کننده، وجود محصولات استاندارد و تعداد عرضه کننده زیاد است [۱۴].

تهدید محصولات و خدمات جایگزین. این نوع تهدید را به عنوان رقبای غیرمستقیم نیز نام برده‌اند [۲۶]. در بسیاری از صنایع، شرکت‌ها با تولیدکنندگان محصولات جایگزین متعلق به صنایع دیگر به شدت در رقابت هستند [۱۴]. اگر قیمت نسبی محصولات جایگزین و هزینه‌های مربوط به تهیه این محصولات کاهش یابد، در صحنه‌ای که محصولات جایگزین وجود دارند، رقابت شدت می‌یابد و بر فشارهای ناشی از رقابت افزوده می‌شود [۱۴]. پس می‌توان گفت که جانشین‌های نزدیک، می‌توانند تعیین کننده قیمت باشند [۶].

تهدید ورود رقبای تازه وارد. هر قدر رقبای جدید راحت‌تر بتوانند وارد یک صنعت شوند، می‌توانند به راحتی باعث کاهش قیمت‌ها و سود شوند [۶]. نیروهایی که از ورود رقبای تازه وارد جلوگیری می‌کنند و باعث حفظ رقبای کنونی می‌شوند را، موانع ورود می‌گویند که بعضی از آنها عبارت‌اند از صرفه‌جویی به مقیاس، بالا بودن سطح سرمایه‌گذاری تجهیزات، بالا بودن سطوح تنوع محصولات، هزینه‌های بالای خروج، فقدان دسترسی به کانال‌های توزیع، قوانین دولتی و فقدان تمهیدات [۱۴].

رقابت در میان شرکتهای موجود در صنعت. از این نیرو به عنوان هم‌چشمی بین شرکتهای رقیب نیز نام برده‌اند [۱۴]. این نیرو در میان دیگر نیروها دارای بیشترین قدرت می‌باشد. از مهم‌ترین اثراتی که باعث افزایش رقابت بین شرکتهای موجود در یک صنعت می‌شود عبارت‌است از: رشد آهسته صنعتی، بالا بودن هزینه‌های ثابت، فقدان تنوع محصولات، بالا بودن تعداد رقیبان و بالا بودن موانع برای خروج است [۲۶]. در این تحقیق نیروهای رقابتی پورتر براساس پنج عامل تشکیل دهنده این نیروها که شامل: تهدید ورود تازه‌واردان، قدرت چانه‌زنی خریداران، قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان، تهدید محصولات جایگزین و تهدید رقبا می‌شود.

کاربرد دانش. در این مجموعه مدل‌ها، فرآیندهای خاصی برای مدیریت دانش معرفی شده است که می‌توان آنها را در چهار دسته: ۱. کسب، خلق و تولید دانش ۲. سازماندهی، نگهداری و انبار ۳. انتقال، اشتراک و توزیع ۴. استفاده، کاربرد و بهره‌برداری، طبقه‌بندی کرد. اما نکته‌ای که تقریباً در تمامی مدل‌ها به چشم می‌خورد، تاکید بر استفاده و به‌کارگیری دانش است و دیگر مراحل، به‌مثابه مقدمه‌ای در ایجاد بسترهای لازم و مناسب برای به‌کارگیری دانش در جهت بهبود عملکرد هستند [۱۷].

ماسا و تستا در مطالعه خود، راجع به کسب مزیت رقابتی صنعت با استفاده از رویکرد مدیریت دانش، کاربرد دانش را فرآیند مشارکت دانش در تولید کالاها و خدمات و اقدامات سازمانی برای ایجاد ارزش می‌داند و کاربرد دانش را در پاسخگویی به دانش مربوط به مشتری، پاسخگویی به تکنولوژی مربوط به رقبا، پاسخگویی به دانش مربوط به تکنولوژی می‌داند [۱۷].

در این تحقیق این سه کاربرد در زنجیره به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی کاربرد دانش مورد نظر قرار گرفته است. در این تحقیق از "محرك نوآوری" به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی کاربرد دانش پرداخته خواهد شد و نقش مداخله‌گر را دارد، برای محرك نوآوری‌های سازمانی، طبقه بندی‌های متفاوتی صورت گرفته است. عده‌ای نوآوری‌ها را در فرآیند محصول، تغییرات بنیادی یا تدریجی در تکنولوژی، تغییر در اثر فشار تکنولوژی و یا در اثر تقاضای بازار، برنامه‌ریزی شده یا تصادفی طبقه‌بندی کرده‌اند. سوانسون نیز محرك‌های نوآوری‌های سازمانی را در سیستم‌های اطلاعاتی دانسته و آنها را در سه طبقه مربوط به وظایف و عملیات فنی، حامیان کسب و کار و تشکیل‌دهندگان هسته تکنولوژی سازمانی، قلمداد کرده است.

کوون و زمود محرک‌های نوآوری را در پنج بعد: خصوصیات کاربران، ویژگی‌های وظایف و عملیات، ویژگی‌های مربوط به نوآوری، ویژگی‌های سازمانی و ویژگی‌های محیطی جای داده‌اند. نوراتزکی و فلیشر نیز نوآوری را در سه سطح: عامل سازمانی، تکنولوژیکی و محیطی جای داده‌اند. به‌طور کلی هایس و فینگان ۲۰۰۵ عوامل مختلف ایجادکننده نوآوری را در چهار بعد: توسعه ابزارهای فناوری اطلاعات عدم تمرکزگرایی و انعطاف‌پذیری در وظایف، شدت قیمت رقابتی و شدت تمرکز در بازار، قرار داده‌اند پس می‌توان گفت که مورد اول مربوط به بعد تکنولوژیکی سازمان، مورد دوم مربوط به عوامل درون سازمانی و دو مورد آخر نیز مربوط به محیط خارجی سازمان می‌باشد [۱۷].

فرآیندهای مختلفی برای مدیریت دانش معرفی شده است، در این تحقیق این متغیر با ابعاد، ساختار، فرهنگ، اکتساب دانش، تکنولوژی، تعامل دانش، کاربرد دانش، حفاظت از دانش، اثربخشی و استراتژی در سازمان بررسی شده است و محرک مداخله‌گر نوآوری نیز براساس سه بعد: خلاقیت و نوآوری، مناسب بودن شرایط سازمان برای ایده‌پردازی و حمایت کارکنان برای تبدیل ایده به عمل می‌باشد.

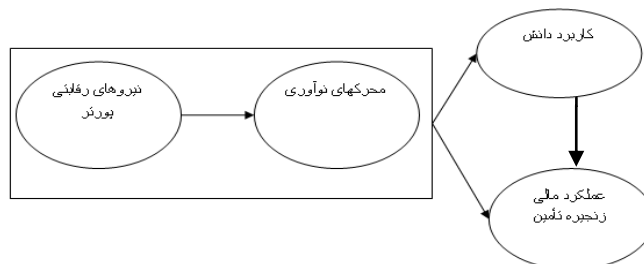
عملکرد مالی زنجیره تأمین. مواردی همچون پیچیدگی دنیای کسب و کار، تحولات اقتصادی، شدت رقابت، تکنولوژی‌های جدید و سرعت تغییر نیازهای مشتریان؛ سازمان‌های کنونی را مجبور ساخته از مزایایی چون جریان سریع اطلاعات، تصمیم‌گیری گروهی، هماهنگی هرچه بیشتر با شرکای تجاری و همه‌جانبه‌نگری بهره‌گیرند. وجود این تحولات را می‌توان در میحشی با عنوان "زنجیره تأمین" مشاهده نمود که هدف اصلی خود را "دستیابی به حد اکثر ارزش" بیان کرده‌اند [۱۷]. باتوجه به تعریف عملکرد و زنجیره تأمین با سه بعد: مدیریت زنجیره تأمین، اقدامات مدیریت زنجیره تأمین و اقدامات ارزیابی عرضه‌کنندگان بررسی شده است.

جدول ۱. پیشینه منتخب تحقیق

کد	محقق	نتایج تحقیق
۱	کاوایی، الف (۱۳۸۹)	پنج عامل نیروی رقابتی پورتر بر فعالیت شرکت های خدمات گردشگری استان خوزستان نقش اثر گذار دارد.
۳	شفیعی نیک آبادی، م (۱۳۸۹)	تمامی معیارهای مهم قدرت رقابتی در صنعت خودرو دارای نقش اثرگذار در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو می باشد. مهمترین نیروی رقابتی در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو به ترتیب قدرت چانه زنی خریداران، قدرت چانه زنی تأمین کنندگان، رقابت در صنعت، تهدید رقبای تازه وارد به صنعت و جایگزینی محصولات و خدمات است.
۴	فارسیجانی، ح (۱۳۹۰)	مطالعات اشاره به اهمیت بالای کاربرد دانش در زنجیره تأمین دارد و مؤلفه هایی همچون قدرت چانه زنی تأمین کنندگان، تهدید ورود کالای جایگزین (در بعد نیروهای رقابتی صنعت)، انعطاف پذیری و عدم تمرکزگرایی در وظایف (در بعد محرک های نوآوری سازمانی) و میزان ابتکارات تأمین کنندگان برای کاهش هزینه ها (در بعد عملکرد مالی زنجیره تأمین) از مؤلفه های نامؤثر در زنجیره تأمین هستند.
۵	شفیعی نیک آبادی، م (۱۳۹۱)	تمامی فرایندهای مدیریت دانش برای زنجیره تأمین الزامی است.
۶	انصاری، ق (۱۳۸۸)	نتایج این تحقیق نشان می دهد که سازمان ها در صورت استفاده از ساز و کار مدیریت دانش به صورت نظام مند، قادرند در بخش های مختلف زنجیره ارزش خود دارای مزیت رقابتی شوند.
۷	ناظمی، ج (۱۳۹۰)	نتایج این پژوهش نشان داد که الگوهای کارا، در اثر ترکیب همه مؤلفه های فرآیند مدیریت دانش وجود ندارد و الگوهای ترکیبی خاصی از مؤلفه ها، موجب توسعه شاخص های کارایی مدیریت دانش در سازمان ها شده است
۸	ضرغامی، ح (۲۰۱۳)	یافته ها نشان می دهد که عامل اصلی تولیدات نوآورانه، پژوهشکده در سطح ملی و بین المللی انگیزه بالای کارکنان برای نوآوری و ابتکار در شغل آنان بوده است
۹	مانیان، الف (۱۳۸۹)	در این تحقیق با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد زنجیره تأمین به بررسی متغیرهای مؤثر بر آن پرداخته شد باتوجه به مدل ارائه شده در این تحقیق، عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین شامل ابعاد تأمین کننده، هزینه، انعطاف پذیری، فرآیند، مشتری و زمان می باشد. مهم ترین عامل این زنجیره، مشتریان می باشند و این شرکت ها از قدرت چانه زنی زیادی در این صنعت برخوردار می باشند، لذا پرواضح است که اهمیت آنها در سنجش عملکرد این زنجیره بسیار زیاد می باشد، دومین عامل، فرآیند است که یکی از مهم ترین موارد در بهبود عملکرد این زنجیره تأمین است. زمان به- عنوان کم اثرترین عامل در این مدل ارائه شده است.
۱۰	Hafman.e (۲۰۱۰)	یافته های این مقاله نشان می دهد که بسیاری از جنبه های مربوط به استراتژی زنجیره تأمین کشف نشده است و ارتباط بین استراتژی شرکت ها و واحدهای کسب و کار و استراتژی های زنجیره ارزش را به خصوص در سطح شبکه تأیید می کند
۱۱	Evrard.s (۲۰۱۱)	باتوجه به این مطالعات نتیجه چنین می شود که مزایای استفاده از زنجیره تأمین که شامل شبکه های تأمین کنندگان، فروشندگان، خریداران و مشتریان است، افزایش سرعت هماهنگی و کنترل اطلاعات در سازمان است و استفاده از آن فرصتی برای استفاده از ابزارهای مبتنی بر دانش است. نتیجه تحقیقات به این صورت است که دیدگاه مبتنی بر دانش، باتوجه به دانش به عنوان منبع اصلی که بر نقش سازمان برای توانایی ایجاد مزیت رقابتی پایدار است، می توان استفاده نمود.
۱۲	Gomezjel jomerzel.e (۲۰۱۲)	در نتایج به عمل آمده پیامدهای عملی مدیریت دانش می تواند اثرات مفیدی بر روی رشد و سودآوری شرکت داشته باشد.

مدل مفهومی. محقق با مطالعه مبانی نظری نیروهای رقابتی پورتر و مدیریت دانش، به بررسی ابعاد آنها پرداخته و سعی نمود با الگوبرداری از مدل فارسیجانی در سال ۱۳۹۰، مدلی چندوجهی ارائه دهد تا برای بررسی ارتباط میان نیروهای رقابتی پورتر بر کاربرد دانش با نقش مداخله گر محرک های

نوآوری، از آن استفاده و ارزیابی کند که این عوامل چه تأثیری بر بهبود عملکرد مالی زنجیره تأمین درصنعت لوازم خانگی (هولدینگ پارس خزر) می‌تواند داشته باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق، برگرفته از: فارس‌جانی، حسین و همکاران (سال ۱۳۹۰)

فرضیات تحقیق. نیروهای رقابتی پورتر بر محرک نوآوری تأثیر دارند. نیروهای رقابتی پورتر بر کاربرد دانش (با نقش مداخله‌گر محرک نوآوری) تأثیر دارند. نیروهای رقابتی پورتر بر عملکرد مالی زنجیره تأمین (با نقش مداخله‌گر محرک نوآوری) تأثیر دارند. کاربرد دانش بر عملکرد مالی زنجیره تأمین تأثیر دارد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر، براساس هدف از نوع تحقیق کاربردی است و براساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع روش توصیفی از شاخه پیمایشی محسوب می‌شود [۸]. بر این اساس ابتدا جوانب و موضوعات مطالعاتی مربوط به تأثیر نیروهای رقابتی پورتر و محرک‌های نوآوری و نیز مطالعات و تحقیقات مشابه انجام شده، در مورد موضوع تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد، سپس با استفاده از مطالعات میدانی، اقدام به تبیین فرضیات مطابق با عنوان و هدف تحقیق خواهد شد. با توجه به روش‌های چهارگانه دیدگاه تئوری‌پردازی، یعنی بسط یا بهبود تئوری‌های موجود، مقایسه دیدگاه‌های تئوریک مختلف، بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف و بالاخره بررسی پدیده‌ای

مستند و تکراری در محیط و شرایطی جدید، تحقیق حاضر در گروه چهارم قرار می‌گیرد. در این پژوهش از روش مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل برای آزمون فرضیات استفاده خواهد شد. جامعه آماری عبارت‌است از مجموعه‌ای از افراد، اشیاء و یا چیزهایی که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند و محقق می‌خواهد به تحقیق درباره آنها بپردازد. جامعه آماری این تحقیق، صنعت لوازم خانگی و مطالعه موردی؛ مدیران و کارشناسان خبره شرکت پارس خزر در استان گیلان می‌باشد که از نظرات آنها برای تکمیل پرسشنامه استفاده می‌شود. دلیل استفاده از این جامعه آماری هولدینگ بودن شرکت پارس خزر است. چون باتوجه به عنوان تحقیق و تعاریف تئوری زنجیره تأمین، شرکت مورد مطالعه، به علت هولدینگ بودن، دارای تمامی این مزیت‌ها می‌باشد. برای نمونه‌گیری پژوهش - های علوم رفتاری، روش‌های متداولی وجود دارند که از جمله آنها؛ نمونه‌گیری تصادفی نظام یافته، نمونه‌گیری طبقه‌ای، نمونه‌گیری خوشه‌ای و نمونه‌گیری چندمرحله‌ای می‌باشند [۱۱].

بر این اساس و باتوجه به ویژگی‌های جامعه آماری نمونه‌گیری تحقیق حاضر از نوع تصادفی انتخاب شده که در آن، برای تعیین تعداد نمونه راه‌های متعددی وجود دارد. جامعه آماری این پژوهش ۱۵۰ مدیر و کارشناس خبره استان گیلان است و نمونه آماری این پژوهش با بهره‌گیری از جدول مورگان شامل ۱۰۸ نمونه می‌باشد که برای اطمینان بیشتر تا ۱۱۵ عدد آن را ارتقا دادیم. در تحقیق حاضر برای بررسی پذیرش یا عدم پذیرش فرضیه‌های مطرح شده، سوالاتی برای هر فرضیه مطرح شد و در قالب پرسشنامه نسبت به جمع‌آوری اطلاعات از جامعه مورد نظر اقدام شد. سپس از طریق تکنیک مدل معادلات ساختاری برای تحلیل پرسشنامه استفاده شد و از نرم‌افزار Lisrel 8.5 برای این تحلیل استفاده کرده‌ایم. روایی مورد نظر این تحقیق روایی محتوا می‌باشد. از سوی دیگر روایی سازه نیز به وسیله آزمون تحلیل عاملی تأییدی آزمون شده است که نتایج آزمون، روایی سازه را تأیید کرد.

یکی از پرکاربردترین ابزار اندازه‌گیری برای سنجش سازگاری درونی که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد ضریب آلفای کرونباخ است. در این تحقیق ضریب آلفای کرونباخ که از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه شد، عدد ۰/۸۶۵ حاصل شد که بیانگر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه بود. و با عنایت به اینکه ضریب پایایی لازم ۰/۷ توصیه شده است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است. همچنین در جدول ۲ تفکیک آلفای کرونباخ برای هر پرسشنامه آورده شده است.

جدول ۲. تفکیک سوالات پرسشنامه

نام متغیر	شماره در پرسشنامه	آلفای کرونباخ
نیروهای رقابتی پورتر	از ۱ تا ۱۶	۰/۸۶۰
اثر بخشی مدیریت دانش	از ۱۷ تا ۶۶	۰/۸۱۹
خلاقیت و نوآوری	از ۶۷ تا ۷۸	۰/۸۲۰
مدیریت زنجیره تأمین	از ۷۹ تا ۱۱۵	۰/۷۹۸

در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای Spss 16 و Lisrel 8.5 از روش‌های مختلف آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. در بخش نخست، داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی، توصیف و سپس به‌منظور ایجاد مدل اندازه‌گیری برازنده و قابل قبول، تحلیل عامل تأییدی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل، در مورد کلیه عوامل نهفته متغیرها انجام می‌گیرد. در ادامه پس از بررسی نرمال بودن توزیع آماری با استفاده از نرم‌افزار Lisrel و از طریق تحلیل مسیر، روابط علی بین فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرند.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ دهندگان و جامعه آماری

وضعیت پاسخ دهندگان از نظر جنسیت. پاسخ‌دهندگان براساس جنسیت به دو دسته تقسیم شده‌اند، که فراوانی هر یک از دسته‌ها در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. توزیع پاسخگویان براساس جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۷۳	۶۳
زن	۴۲	۳۷
کل	۱۱۵	۱۰۰

وضعیت پاسخ دهندگان از نظر سن. پاسخ‌دهندگان براساس شرایط سنی به چهار دسته تقسیم شده‌اند که فراوانی هر یک از دسته‌ها در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. وضعیت پاسخ دهندگان براساس سن

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۸ تا ۳۰ سال	۴۵	۳۹	۳۹
۳۱ تا ۴۰ سال	۳۲	۲۷	۶۶
۴۱ تا ۵۰ سال	۲۳	۲۰	۸۶
۵۱ و بالاتر	۱۵	۱۳	۱۰۰
کل	۱۱۵	۱۰۰	

وضعیت پاسخ دهندگان از نظر سابقه خدمت. پاسخ دهندگان براساس مدت سابقه کاری به پنج دسته تقسیم شده‌اند که فراوانی هریک از دسته‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. وضعیت پاسخ دهندگان از نظر سابقه خدمت

مدت زمان همکاری	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱ تا ۵ سال	۳۱	۲۷	۲۷
۵ تا ۱۰ سال	۳۶	۳۱	۵۸
۱۰ تا ۱۵ سال	۳۱	۲۷	۸۵
بالای ۱۵ سال	۱۷	۱۵	۱۰۰
کل	۱۱۵	۱۰۰	

وضعیت پاسخ دهندگان از نظر میزان تحصیلات. پاسخ دهندگان براساس میزان تحصیلات به چهار دسته تقسیم شده‌اند که فراوانی هریک از دسته‌ها در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. وضعیت پاسخ دهندگان از نظر میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دیپلم	۲۴	۲۱	۲۱
فوق دیپلم	۲۳	۲۰	۴۱
کارشناسی	۴۵	۳۸	۷۸
کارشناسی ارشد	۲۱	۱۸	۹۸
دکترای	۲	۲	۱۰۰
کل	۱۱۵	۱۰۰	

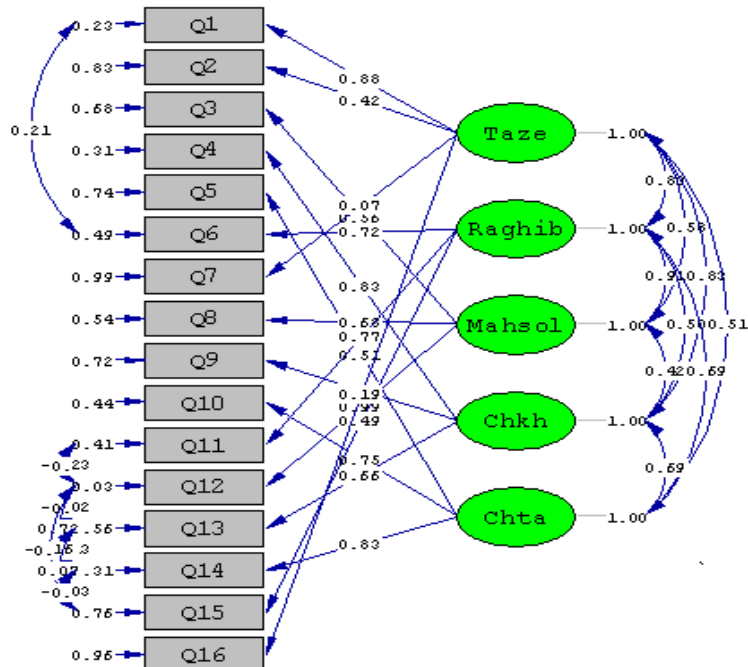
۴. تحلیل یافته‌ها

بعد از تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها، به تحلیل استنباطی داده‌ها می‌پردازیم. در تجزیه و تحلیل استنباطی، فرضیه‌های تحقیق مورد ارزیابی و آزمون قرار می‌گیرند. از آنجا که در این بخش، خروجی نرم‌افزار بدون تغییر آورده شده است، قبل از مشاهده خروجی نرم‌افزار، برای شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مکنون و مشاهده‌ای، جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. راهنمای شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مدل

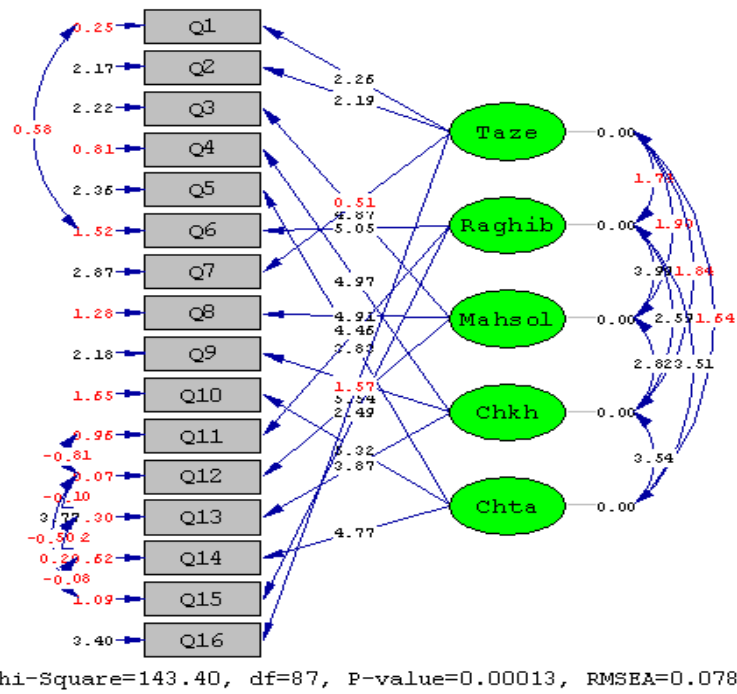
علائم اختصاری	شاخص
Taze	تازه واردان
Raghib	رقبا
Mahsol	محصولات و خدمات جایگزین
Chkh	چانه زنی خریداران
Chta	چانه زنی تامین‌کنندگان
Porter	پنج نیروی رقابتی پورتر
Innov	خلاقیت و نوآوری
Monaseb	مناسب بودن شرایط سازمان برای ایده پردازی
Hemayat	حمایت از کارکنان برای تبدیل ایده به عمل
Km	مدیریت دانش
Sakh	ساختار
Far	فرهنگ
Ek	اکتساب
Tec	تکنولوژی
Taamol	تعامل دانش
Karbord	کاربرد دانش
Hefazat	حفاظت از دانش
Asar	اثربخشی
Str	استراتژی
Scm	مدیریت زنجیره‌تأمین
Egmd	اقدامات مدیریت زنجیره‌تأمین
Egarz	اقدامات ارزیابی عرضه‌کنندگان

مدل اندازه‌گیری ابعاد پنج نیروی رقابتی پورتر. نمودارهایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل ابعاد نیروی رقابتی پورتر در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. نتیجه آزمون تحلیل عاملی تأییدی مدل ابعاد نیروی رقابتی پورتر و زیرمتغیرهای آن در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، عضویت متغیرهای ۷ و ۱۶ تأیید نشده است و براین اساس، این سوالات از میان پرسش‌ها حذف می‌شوند.



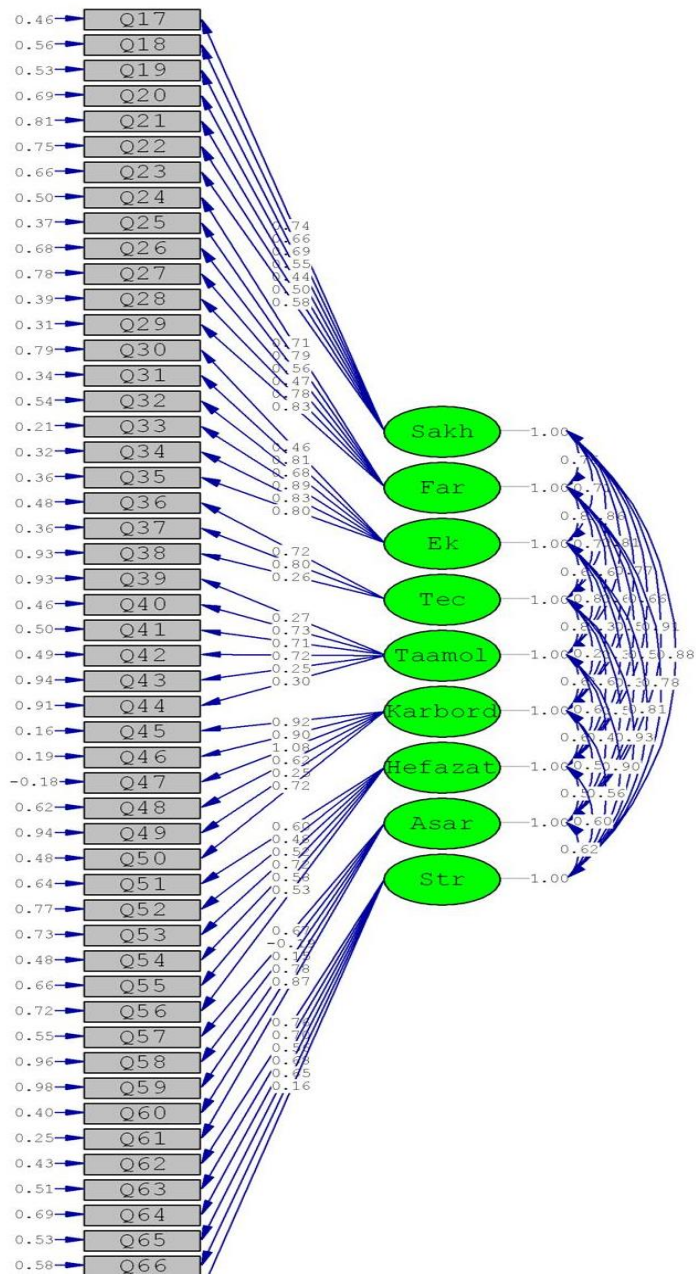
Chi-Square=143.40, df=87, P-value=0.00013, RMSEA=0.078

نمودار ۱. مدل اندازه‌گیری ابعاد نیروی رقابتی پورتر با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد

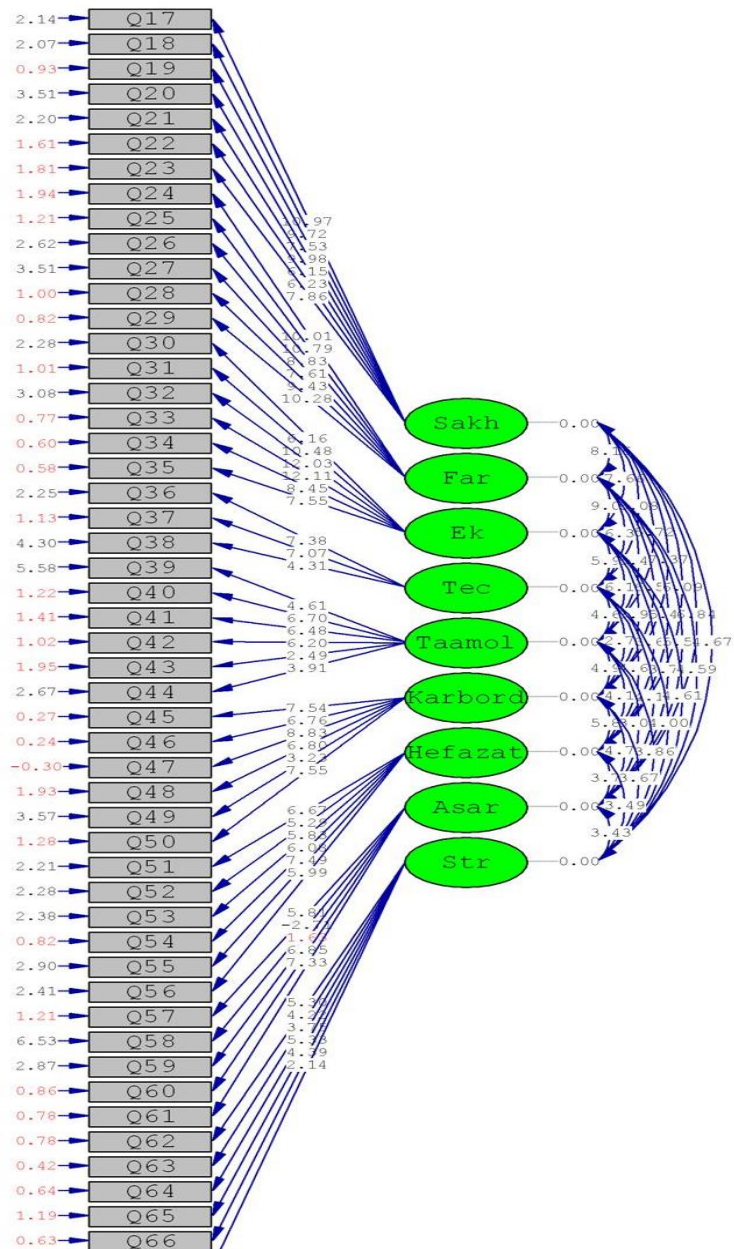


نمودار ۲. مدل اندازه‌گیری ابعاد نیروی رقابتی پورتر با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیر اثر بخشی مدیریت دانش. نمودارهایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل ابعاد اثربخشی مدیریت دانش در حالت استاندارد و معنی‌داری را نشان می‌دهد. نتیجه آزمون تحلیل عاملی تأییدی مدل ابعاد اثربخشی مدیریت دانش و زیر متغیرهای آن در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، عضویت سوال ۵۹ تأیید نشده است و بنابراین، این سوال از تحلیل حذف می‌شود.

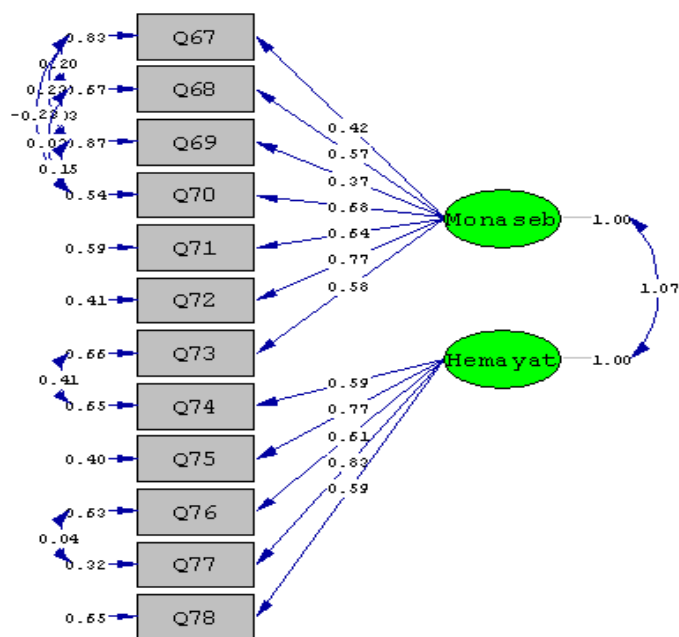


نمودار ۳. مدل اندازه‌گیری ابعاد اثر بخشی مدیریت دانش با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



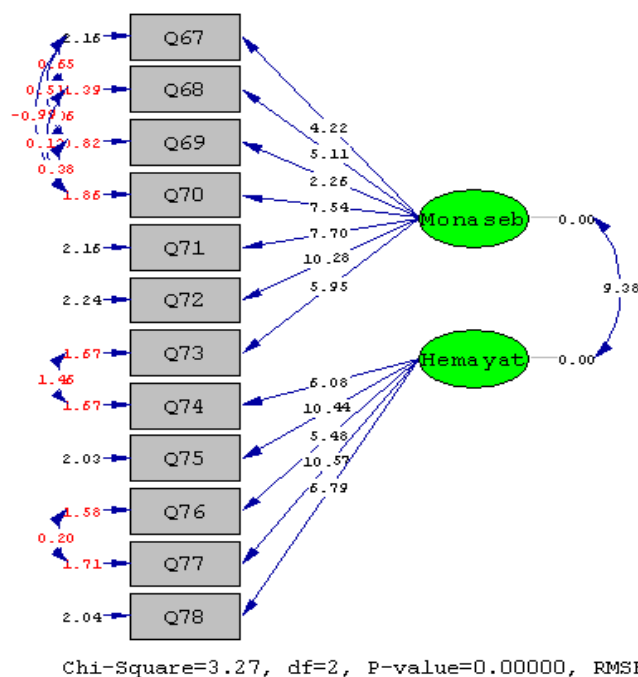
نمودار ۴. مدل اندازه‌گیری ابعاد اثربخشی مدیریت دانش با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

مدل اندازه‌گیری خلاقیت و نوآوری. نمودارهایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل خلاقیت و نوآوری در حالت استاندارد و معنی‌داری را نشان می‌دهد. نتیجه آزمون تحلیل عاملی تأییدی مدل خلاقیت و نوآوری و زیر متغیرهای آن در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، عضویت متغیرهای ۶۸، ۷۲، ۷۶ و ۷۷ مورد تأیید قرار نمی‌گیرد و این سوالات نیز از میان سوالات حذف می‌شوند.



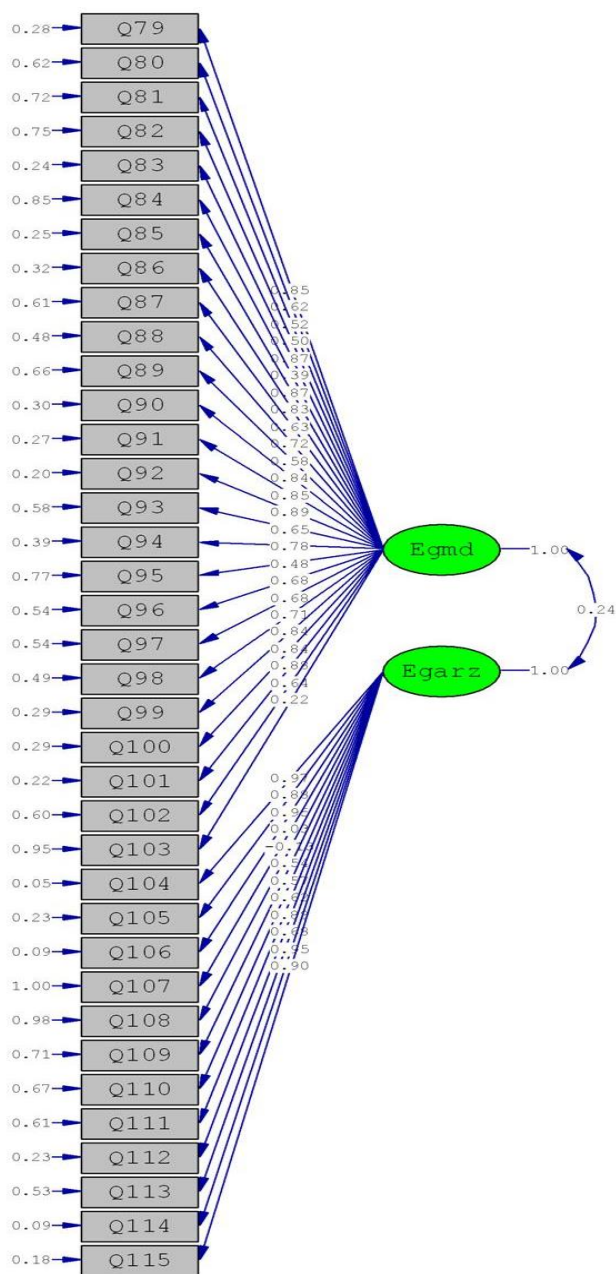
Chi-Square=3.27, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.064

نمودار ۵. مدل اندازه‌گیری خلاقیت و نوآوری با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد

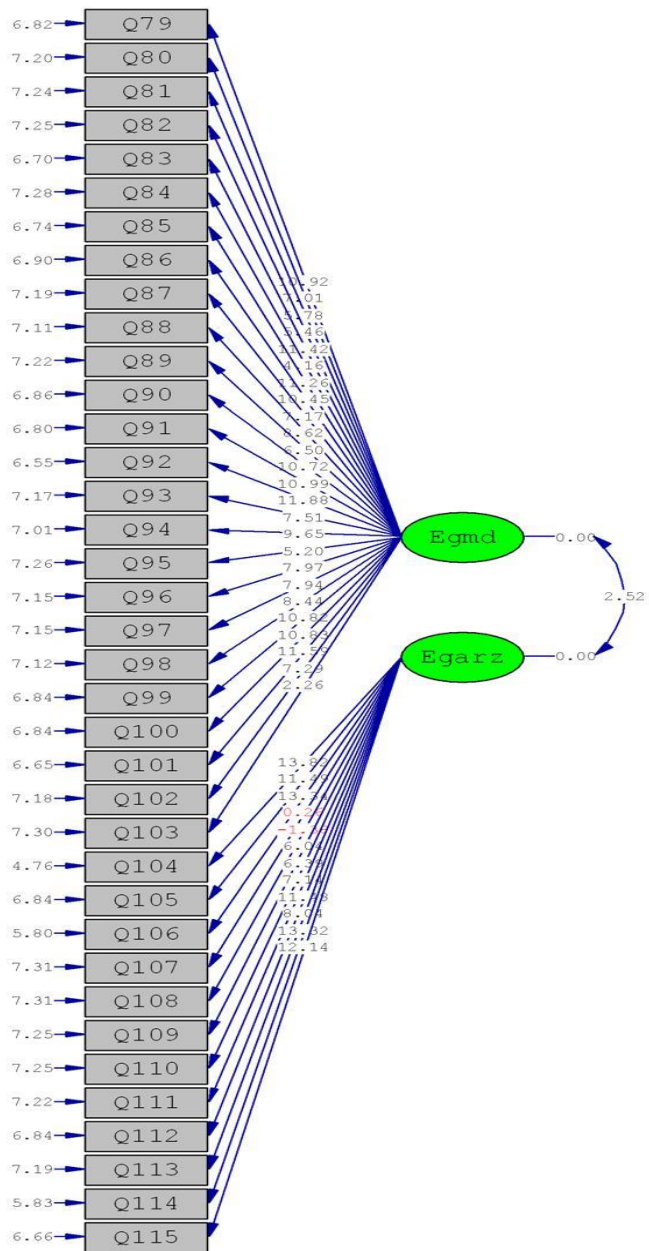


نمودار ۶ مدل اندازه‌گیری خلاقیت و نوآوری با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

مدل اندازه‌گیری مدیریت زنجیره‌تأمین. نمودارهایی که در بخش زیر آورده‌ایم، مدل مدیریت زنجیره‌تأمین در حالت استاندارد و معنی‌داری را نشان می‌دهد. نتیجه آزمون تحلیل عاملی تأییدی مدل مدیریت زنجیره‌تأمین و زیر متغیرهای آن در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، عضویت سوالات ۱۰۵ و ۱۰۶ نرم‌افزار لیزرل مورد تأیید قرار نگرفته است. بنابراین این سوالات از میان سوالات حذف می‌شوند.



نمودار ۷. مدل اندازه‌گیری مدیریت زنجیره تأمین با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



نمودار ۸. مدل اندازه‌گیری مدیریت زنجیره تأمین با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

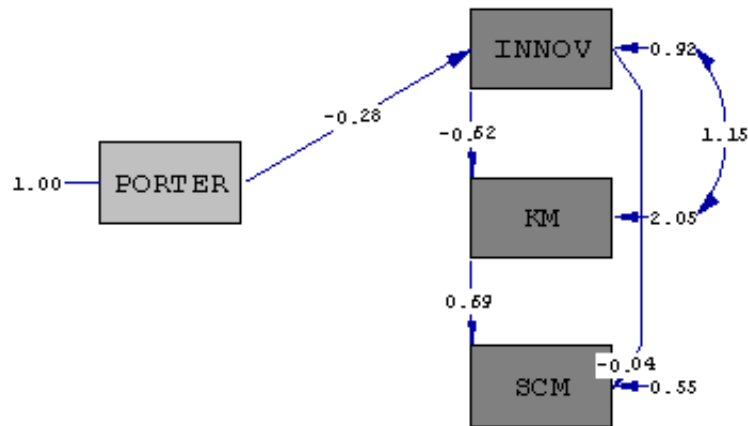
بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها. پیش از آنکه روابط بین متغیرها را آزمون کنیم لازم است تا نرمال بودن متغیرها را بررسی کنیم. یکی از روش‌های بررسی ادعای نرمال بودن توزیع متغیر استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف است. نتایج این آزمون در جدول (۴-۷) ارائه شده است. آیا متغیرهای طراحی شده دارای توزیع نرمال است؟ فرضیه صفر: متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند. فرضیه یک: متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول ۸. توزیع نرمال متغیرها

مدیریت زنجیره تامین	نوآوری	مدیریت دانش	پورت تر
۱/۰۲۷	۱/۳۹۹	۰/۷۲۰	۰/۸۴۰
۰/۲۴۳	۰/۰۴	۰/۶۷۷	۰/۴۸۱
		مقدار معنی داری	

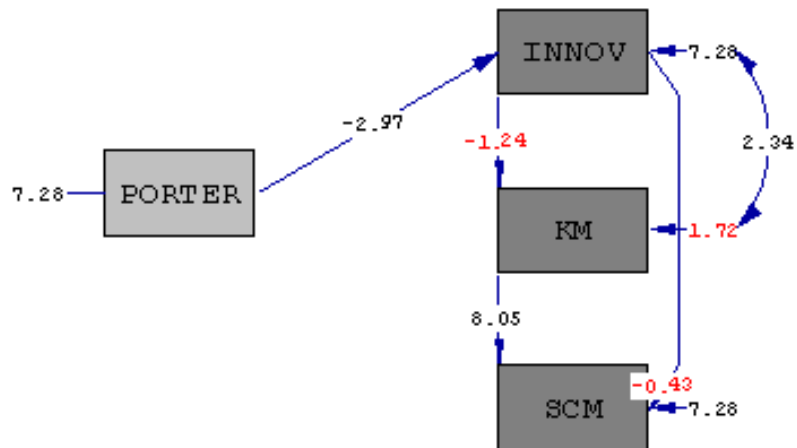
نتایج این آزمون نشان می‌دهد سطح معنی داری کلیه متغیرهای تحقیق به جز متغیر نوآوری بیشتر از ۰/۰۵ است اما در مورد این دو متغیر باید خاطر نشان کرد نرم افزار Spss طبق قضیه حد مرکزی نتایج این پرسشنامه را نرمال تشخیص داده است، لذا فرضیه صفر یعنی نرمال بودن متغیرها مورد تأیید قرار می‌گیرد.

آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روابط ساختاریافته خطی. پس از تعیین مدل‌های اندازه‌گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده‌های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه‌ها در نمودار ۹ و نمودار ۱۰، منعکس شده‌اند.



Chi-Square=1.05, df=1, P-value=0.30472, RMSEA=0.022

نمودار ۹. اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت استاندارد



Chi-Square=1.05, df=1, P-value=0.30472, RMSEA=0.022

نمودار ۱۰. اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت معنی‌دار

جدول ۹. شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

X2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
1.05	0.022	0.0045	1.00	1.00	1.00	1.00

نتیجه آزمون. تحقیق حاضر در پی آن بود تا رابطه میان نیروهای رقابتی پورتر را بر محرک‌های نوآوری بررسی نماید. برای این منظور چهار فرضیه مطرح شد. برای آزمون فرضیه‌ها ابتدا همبستگی بین متغیرهای مستقل و واسطه‌ها و وابسته آزمون می‌شود. همان‌طور که در قسمت قبلی ثابت کردیم، از آنجایی که توزیع ما نرمال تشخیص داده شد (نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف) با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون، همبستگی متغیرها آزمون شده است. برای بررسی رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته و تأیید کل مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار LISREL8.5 انجام شده است. نتایج حاصل از خروجی‌های لیزرل نشان می‌دهد که نسبت مجذور کای به درجه آزادی کمتر از سه است. و سایر شاخص‌های برازندگی برازش مدل را مورد تأیید قرار می‌دهند. آزمون معناداری T-value مدل نشان می‌دهد که نیروهای رقابتی پورتر بر محرک‌های نوآوری تأثیر مستقیم و مثبتی دارد. چرا که مقدار معنی‌داری آن بیشتر از عدد ۲ می‌باشد، از این رو این قضایا مورد تأیید قرار می‌گیرند. جدول (۱۰) ضریب معنی‌داری و نتایج فرضیه‌های مطرح شده را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. نتایج فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	معنی‌داری	نتیجه فرضیه
نیروهای رقابتی پورتر بر محرک نوآوری تأثیر دارند.	-۰/۲۸	-۲/۹۷	تأیید
نیروهای رقابتی پورتر بر کاربرد دانش (با نقش مداخله گر محرک نوآوری) تأثیر دارند.	-۰/۶۲	-۱/۲۴	رد
نیروهای رقابتی پورتر بر عملکرد مالی زنجیره تأمین (با نقش مداخله گر محرک نوآوری) تأثیر دارند.	-۰/۰۴	۰/۴۳	رد
کاربرد دانش بر عملکرد مالی زنجیره تأمین تأثیر دارد.	۰/۶۹	۸/۰۵	تأیید

در فرضیه اول ادعا شده بود که که نیروهای رقابتی پورتر بر محرک‌های نوآوری تأثیر معنی‌داری دارد، تجزیه و تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد که این فرضیه مورد قبول قرار می‌گیرد، چون (T-value=2.97). در فرضیه دوم ادعا شده بود که نیروهای رقابتی پورتر با نقش مداخله‌گر محرک‌های نوآوری بر کاربرد دانش تأثیر معنی‌داری دارد، تجزیه و تحلیل آماری نشان می‌دهد که

این فرضیه نیز رد می‌شود چون ($T\text{-value}=1.24$). در فرضیه سوم ادعا شده بود که نیروهای رقابتی پورتر با نقش مداخله‌گر محرک‌های نوآوری بر عملکرد مالی زنجیره تأمین تأثیر معنی‌داری دارد که تجزیه و تحلیل آماری نشان می‌دهد که این فرضیه نیز رد شده است. چون ($T\text{-value}=0.43$). در فرضیه چهارم ادعا شده بود که کاربرد دانش بر عملکرد مالی زنجیره تأمین تأثیر معنی‌داری دارد که تجزیه و تحلیل آماری نشان می‌دهد که این فرضیه درست است چون ($T\text{-value}=8.05$) است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

باتوجه به یافته‌های تحقیق حاضر تأثیر نیروهای رقابتی پورتر بر محرک‌های نوآوری و مدیریت دانش و عملکرد مالی زنجیره تأمین در صنعت لوازم خانگی سنجیده شد. نتایج بدست آمده از داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که نیروهای رقابتی پورتر تأثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد زنجیره تأمین دارد. همچنین فرضیه‌های تحقیق نیز با استفاده از نرم‌افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که در زیر به نتایج این فرضیات اشاره می‌کنیم:

طبق فرضیه اول، نیروهای رقابتی پورتر بر محرک‌های نوآوری تأثیر دارد که با توجه به تحلیل با نرم‌افزار لیزرل در سطح اطمینان ۹۵٪ از آنجایی که مقدار معنی‌داری این فرضیه خارج از بازه -۲ و +۲ قرار گرفته است، می‌توان ادعا نمود که نیروهای رقابتی پورتر تأثیر مثبت و مستقیمی بر محرک‌های نوآوری در شرکت دارد و بنابر این فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد.

طبق فرضیه دوم، نیروهای رقابتی پورتر بر کاربرد دانش با نقش مداخله‌گر محرک نوآوری تأثیر دارد، که با توجه به تحلیل با نرم‌افزار لیزرل در سطح اطمینان ۹۵٪ از آنجایی که مقدار معنی‌داری این فرضیه داخل بازه -۲ و +۲ قرار گرفته است، نمی‌توان ادعا نمود که نوآوری تأثیر مثبت و مستقیمی بر کاربرد دانش در شرکت دارد و بنابر این فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود.

طبق فرضیه سوم، نیروهای رقابتی پورتر بر عملکرد مالی زنجیره تأمین با نقش مداخله‌گر محرک نوآوری تأثیر دارد که با توجه به تحلیل با نرم‌افزار لیزرل در سطح اطمینان ۹۵٪ از آنجایی که مقدار معنی‌داری این فرضیه داخل بازه -۲ و +۲ قرار گرفته است، نمی‌توان ادعا نمود که محرک‌های نوآوری تأثیر مثبت و مستقیمی بر عملکرد مالی زنجیره تأمین در شرکت دارد و بنابر این فرضیه سوم پژوهش نیز رد شده است.

طبق فرضیه چهارم، کاربرد دانش بر عملکرد مالی زنجیره تأمین تأثیر دارد که با توجه به تحلیل با نرم‌افزار لیزرل در سطح اطمینان ۹۵٪ از آنجایی که مقدار معنی‌داری این فرضیه خارج از بازه -۲ و

۲+ قرار گرفته است، می‌توان ادعا نمود که دانش تأثیر مثبت و مستقیمی بر عملکرد مالی زنجیره تأمین در شرکت دارد و بنابر این فرضیه چهارم پژوهش تأیید شده است.

همان‌طور که در بخش‌های گذشته بدان اشاره کردیم، این تحقیق در پی آن بود تا تأثیر نیروهای رقابتی پورتر را بر محرک‌های رقابتی و مدیریت دانش و مدیریت زنجیره تأمین در شرکت پارس خزر را مورد بررسی قرار دهد. نتایج حاصل از رد یا تأیید فرضیه‌ها در بخش قبل اثبات کرد که فرضیه‌های پژوهش در جامعه آماری مورد بحث مورد تأیید قرار گرفتند که نتایج این تحقیق را می‌توان با تحقیق فارسیجانی و همکاران (۱۳۹۰) که به بررسی تأثیر نیروهای رقابتی سازمان بر کاربرد دانش برای بهبود عملکرد زنجیره تأمین در صنعت خودرو پرداخته‌اند مطابقت و همخوانی دارد. همچنین نتایج این تحقیق با تحقیق مانیان (۱۳۸۹) که به بررسی شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد زنجیره تأمین در صنعت قطعه‌سازی خودرو پرداختند نیز مشابهت و همخوانی دارد. همچنین در این تحقیق مشخص شد در جامعه آماری مورد بحث، در رابطه با کاربرد مدیریت دانش بر عملکرد زنجیره تأمین، از آنجایی که مقدار معنی‌داری بیشتری دارد، تأثیر بیشتری در مقابل عملکرد مدیریت زنجیره تأمین دارد.

پیشنهادها. در این بخش از پژوهش به مدیران شرکت پارس خزر پیشنهاد می‌گردد با توجه به تأیید فرضیه اول، به تأثیر نیروهای رقابتی پورتر بر محرک‌های نوآوری در سازمان، این نیروهای رقابتی را بیش از پیش مورد توجه و تمرکز قرار دهند و بر این نیرو برای دستیابی به محرک‌های نوآوری کارا تر و بهتر تمرکز بیشتری داشته باشند و با توجه به تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه عامل تازه‌واردان به صنعت نقش زیادی در عملکرد این شرکت نمی‌تواند داشته باشد پس این عامل را می‌توانند کم رنگ‌تر در اهداف خود تأثیر دهند و باز با توجه به تحلیل عاملی تأییدی سوالات پرسشنامه و رد شدن سوال ۵۹ در قسمت کاربرد دانش، به مسئولین پیشنهاد می‌شود که مدیرانی را برای تحقیق بازار و بازارگردی در سطح ملی و بین‌المللی آموزش دهند و اهدافشان را با توسعه بازار هماهنگ نمایند. با توجه به نتایج بدست آمده در قسمت نوآوری به مدیران پیشنهاد می‌شود محیط کار را طوری طراحی و مدیریت نمایند تا کارگران از اختیارات بیشتری در زمینه مسئولیتشان برخوردار باشند و یا به اصطلاح مدیریتی، تفویض اختیار شوند تا بتوانند از ایده‌های آنها برای روش انجام کار و همچنین خلاقیت و نوآوری در زمینه محصولات استفاده نمایند و از کارکنانی که ایده‌پردازی دارند حمایت کنند و برای آنها در صورت کاربردی بودن ایده‌شان، پاداش در نظر بگیرند و برای تبدیل ایده‌ها به عمل، از آنها حمایت نمایند. همچنین در این پژوهش با توجه به تأیید فرضیه چهارم، به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد برای بهبود عملکرد زنجیره تأمین، استراتژی‌ها و راهبردهای مدیریت دانش در سازمان را

مورد توجه و تمرکز قرار دهند. همچنین در این پژوهش با توجه به فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که مدیران، محرک‌های نوآوری را مورد توجه بیشتری قرار دهند تا بر عملکرد زنجیره تأمین و مدیریت دانش در سازمان‌ها تأثیر بیشتری داشته باشد. همچنین به مدیران پیشنهاد می‌شود برای ماندن در بازار رقابتی حال حاضر، از روش تحویل به‌موقع محصول استفاده نمایند و در آخر پیشنهاد سیاسی این تحقیق: با توجه به تحریم‌های اخیر در رابطه با کشور و همچنین کمبود ارز مرجع برای خرید مواد اولیه ضروری، به مدیران پیشنهاد می‌شود تولید مواد اولیه در داخل کشور را در راهبرد استراتژیک و چشم‌انداز شرکت در بلندمدت در نظر داشته باشند.

منابع

۱. آذرننگ، ه. (۱۳۹۰). نگاهی به تئوری مزیت رقابتی مایکل پورتر، سپیدار، www.sepidarsystem.com، تاریخ دریافت ۱۳۹۲، ۵، ۰۳، ۹، ۴۵.
۲. اردکانی، س. شاکری، ف. احمدآبادی، ز. & کاوندی، ح. (۱۳۹۰). تحلیلی بر نوآوری در صنعت خودروسازی با کاربرد مدل یابی معادلات ساختاری (SEM)، فصلنامه مدیریت صنعتی، ۴، ۹۳-۱۱۰.
۳. اشتدلر، ه. کلیگر، ک. ترجمه عسگری، ن. (۱۳۹۰). مدیریت زنجیره تأمین. انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران).
۴. انصاری رنانی، ق. (۱۳۸۸). ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق استراتژی رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیت های سازمان، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال اول، شماره ۲.
۵. بازرگان، ع. (۱۳۷۷). روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، نشر آگاه.
۶. پورتر، م. استراتژی های رقابتی پورتر (۱۳۹۱). مترجم. مهرپویا و مجیدی، انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رفاه.
۷. پورسلیمانی، ع. (۱۳۸۹). عملکرد زنجیره تأمین صنایع پتروشیمی. فصلنامه مدیریت دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی. واحد سنج. سال پنجم. شماره ۱۴.
۸. حافظ نیا، م. (۱۳۸۲). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت.
۹. حسینی، م. & روزبهانه، د. (۱۳۹۰). توسعه الگوی مزیت رقابتی پورتر و کاربرد آن در صنعت پتروشیمی ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۵، ۶۳-۸۲.
۱۰. حسینی، س. م. (۱۳۸۹). راهبرد زنجیره تأمین و انتخاب سامانه تولید. مطالعات مدیریت راهبردی. شماره ۲. ص ۸۹-۱۱۲.
۱۱. خاکی، غ. (۱۳۹۰). روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی. ویراست ۲. تهران، بازتتاب.
۱۲. خاکی، غ. (۱۳۷۸). روش تحقیق با رویکردی بر پایان نامه نویسی. مرکز تحقیقات علمی کشور. چاپ اول.
۱۳. سرمد، ز. (۱۳۸۴). روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.
۱۴. شفیعی نیک آبادی، م. & جلیلی ابوالحسنی، آ. (۱۳۸۹). نقش نیروهای رقابتی پورتر در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو. فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد. ۳۳، ۹-۱۴.
۱۵. شفیعی نیک آبادی، م. زود آیند. چارچوبی برای فرایندهای مدیریت دانش. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات.
۱۶. ضرغامی، ح. (۲۰۱۳). بررسی رابطه بین خلاقیت وانگیزه افراد برای نوآوری در سازمان های پژوهشی: مطالعه موردی در پژوهشکده پردازش هوشمند علائم، پایگاه مقالات علمی مدیریت.

۱۷. فارسیجانی، ح. فیضی، ک & شفیع نیک آبادی، م (۱۳۹۰). تأثیر نیروهای رقابتی سازمان بر کاربرد دانش برای بهبود عملکرد زنجیره‌ای تأمین در صنعت خودرو. *فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*. ۶. ۷۱-۹۲.

۱۸. کاویانی، الف (۱۳۸۹). بررسی تأثیر پنج عامل رقابتی مابکل پورتر بر فعالیت شرکت های خدمات گردشگری استان خوزستان .

۱۹. مانیان، ا. دهقان نیری، م. اخوان انوری، م & قربانی، د (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد زنجیره تأمین (مطالعه موردی صنعت قطعه سازی خودرو). *فصلنامه علوم مدیریت ایران*. ۱۷. ۶۷-۸۷.

۲۰. مقیمی، س. م (۱۳۸۵). رویکردی پژوهشی . *انتشارات ترمه*. چاپ چهارم .

۲۱. میرزایی اهرنجانی، ح (پاییز ۱۳۷۱) پژوهش های کاربردی ۲. *دانش مدیریت*. شماره ۱۸ .

۲۲. مهدوی مزده، م (۲۰۱۰). خلاقیت و نوآوری رمز دستیابی به استراتژی‌های رقابتی اثر بخش در هزاره سوم ، ارائه مدل مفهومی تعدیل یافته استراتژی‌های رقابتی پورتر بر مبنای نوآوری ، *پایگاه مقالات علمی مدیریت*.

۲۳. ناظمی، ج؛ ترکاشوند، ز؛ سمیعی زاده، ر؛ سیدی حسینی نیا، ش؛ (۱۳۹۰). الگوی کارای مدیریت دانش در زنجیره تأمین ؛ *مجله پژوهش‌های مدیریت*، ۸۹، ۵۹-۷۴

۲۴. نقاده . ح. (۲۰۱۲). زنجیره تأمین چیست ؟ آیا می توان آن را مدیریت کرد ؟ *پایگاه مقالات علمی مدیریت*.

۲۵. هومن ، حیدر علی ، (۱۳۸۴). مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل ، *انتشارات سمت*، چاپ اول .

26. A'arabi, S. M. (2008). A Handbook of Strategic Planning. *Cultural research Bureau Pub., Iran*

27. Atilgan, Ceren & Mc Cullen, P. (2010). Improving supply chain performance through auditing: a change management perspective. *Supply chain management. An International journal, Vol- 16 ISS: 1PP. 11-19.*

28. Evrard Samuel, K. lyneGoury, M. Gunasekaran, A& spalanzani, A (2011). – knowledge management in supply chain. *An empirical study from france- journal of strategic information systems*. 20.283-306.

29. Gomezeljomerzel, D. Antoncic. B.& Ruzzier. M (2011). – Deueloping and testing a multi- dimensional knowledge management model on slouenian (SMES)- www.emeraldinsight.com/1746-5265.

30. Haf man .e (2010). Linking corporate strategy and supply chain m anagement . *International Journalof Physical. Distribution & Logistics Management. Vol.40 no.4 pp.256-276* .

31. Ivanov.d.(2009). A framework for aligning planning decisions supply chain strategy, design, tactics, and operations. *interntional journal of production research*

32. Lilleoere A.& Hansen. E(2011). Knowledge-sharing enablers and barriers inpharmaceutical *research and development Journal of Knowledge Management. 15(1) .PP : 53-70.*

33. Liao, C. Chuang, S. & To P-L. (2010). How knowledge management mediates the relationship between environment and organizational structure *Journal of Business Research Article In Press*. Elsevier
34. Lin, Y, Wang, Y & Yu, C. (2010). "An empirical investigation of the relationship between product nature and supply chain strategy". *supply chain management: an international journal*, 15 (2), 139-153.
35. Najafi, A. (2010). Developing knowledge management in strategic framework of mabnamodel. 9 (8): 879-888
36. Stavroulaki, A. (2010). Aligning products with supply chain processes and strategy. *the international journal of logistics management*. voi. 21. no. 1
37. Sonia M. (2010). An empirical investigation of the relationship between product nature and supply chain strategy. *Supply Chain Management: An International Journal* 15/2 139-153.