

تاثیر بکارگیری مولفه های فعالیت های مدیریت پایدار بر مزیت رقابتی پایدار در صنایع لبنی

کیارش زبرجد^۱، قاسم رضایی^{۲*}

^۱ گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

^۲ گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

امروزه گرایش به سمت جهانی شدن، افزایش تحولات فناوری، مشتری مداری و ...، شدت رقابت بین شرکت ها را افزایش داده است بنابراین استفاده از راهکار هایی که باعث میشود سازمان در خصوص مشتریان، رقبا و محیط بازار، دانش یادگیری خود را به روز نماید، موجب افزایش توان شرکت و ایجاد مزیت رقابتی پایدار میگردد. هدف از این تحقیق بررسی تاثیر بکارگیری فعالیت های مدیریت پایدار شامل: فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار میباشد. تحقیق پیش رو از جهت نوع کاربردی است و از جهت روش کمی میباشد. ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق، پرسشنامه میباشد. جامعه آماری مدیران و کارشناسان حوزه های تحقیق و توسعه، کیفیت، بازاریابی، بازرگانی، فروش، تولید، آموزش، منابع انسانی و فناوری اطلاعات ۱۱ شرکت بزرگ لبنی در استان های تهران و فارس بوده اند. حجم نمونه برای این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران تعیین شد که در آن جامعه آماری ۳۰۶ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل از نرم افزارهای SPSS، Smart PLS و مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج نشان دهنده برازش مناسب مدل ذکر شده تحقیق میباشد. فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی بصورت جداگانه بر روی مزیت رقابتی پایدار از نظر آماری تاثیر مثبت و معناداری دارند. پیشنهاد میشود که شرکت ها از مدل تحقیق برای افزایش سطح مزیت رقابتی خود استفاده نمایند.

واژه های کلیدی: فعالیت های مدیریت پایدار، فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت، فعالیت های هوش رقابتی، مزیت رقابتی پایدار، مدل معادلات ساختاری.

مقدمه

کسب و کارهای امروزی به صنایع مبتنی بر دانش تبدیل شده است، این موضوع خود را به شکلی نمایان میکند که تنها متخصصان این حوزه میتوانند مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند [۱]. مزیت رقابتی، حاصل نگرش شرکت نسبت به شرکتی که دائماً در حال تغییر در محیط است میباشد و هم اکنون به حوزه مهمی تبدیل شده است. جهانی شدن بازار و رقابت مستقیماً بر سازمان های تجاری تأثیر می گذارد [۲]. چشم انداز فعالیت های مدیریت پایدار به عنوان مسیری برای درک روند تقویت مزیت رقابتی سازمان های تجاری مورد توجه میباشد. فعالیت های مدیریت پایدار (فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی) به رویکرد های مهمی میپردازد که شرکت های تجاری برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار نسبت به آن اقدام می کنند. بنابراین مدیریت استراتژیک این فعالیت ها از اهمیت بسیاری برای تحقق اهداف شرکت به شمار میرود. امروزه شرکت های امروزی دانش را به عنوان دارایی در جهت موفقیت می بینند [۳]. میتوان گفت که سازمان های تجاری از مدیریت کیفیت با هدف بهبود دستاوردهای فرایند استفاده می کنند و برای تسریع پیشرفت و دستیابی به موقعیت مطلوب در تجارت، یک سازمان باید کسب و ادغام دانش جدید را در اولویت خود قرار دهد [۴]. هدف از مدیریت کیفیت جلب رضایت مشتری، بهبود عملکرد مدیریت، مزیت رقابتی پایدار و حفظ بهبود فرآیند در بخشهای یک سازمان تجاری میباشد [۵]. مدیریت کیفیت می تواند عملکرد فرایندهای سازمانی موجود را بهبود بخشد و شرکت هایی که خود را با شرایط بازار پویا تطبیق می دهند نیز باید اکتشاف و نوآوری را به عنوان وظایف کلیدی در نظر بگیرند [۶]. استراتژی کلی فعالیت های مدیریت پایدار می تواند به عنوان یک منبع ناملموس در نظر گرفته شود که نشان دهنده مسیری است که تیم مدیریت برای تحقق اهداف اصلی شرکت در پیش گرفته است. علاوه بر این، چنین فعالیت هایی به عنوان معیاری برای ارزیابی ظرفیت داخلی مدیریت و تطبیق پویایی های متغیر بازار شکل می گیرد [۷]. افزایش سهم بازار، به دنبال خود افزایش فروش و تولید با هزینه کمتر را به ارمغان می آورد. بنابراین استراتژی مربوط به مزیت رقابتی پایدار میتواند به خود سهم بازار بالایی را اختصاص دهد [۸]. فعالیتهای مدیریت پایدار شرکتهای جهانی در کشورهای توسعه یافته منجر به مزیت رقابتی پایدار می شود [۹].

در این تحقیق فرض بر این است که فعالیت های مدیریت پایدار (فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی) میتواند مزیت رقابتی پایدار شرکت را تقویت نماید. لازم به ذکر است این تحقیق به مدیران و کارشناسان بخش های مختلف شرکت کمک می کند تا برنامه ها و تصمیمات خود را برای تصمیمات بهینه ای در بازار اتخاذ کنند.

ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

امروزه به دانش به عنوان اهرم استراتژیک عملکرد شرکت توجه خاص میشود. بیشتر شرکت های خصوصی به اهمیت دانش و مدیریت آن برای کسب مزیت رقابتی پی برده اند. مدیریت دانش تضمین کننده برتری بلند مدت برای شرکت میباشد. صاحب نظران مدیریت اعتقاد دارند که فواید بکارگیری مدیریت دانش شامل: افزایش کارآمدی و اثربخشی عملکردها و پیشرفت مداوم و مستمر سازمان میباشد [۱۰]. نوآوری به عنوان عامل حیاتی برای سازمان ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط متغیر امروزی ضروری میباشد. اقدامات نوآوری به میزان زیاد، به دانش و تخصص کارکنان جهت عملکرد بهتر وابسته است. در عصر امروزی که دانش به عنوان یکی از مهمترین دارایی های سازمان ها میباشد،

سازمان ها به خوبی می دانند که مزیت رقابتی آن ها به نیروی انسانی فکری استخدام شده بستگی دارد. بنابراین ، سازمان ها سرمایه گذاری زیاد بر روی سرمایه فکری انجام می دهند [۱۱].

مطالعات انجام شده تاثیر مستقیم دانش کارکنان بر مزیت رقابتی، رشد فروش، سهم بازار، سودآوری و ارزش افزوده را نشان میدهد. در دیدگاه مبتنی بر دانش مزیت رقابتی پایدار تنها از طریق دانش نصیب سازمان ها میشود و سازمان ها قادرند با یادگیری دانش بیشتر در جهت رسیدن به مزیت رقابتی پایدار گام بردارند [۱۲].

چالش های اقتصادی در سازمان های امروزی با توجه به شرایط رقابتی باعث شده که بسیاری از شرکت ها بر مدیریت کیفیت به عنوان یک فعالیت اساسی جهت بهبود بازار و سودآوری تمرکز داشته باشند. طراحی و پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت در سازمان ها در صورتی که مبتنی بر شرایط خاص سازمان ها باشد میتواند سبب بهبود عملکرد سازمان ها شود [۱۳].

مدیریت کیفیت یک دیدگاه مدیریتی است که با قابلیت بالا توانمندی را برای سازمان به ارمغان می آورد. مدیریت کیفیت با تمرکز بر طراحی، انتخاب فناوری، فرآیندهای مناسب تولید، مشارکت بیشتر کارکنان، آموزش کیفیت و توجه به نیاز های مشتریان زمینه بهبود در سازمان را فراهم میکند. مدیریت کیفیت فقط شامل محصولات نمی گردد بلکه یک دیدگاه جامع نسبت به سازمان دارد و تمام فرآیندها و فعالیت هارا در شامل میشود [۱۴]. مدیریت کیفیت از طریق بهبود مستمر و کار تیمی موجب رضایت مشتری میشود [۱۵].

استقرار مدیریت کیفیت، شرکت هارا قادر ساخته تا ضمن افزایش بهره وری توان رقابتی خود را ارتقا دهند [۱۶].

هوش رقابتی عامل ضروری در پیش بینی این است که شرکت نسبت به رقا عقب تر است یا جلوتر [۱۷]. سیستم های هوش کسب و کار به عنوان یک عامل مهم در توسعه مزیت رقابتی نقش اساسی دارند [۱۸]. در واقع مزیت رقابتی تمایز در ویژگی های یک شرکت است که آن را به ارائه خدمات بهتر نسبت به سایر شرکت ها در خصوص مشتریان مینماید [۱۹]. در این راستا سیستم های هوش کسب و کار با استفاده از فرآیندها، فناوری های مختلف و ابزارها مدیران را جهت اخذ تصمیمات مهم یاری میدهند [۲۰].

در این تحقیق فعالیت های هوش رقابتی به عنوان یک فرآیند سیستماتیک جمع آوری، تجزیه و تحلیل و استفاده از اطلاعات فعالیت های رقا و محیط تجاری شرکت از طریق روش های سیستماتیک شامل: پیش بینی محیط خارجی و حفاظت از دانش و اطلاعات شرکت بررسی میگردد.

- ربیعی مندجین و رضانی میمی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان بررسی تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تاکید بر نقش واسطه ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش بر مزیت رقابتی تاثیر غیرمستقیم مثبت و معناداری دارد [۲۱].

- موسی زاده و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان نقش مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار به این نتیجه رسیدند که بخش دانش و مدیریت دانش بخشی است حائز اهمیت و باعث مزیت رقابتی پایدار در شرکت ها میشود [۲۲].

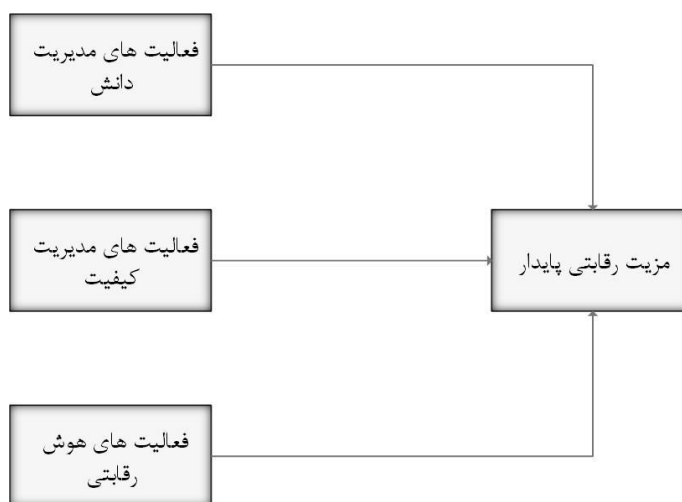
- سپهوند و شریعت نژاد (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی در واحدهایی که در شهرک صنعتی استان لرستان مستقر هستند پرداخته و نتیجه حاصل نشان داد که هوش رقابتی تاثیر مثبت و معنادار بر رقابت صنعتی و توان رقابتی در واحدهای شهرک صنعتی مربوطه دارد [۲۳].

- کیم و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان فعالیت های مدیریت پایدار: بررسی روابط بین قابلیت های تجاری سازی فناوری، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد تجاری نشان دادند که فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوشمند رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار از نظر آماری تاثیر مثبت و معنادار دارند. [۲۴].

- احمد (۲۰۱۵) در تحقیق خود با عنوان هوش رقابتی برای مزیت رقابتی پایدار بیان نمود که عواملی مانند راهبردهای بازاریابی و فرهنگ سازمانی در کسب و کار بر توسعه هوش تجاری و مزیت رقابتی تاثیر دارد [۲۵].

- رید و همکاران (۲۰۰۰) در تحقیق خود با عنوان مدیریت کیفیت و مزیت رقابتی پایدار بیان نمودند که محتوای مدیریت کیفیت جامع قادر به ایجاد مزیت رقابتی است و ضمنی و پیچیدگی که در فرآیند مدیریت کیفیت جامع است، ذاتی است و این پتانسیل را دارد که موانعی برای تقلید ایجاد کند که برای پایداری ضروری است. پس میتوان نتیجه گرفت که مدیریت کیفیت جامع بر مزیت رقابتی پایدار تاثیرگذار است [۲۶].

با توجه به مطالب ذکر شده و مطالعه ادبیات تحقیق، مدل مفهومی مطابق با شکل ۱ میباشد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

^۱Kim et al.

^۲Ahmed

^۳Reed et al.

روش شناسی تحقیق

تحقیق پیش رو از نظر روش، کاربردی و استدلال آن از نوع قیاسی می‌باشد. از نظر گردآوری اطلاعات، تحقیق کمی به حساب می‌آید.

جهت جمع‌آوری داده‌های تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

پرسشنامه مستخرج از مقالات پایه بوده و جهت جمع‌آوری داده‌های عددی می‌باشد. داده‌های عددی در طیف پنج‌گزینه ای لیکرت مرتب شده است. پرسشنامه با توجه به اینکه از مقاله پایه استخراج شده است، روایی و پایایی آن به تایید رسیده است ولی جهت اطمینان مجدداً روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفته است.

حجم نمونه این تحقیق با فرمول کوکران جامعه آماری مشخص تعیین گشته است. در نهایت ۳۰۶ عدد پرسشنامه از پرسشنامه‌های توزیع شده با پاسخ‌های کامل و قابل استفاده برگشت داده شد.

نمونه‌گیری از مدیران و کارشناسان ۱۱ شرکت بزرگ لبنی انجام شده است و روش نمونه‌گیری احتمالی خوشه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد. در این روش، نمونه‌ای از عناصر، به صورت احتمالی از هر خوشه برگزیده شده است. در نمونه‌گیری خوشه‌ای گروه‌ها ناهمگن هستند. در این روش واحد نمونه‌گیری فرد نیست، بلکه شامل گروه یا خوشه‌ای از افراد است.

جدول ۱ نشان‌دهنده توزیع فراوانی جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان در تحقیق می‌باشد.

جدول ۱- توزیع فراوانی جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان

| جنسیت | آقا | ۲۳۸ | درصد |
|--------------|----------------|-----|------|
| | خانم | ۶۸ | ۷۷,۸ |
| | کمتر از ۳۰ | ۷۰ | ۲۲,۲ |
| | ۳۱ تا ۴۰ | ۱۸۰ | ۲۲,۹ |
| سن | ۴۱ تا ۵۰ | ۵۱ | ۵۸,۸ |
| | بیش از ۵۰ | ۵ | ۱۶,۷ |
| | دیپلم | ۲۶ | ۱,۶ |
| | کارشناسی | ۱۴۶ | ۸,۵ |
| سطح تحصیلات | کارشناسی ارشد | ۱۲۴ | ۴۷,۷ |
| | دکتری و بالاتر | ۱۰ | ۴۰,۵ |
| | تحقیق و توسعه | ۲۳ | ۳,۳ |
| | کیفیت | ۴۳ | ۷,۵ |
| | فناوری اطلاعات | ۲۴ | ۱۴,۱ |
| واحد سازمانی | بازرگانی | ۱۹ | ۷,۸ |
| | بازاریابی | ۴۱ | ۶,۲ |
| | | | ۱۳,۴ |

| | | | |
|------|-----|--------------|-------------|
| ۱۹,۶ | ۶۰ | فروش | |
| ۶,۹ | ۲۱ | آموزش | |
| ۱۵,۴ | ۴۷ | تولید | |
| ۹,۲ | ۲۸ | منابع انسانی | |
| ۲۴,۵ | ۷۵ | مدیر | |
| ۵,۶ | ۱۷ | مدیر ارشد | |
| ۵۹,۸ | ۱۸۳ | کارشناس | پست سازمانی |
| ۱۰,۱ | ۳۱ | کارشناس ارشد | |

تجزیه و تحلیل اطلاعات عددی، آمار توصیفی و پیش پردازش در نرم افزار SPSS 26 انجام شد. سپس، روابط بین متغیرها با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) آزمون گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آمار استنباطی در این بخش از نرم افزار Smart PLS استفاده شده است. در نرم افزار Smart PLS روابط متغیرهای تحقیق بررسی، فرضیه های علی بر اساس مدل سازی معادلات ساختاری، آزمون های مربوط به پایایی و روایی پرسشنامه و در نهایت مدل نهایی تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

بحث و نتیجه گیری

تحقیق پیش رو از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده کرده است. فرضیات این تحقیق به شرح زیر میباشند:

۱. فعالیت های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تاثیرگذار است (H1).
۲. فعالیت های مدیریت کیفیت بر مزیت رقابتی پایدار تاثیرگذار است (H2).
۳. فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر گذار است (H3).

مطابق با جدول ۲ ضرایب مسیر و مقادیر معناداری مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۲- ضرایب مسیر رابطه بین سازه ها و اجزای مربوط به آنها

| فرضیات | PVALUE | T VALUE | Path coefficients | تفسیر |
|--------|--------|---------|-------------------|-----------------|
| H1 | ۰,۰۰۰ | ۵,۷۵۸ | ۰,۱۳۳ | تایید / معنادار |
| H2 | ۰,۰۰۰ | ۶,۲۹۸ | ۰,۲۱۹ | تایید / معنادار |
| H3 | ۰,۰۰۰ | ۴,۴۵۱ | ۰,۴۸۵ | تایید / معنادار |

فعالیت های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد. (H1)

فرضیه اول با توجه به مقدار $Pvalue = 0.000$ و نیز مقدار استاندارد شده آن $Tvalue = 5.758$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد فرض آماری H_0 رد و فرض آماری H_1 معنادار در جامعه هدف می باشد.

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

باتوجه به موارد ذکر شده فعالیت های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر معناداری دارد. پس از آن به بررسی شاخص ضریب مسیر یا β می پردازیم. با توجه به مقدار آن که ۰,۱۳۳ می باشد، میتوان گفت که فعالیت های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارند.

فعالیت های مدیریت کیفیت بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد. (H2)

فرضیه دوم با توجه به مقدار $Pvalue = 0.000$ و نیز مقدار استاندارد شده آن $Tvalue = 6.298$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد فرض آماری H_0 رد و فرض آماری H_1 معنادار در جامعه هدف می باشد.

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

باتوجه به موارد ذکر شده فعالیت های مدیریت کیفیت بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر معناداری دارد. پس از آن به بررسی شاخص ضریب مسیر یا β می پردازیم. با توجه به مقدار آن که ۰,۲۱۹ می باشد، میتوان گفت که فعالیت های مدیریت کیفیت بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارند.

فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد. (H3)

فرضیه سوم با توجه به مقدار $Pvalue = 0.000$ و نیز مقدار استاندارد شده آن $Tvalue = 4.451$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد فرض آماری H_0 رد و فرض آماری H_1 معنادار در جامعه هدف می باشد.

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

باتوجه به موارد ذکر شده فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر معناداری دارد. پس از آن به بررسی شاخص ضریب مسیر یا β می پردازیم. با توجه به مقدار آن که ۰,۴۵۸ میباشد، میتوان گفت که فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارند.

آزمون دقت برای پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا، نشان‌دهنده انتخاب صحیح متغیرهای انتخاب‌شده در مدل است. برای توضیح اعداد جدول ۳ می توان گفت که عدد زیر ۰,۱۹ (ضعیف)، عدد بین ۰,۱۹ تا ۰,۳۳ (متوسط)، عدد بین ۰,۳۳ تا ۰,۶۷ (قوی) و عدد بالای ۰,۶۷ است (بسیار قوی).

جدول ۳- R Square or R²

| متغیر درونزا | R Square | R Square Adj |
|--------------------|----------|--------------|
| مزیت رقابتی پایدار | ۰.۸۹۵ | ۰.۸۹۳ |

متغیر های فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی در سطح بسیار قوی رفتار متغیر مزیت رقابتی پایدار را پیش بینی می کند.

سپس شاخص SRMR محاسبه شده و با نقطه برش ۰,۰۸ مقایسه میشود. اگر این شاخص از ۰,۰۸ کوچکتر باشد، مدل برازش دارد.

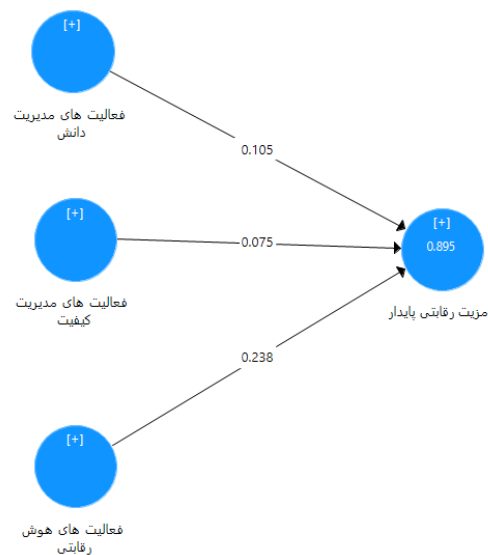
مقدار شاخص $SRMR = 0.061$ میباشد که از ۰,۰۸ کوچکتر است و میتوان گفت مدل برازش دارد و مشاهدات نمونه با واقعیت تطابق دارد.

سپس به بررسی معیار GOF پرداخته شده که میانگین هندسی ضرایب تعیین متغیر های درونزا و میانگین مقادیر اشتراکی متغیر های تحقیق میباشد. برای بررسی مقادیر این معیار از سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ استفاده شده است.

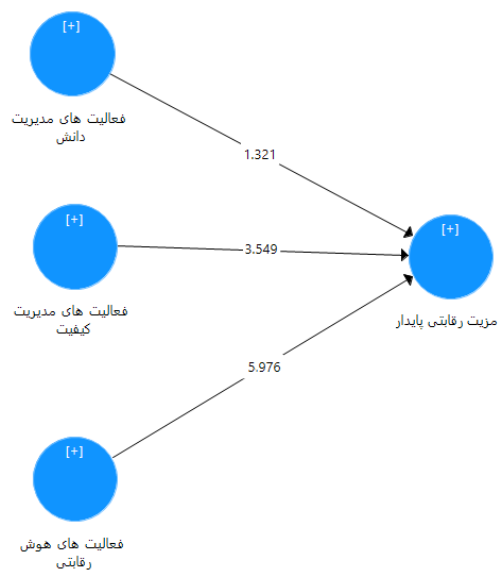
$$GOF = \sqrt{0.58 \times 0.31} = 0.424$$

با توجه به اینکه مقدار GOF بیش از ۰,۳۶ میباشد، میتوان گفت که مدل کلی تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است.

مدل کلی تحقیق مطابق با شکل ۲ و شکل ۳ در دو حالت برآورد ضرایب استاندارد و معناداری ضرایب میباشد.



شکل ۲- مدل کلی تحقیق براساس برآورد ضرایب استاندارد



شکل ۳- مدل کلی تحقیق در حالت معنی داری ضرایب

نتایج این تحقیق تاثیر فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی را بر متغیر مزیت رقابتی پایدار تایید مینماید. همینطور در نتیجه میتوان گفت فعالیت های مدیریت پایدار بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد.

- نتیجه این تحقیق در بررسی در بررسی فعالیت های مدیریت دانش و تاثیرگذاری آن بر متغیر مزیت رقابتی پایدار با تحقیقات کنجاو منفرد و همکاران (۱۳۹۹)، ربیعی مندجین و همکاران (۱۳۹۶)، موسی زاده و همکاران (۱۳۹۵)، قوی پنجه و همکاران (۱۳۹۴)، مائو و همکاران (۲۰۱۵) و رحیملی (۲۰۱۲)^۱ همراستا میباشد [۴۷]، [۲۱]، [۲۲]، [۲۸]، [۲۹]، [۳۰]. در نتیجه فعالیت های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد. [۳۱].

- نتیجه این تحقیق در بررسی فعالیت های مدیریت کیفیت و تاثیرگذاری آن بر متغیر مزیت رقابتی پایدار با تحقیقات سهرابی و همکاران (۱۳۹۵)، بارانی و همکاران (۱۳۹۵)، کیم و همکاران (۲۰۲۰)، چن و همکاران (۲۰۲۰) و رید و همکاران (۲۰۰۰) همراستا میباشد [۴۲]، [۳۳]، [۲۴]، [۳۴]، [۲۶]. در نتیجه فعالیت های مدیریت کیفیت بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد. [۳۵].

- این تحقیق در بررسی فعالیت های هوش رقابتی و تاثیرگذاری آن بر متغیر مزیت رقابتی پایدار با تحقیقات بولگر (۲۰۱۶)، سپهوند و شریعت نژاد (۱۳۹۴)، دولت آبادی و همکاران (۱۳۹۰)، کیم و همکاران (۲۰۲۰) و سالگوئرو و همکاران (۲۰۱۹) همراستا میباشد [۳۵]، [۲۳]، [۳۶]، [۲۴]، [۳۷]. در نتیجه فعالیت های هوش رقابتی بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به ادبیات تحقیق، پیشینه نظری و نتایج تحقیق میتوان ذکر کرد که فعالیت های مدیریت پایدار شامل: فعالیت های مدیریت دانش، فعالیت های مدیریت کیفیت و فعالیت های هوش رقابتی به طور مستقیم و معنادار بر روی مزیت رقابتی پایدار تاثیر گذارند. از این جهت قابل ذکر است که با بهبود ۳ متغیر ذکر شده، فعالیت های مدیریت پایدار بهبود، در نتیجه مزیت رقابتی پایدار شرکت افزایش می یابد. نتایج این تحقیق به مدیران شرکت های لبنی کمک میکند تا روش های مناسبی جهت بهبود و ایجاد مزیت رقابتی پایدار اتخاذ نمایند.

^۱Mao et al.

^۲Rahimli

^۳Chen et al.

^۴Reed et al.

^۵Bulger

^۶Salguero et al.

منابع و مراجع

- [1] T. Davenport and L. Prusak, *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, vol. 1. 1998.
- [2] J. Liebowitz, *Building Organizational Intelligence: A Knowledge Management Primer*. ۲۰۱۹.
- [3] G. A. Tingley, *The Challenge of the New Organization BT - Operational Research and the Social Sciences*. Boston, MA: Springer US, 1989.
- [4] M. Asif, H. J. de Vries, and N. Ahmad, "Knowledge creation through quality management," *Total Qual. Manag. Bus. Excell.*, vol. 24, no. 5–6, pp. 664–677, Jun. 2۰۱۳.
- [5] B. B. Flynn, R. G. Schroeder, and S. Sakakibara, "A framework for quality management research and an associated measurement instrument," *J. Oper. Manag.*, vol. 11, no. 4, pp. ۳۳۹–۳۶۶, ۱۹۹۴.
- [6] C.-L. Yang and S.-T. Wei, "Modelling the performance of CoP in knowledge management," *Total Qual. Manag. Bus. Excell.*, vol. 21, no. 10, pp. 1033–1۰۴۵, ۲۰۱۰.
- [7] M. Taghian and R. N. Shaw, "Market fit and business performance: an empirical investigation," *J. Strateg. Mark.*, vol. 18, no. 5, pp. 395–4۱۵, ۲۰۱۰.
- [8] R. R. Sinkovics and A. S. Roath, "STRATEGIC ORIENTATION, CAPABILITIES, AND PERFORMANCE IN MANUFACTURER — 3PL RELATIONSHIPS," *J. Bus. Logist.*, vol. 25, no. 2, pp. 43–64, Sep. 2004.
- [9] G. S. Kearns and A. L. Lederer, "A Resource-Based View of Strategic IT Alignment: How Knowledge Sharing Creates Competitive Advantage," *Decis. Sci.*, vol. 34, no. 1, pp. 1–۲۹, Feb. 2003.
- [۱۰] ت. داوونپورت، ل. پروساک، مدیریت دانش. شرکت تهیه و توزیع قطعات لوازم یدکی ایران خودرو، ۱۳۷۹.
- [11] J. Liebowitz, *Building Organizational Intelligence: A Knowledge Management Primer*. CRC Press, 1999.
- [12] M. G. Mohayidin, N. Azirawani, K. Norfaryanti, M. Idawati, P. Malaysia, and S. Serdang, "The Application of Knowledge Management in Enhancing the Performance of Malaysian Universities," *Electron. J. Knowl. Manag.*, vol. 5, no. 3, pp. 301–3۱۲, ۲۰۰۷.
- [۱۳] ع. محقر، ف. معین نجف آبادی، ع. بیاضی طهرابند، "بررسی تاثیر فعاليت های مدیریت کیفیت بر عملکرد سازمان ها"، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، ص ۱۸۵–۲۰۴، ۱۳۸۹.
- [14] A. Yeung, T. C. E. Cheng, and K. Lai, "An Operational and Institutional Perspective on Total Quality Management," *Prod. Oper. Manag.*, vol. 15, no. 1, pp. 156–1۷۰, ۲۰۰۶.
- [15] T. H. Chan and H. A. Quazi, "Overview of Quality Management Practices in Selected Asian

- Countries,” Qual. Manag. J., vol. 9, no. 1, pp. 23–49, Jan. 2002.
- [16] W. E. Deming, *Quality Productivity and Competitive Position*, 1st editio. Massachusetts Inst Technology, 1982.
- [17] D. Vriens and K. Soilen, “Disruptive Intelligence - How to gather Information to deal with disruptive innovations,” J. Intell. Stud. Bus., vol. 4, no. 3, pp. 63–78, ۲۰۱۴.
- [۱۸] ش. ناصری اصفهانی، ه. صفائی پور، م. تارخ، “به کارگیری هوش تجاری و مدیریت ارتباط با مشتری در شهرداری الکترونیک (مطالعه‌ی موردی سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان، داده‌های بخش عوارض و نوسازی)،” *مهندسی صنایع و مدیریت*، دوره ۱، شماره ۱، ص ۸۸–۸۱، ۲۰۱۴.
- [۱۹] م. سلطانی، ح. زارع، م. پرنیان خوی، “بررسی و تحلیل نقش قابلیت های فردی منابع انسانی در ایجاد مزیت رقابتی، با به کارگیری مدل ”VRIO، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۳، شماره ۲، ص ۴۱۴–۳۹۳، ۱۳۹۴.
- [20] N. Foshay and C. Kuziemy, “Towards an implementation framework for business intelligence in healthcare,” Int. J. Inf. Manage., vol. 34, no. 1, pp. 20–27, ۲۰۱۴.
- [۲۱] م. ربیعی مندجین، م. رضائی میمی، “بررسی تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تاکید بر نقش واسطه ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران،” *مدیریت شهری*، دوره ۱۶، شماره ۳، ص ۲۰۲–۱۸۷، ۱۳۹۶.
- [۲۲] ب. موسی زاده، س. کرمی، ک. شادمانی، “نقش مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار،” *همایش پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران*، دوره ۱، شماره ۱، ص ۱۰–۱، ۱۳۹۵.
- [۲۳] ر. سپهوند، ع. شریعت نژاد، “بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر توان رقابتی و رقابت مندی صنعتی در شهرک های صنعتی استان لرستان،” *فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی*، دوره ۱۳، شماره ۳۶، ص ۲۶–۱، ۱۳۹۴.
- [24] J. Kim, B. Seok, H. Choi, S. Jung, and J. Yu, “Sustainable Management Activities: A Study on the Relations between Technology Commercialization Capabilities, Sustainable Competitive Advantage, and Business Performance,” *Sustainability*, vol. 12, no. 19. p. 21, ۲۰۲۰.
- [25] A. Ahmad, “Business Intelligence for Sustainable Competitive Advantage,” in *Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics*, vol. 22, Emerald Group Publishing Limited, 2015, pp. 3–2۲۰.
- [26] R. Reed, D. J. Lemak, and N. P. Mero, “Total quality management and sustainable competitive advantage,” J. Qual. Manag., vol. 5, no. 1, pp. 5–2۶, ۲۰۰۰.
- [۲۷] ا. کنجکاو منفرد، م. هدایتی، ف. فرقانی اله آبادی، “تأثیر قابلیت‌های پویای صادراتی زعفران خراسان بر مزیت رقابتی و عملکرد با تأکید بر دانش صادراتی،” *فصلنامه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، دوره ۳۴، شماره ۴، ص ۱۵–۱، ۱۳۹۹.
- [۲۸] م. قوی پنجه ف. سلیمانی روزبهانی، “نقش و تاثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان ها،”

کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع، دوره ۱، شماره ۳، ص ۱۹-۱، ۱۳۹۴.

- [29] H. Mao, S. Liu, J. Zhang, and Z. Deng, "Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resource commitment," *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 36, no. 6, Part A, pp. 1062-1074, 2016.
- [30] A. Rahimli, "Knowledge Management and Competitive Advantage," *Inf. Knowl. Manag.*, pp. 37-43, Jan. 2012.
- [31] E. Naveh and A. Marcus, "Achieving competitive advantage through implementing a replicable management standard: Installing and using ISO 9000," *J. Oper. Manag.*, vol. 24, no. 1, pp. 1-26, Dec. 2005.
- [۳۲] ا. سهرابی، م. روح الامینی، س. حسینی امیری، ب. نقدی، "نقش مدیریت کیفیت و مسائل زیست محیطی در کسب مزیت رقابتی مؤسسات هتل داری مناطق شمالی کشور"، مدیریت کسب و کار، دوره ۸، شماره ۳۰، ص ۷۵-۵۹، ۲۰۱۶.
- [۳۳] ح. بارانی، ن. ا. دهقان، س. جلیلی، "تاثیر کیفیت خدمات و مدیریت ارتباط با مشتریان بر مزیت رقابتی (مطالعه موردی بانک صادرات)،" دومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، دوره ۲، شماره ۱، ص ۱۷-۱، ۱۳۹۵.
- [34] R. Chen, Y.-D. Lee, and C.-H. Wang, "Total quality management and sustainable competitive advantage: serial mediation of transformational leadership and executive ability," *Total Qual. Manag. Bus. Excell.*, vol. 31, no. 5-6, pp. 451-468, 2020.
- [35] N. J. Bulger, "The Evolving Role of Intelligence: Migrating from Traditional Competitive Intelligence to Integrated Intelligence," *Int. J. Intell. Secur. Public Aff.*, vol. 18, no. 1, pp. 57-84, 2016.
- [۳۶] ح. رضایی دولت آبادی، ز. زینلی، ز. شکرچی زاده، "بررسی میزان تاثیر هوشمندی رقابتی در ایجاد مزیت رقابتی"، چشم انداز مدیریت بازرگانی (چشم انداز مدیریت (پیام مدیریت))، دوره ۱۰، شماره ۵، ص ۲۵-۹، ۱۳۹۰.
- [37] G. Casado Salguero, M. Á. Fernández Gámez, I. Aldeanueva Fernández, and D. Ruíz Palomo, "Competitive Intelligence and Sustainable Competitive Advantage in the Hotel Industry," *Sustainability*, vol. 11, no. 6, p. 12, 2019.