



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)

**ارائه مدلی برای رقابت پذیری شرکت های کوچک و
متوسط استان ایلام با استفاده از مدلسازی معادلات
ساختار یافته**

توسط:

وحید شرفی

استاد راهنما:

دکتر یاسان الله پور اشرف

استاد مشاور:

دکتر زینب طولابی

شهریور ماه ۱۳۹۱



:

:

()

.....
..... ()
.....()
.....()
..... ()

.....

دکتر اردشیر شیری

سپاسم از ایزد منان که بنده حقیرش را هیچگاه تنها نگذاشته و

در تمام لحظات در کنارم بوده است.

تقدیم به روح پاک پدرم

پدر ... یعنی شهامت ... یعنی تنها نماندن در بوران سخت زندگی...

پدر یعنی تحمل بار غمها بجای تو... یعنی عشق بی دلیل...

پدر یعنی تمام ناتمام من...

تقدیم به مادرم

چکه ایی از ناودان یک احساس را در قالب کلامی از جنس تنفس باغچه معصوم

یاس، به روی حجم سفید یک دفتر میریزم و آن را با لهجه همه عاشقهای این گیتی

بی انتها، به آستان نیلوفری مادرم هدیه میکنم.

تقدیم به

خواهران عزیزم ، به شما و لالایی هایتان که شبها شعر خوابم بوده اند.

و

برادران عزیزم که امید بخش زندگییم هستند و درسختی ها همواره کنارم بودند.

پاسکزاری

پاس خداوندی را که سخنان از ستودن او عاجزند و حساب کران از شمارش نعمت های او ناتوان و تلاش کران از ادای حش درمانده اند. اکنون که به لطف خدا کار نگارش این پایان نامه را به اتمام رسانده ام بر خود لازم می دانم از راهنمایی های بزرگوارانه جناب آقای دکتر پور اشرف و مشاوره های دلسوزانه سرکار خانم دکتر طولانی شکر نمایم و همچنین از زحمات خالصانه ای استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر اسفندیار محمدی، پاسکزاری کنم. همچنین شایسته است از جناب آقای دکتر محمدی و جناب آقای دکتر شیری که زحمت داورسی این رساله را متقبل شدند شکر و قدردانی نمایم. و در پایان از زحمات بی دریغ پسر دایی عزیزم جناب آقای اسفندیار کاکاخانی کمال شکر و قدردانی را دارم و از خداوند منان برای ایشان آرزوی سلامتی و توفیق الهی را خواستارم.

چکیده

رقابت پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی درجه موفقیت کشورها، صنایع و بنگاهها در میدان های رقابتی سیاسی، اقتصادی و نجاری به حساب می آید. بدین معنی که هر کشور، صنعت یا بنگاهی که از توان رقابتی بالایی در بازارهای رقابتی برخوردار باشد، می توان گفت که از رقابت پذیری بالاتری برخوردار می باشد. در تحقیقات مختلف، رقابت پذیری در سه سطح ملی، صنعت و بنگاه مورد توجه قرار گرفته که در این میان سطح بنگاه از دو سطح دیگر مهمتر به شمار می آید. در این تحقیق نیز با عنایت به نقش کلیدی بنگاهها در توسعه اقتصادی کشور ضمن شناسایی عوامل موثر بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط به ارائه الگویی برای توان رقابت پذیری این شرکت ها نیز پرداخته شده است. این تحقیق در شرکت های کوچک و متوسط استان ایلام انجام شده است. برای استخراج مدل مفهومی تحقیق، از یک طرف نظریات، تئوریهها، مدل ها، رویکردها و چارچوب های مرتبط با رقابت پذیری در سطوح مختلف بنگاه، صنعت و ملی و از طرف دیگر در تحقیقات پیشین مورد بررسی قرار گرفت، همچنین از دیدگاه خبرگان و متخصصین نیز استفاده شده است که نتیجه آن این بود که سه متغیر هوش کسب و کار، جذابیت شرکت و قابلیت های درونی شرکت به عنوان عوامل موثر بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط استان ایلام شناسایی شدند. سپس با استفاده از تکنیک های تحلیل عاملی و معادلات ساختاری، این مدل با چندین بار اصلاح نمودن در نهایت به اثبات رسید. طبق نتایج کسب شده از این کار تحقیقاتی مشخص شد که توان رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط استان ایلام بیش از هر چیزی وابسته به قابلیت های درونی شرکت (قابلیت های مدیریتی و نیروی انسانی) است.

واژگان کلیدی: رقابت پذیری، هوش کسب و کار، جذابیت شرکت، قابلیت های درونی شرکت، شرکت های کوچک و متوسط، مدل سازی معادلات ساختاری.

فصل اول: کلیات تحقیق

مقدمه	۱
۱-۱ بیان مساله	۳
۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق	۵
۳-۱ اهداف تحقیق	۵
۱-۳-۱ هدف کلی تحقیق	۵
۲-۳-۱ اهداف جزئی	۵
۴-۱ سوالات پژوهش	۶
۵-۱ قلمرو تحقیق	۶
۶-۱ روش تحقیق	۷
۷-۱ کاربرد نتایج تحقیق	۷
۸-۱ متغیرهای تحقیق	۸
۹-۱ تعریف متغیرهای تحقیق	۸
۱-۹-۱ تعریف مفهومی متغیرها	۸
۲-۹-۱ تعریف عملیاتی متغیرها	۸

فصل دوم: ادبیات تحقیق

مقدمه	۱۰
-------	----

۱۱ مقدمه
۱۲ ۱-۲ مفهوم رقابت پذیری
۱۴ ۲-۲ رقابت پذیری و رفاه اقتصادی
۱۵ ۱-۲-۲ رفاه اقتصادی خدادادی و رفاه اقتصادی خلق شده
۱۷ ۳-۲ سطوح رقابت پذیری
۱۷ ۱-۳-۲ رقابت پذیری بنگاه
۱۹ ۲-۳-۲ رقابت پذیری صنعتی
۲۰ ۳-۳-۲ رقابت پذیری ملی
۲۰ ۴-۲ رویکردهای مرتبط با رقابت پذیری
۲۰ ۱-۴-۲ رویکرد دارایی - فرآیند - عملکرد
۲۱ ۲-۴-۲ رویکرد مبتنی بر منابع
۲۲ ۳-۴-۲ رویکرد مبتنی بر بازار
۲۳ ۴-۴-۲ رویکرد مبتنی بر توان خلاقیت و نوآوری
۲۳ ۵-۴-۲ رویکرد سنتی به رقابت پذیری (تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش)
۲۵ ۵-۲ شاخص های میانی رقابت پذیری
۲۶ ۶-۲ ارکان رقابت پذیری
۲۷ ۱-۶-۲ رکن اول: نهادها
۲۸ ۲-۶-۲ رکن دوم: زیر ساخت ها
۲۸ ۳-۶-۲ رکن سوم: محیط اقتصاد کلان
۲۹ ۴-۶-۲ رکن چهارم: بهداشت و آموزش ابتدایی

- ۲۹ آموزش عالی: رکن پنجم: ۵-۶-۲
- ۳۰ کارایی بازار کالا: رکن ششم: ۶-۶-۲
- ۳۰ کارایی بازار نیروی کار: رکن هفتم: ۷-۶-۲
- ۳۱ سطح توسعه ی بازار مالی: رکن هشتم: ۸-۶-۲
- ۳۱ آمادگی در حوزه ی فناوری: رکن نهم: ۹-۶-۲
- ۳۲ اندازه ی بازار: رکن دهم: ۱۰-۶-۲
- ۳۲ پیشرفته بودن بنگاه های تجاری: رکن یازدهم: ۱۱-۶-۲
- ۳۳ نوآوری: رکن دوازدهم: ۱۲-۶-۲
- ۳۴ ارتباط درونی ارکان دوازده گانه ی رقابت پذیری: ۷-۲
- ۳۴ تفاوت هر یک از ارکان رقابت پذیری در مراحل مختلف توسعه ی اقتصادی: ۸-۲
- ۳۶ عوامل تعیین کننده رقابت پذیری: ۸-۲
- ۳۷ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل الماس پورتر: ۱-۸-۲
- ۳۹ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل دانینگ: ۲-۸-۲
- ۳۹-۸-۲ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل الماس مضاعف تعمیم یافته ی راگمن: ۳-۸-۲
- ۴۱ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل ۹ عاملی دانگ سونگ چو: ۴-۸-۲
- ۴۱ عوامل فیزیکی؛ به دو دسته تقسیم می شوند: ۱-۴-۸-۲
- ۴۱ عوامل انسانی؛ ۲-۴-۸-۲
- ۴۱ عوامل خارجی؛ ۳-۴-۸-۲
- ۴۳ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل رقابت پذیری استراتژیک: ۵-۸-۲
- ۴۴ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به تقسیم بندی WEF و IMD: ۶-۸-۲

- ۷-۸-۲ عوامل تعیین کننده ی رقابت پذیری با توجه به مدل شورچولو ۴۴
- ۸-۸-۲ مدل آقای دکتر صفری ۶۰
- ۹-۲ مولفه های رقابت پذیری بنگاه ۴۵
- ۱۰-۲ خوشه سازی و رقابت پذیری ۴۷
- ۱۱-۲ شرکت های کوچک و متوسط ۵۶
- ۱-۱۱-۲ بنگاه های کوچک و متوسط در ایران ۵۷
- ۲-۱۱-۲ اهمیت و نقش شرکت های کوچک و متوسط در ایران ۵۸
- ۱۲-۲ مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق ۵۹
- ۱-۱۲-۲ تحقیقات انجام شده در داخل کشور ۵۹
- ۲-۱۲-۲ تحقیقات انجام شده در خارج از کشور ۶۳
- ۱۳-۲ چهارچوب نظری تحقیق ۶۵

فصل سوم: روش تحقیق

- مقدمه: ۶۷
- ۱-۳ روش تحقیق ۶۸
- ۲-۳ جهت گیری پژوهش ۷۴
- ۱-۲-۳ تحقیق کاربردی: ۷۴
- ۲-۲-۳ تحقیق توصیفی: ۷۴
- ۳-۲-۳ تحقیق پیمایشی: ۷۴
- ۳-۳ روش گردآوری داده ها ۷۴
- ۱-۳-۳ مطالعات کتابخانه ای: ۷۴

۷۵تحقیقات میدانی: ۲-۳-۳
۸۱جامعه آماری ۴-۳
۸۱تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری ۵-۳
۸۲فرمول نمونه‌گیری کوکران ۱-۵-۳
۸۲ابزار گردآوری داده‌ها ۶-۳
۸۳پرسشنامه ۱-۶-۳
۸۵روایی و پایایی پرسشنامه ۷-۳
۸۵پایایی و قابلیت اعتماد ابزار سنجش ۱-۷-۳
۸۷روایی و اعتبار ابزار سنجش ۲-۷-۳
۸۸روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ۸-۳
۸۸آمار توصیفی: ۱-۸-۳
۸۸آمار استنباطی: ۲-۸-۳
۸۸تحلیل داده‌ها ۹-۳
۸۹تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی ۱-۹-۳
۹۰تشریح مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) ۱۰-۳
۹۱تشریح مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) ۱۰-۳
۹۲متغیر پنهان و متغیر قابل مشاهده ۱-۱۰-۳
۹۲طراحی یک مدل معادلات ساختاری ۲-۹-۳
۹۳بار عاملی ۳-۱۰-۳
۹۳شاخصهای برازش مدل ۴-۱۰-۳

- ۹۴۱۰-۴-۱-شاخص های مطلق:.....
- ۹۴۱۰-۴-۲-شاخص های نسبی:.....
- ۹۵۱۱-نرم افزارهای مورد استفاده.....
- ۹۵۱۲-آزمون های مورد استفاده.....

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل دادهها

- ۹۷مقدمه.....
- ۹۷۱-۴-توصیف متغیرهای جمعیت شناختی.....
- ۱۰۲۲-۴-استخراج عامل ها(تحلیل اکتشافی):.....
- ۱۰۳۳-۴-استفاده از مدل سازی معادلات ساختار یافته به منظور اثبات مدل پیشنهادی.....
- ۱۰۴۴-۴-تحلیل عاملی متغیرهای مدل.....
- ۱۰۴۴-۴-۱-تحلیل عاملی متغیرهای زیرمجموعه هوش کسب و کار.....
- ۱۰۹۴-۶-۱-مدل تحقیق بر اساس T-VALUE برای آزمودن فرضیههای تحقیق.....
- ۱۱۲۴-۶-۱-۱-نیکویی برازش مدل.....
- ۱۱۲۴-۶-۲-آزمودن فرضیه های اصلی تحقیق.....
- ۱۱۲۴-۶-۲-۱-سوال اصلی اول.....
- ۱۱۴۴-۶-۲-۳-سوال اصلی سوم.....
- ۱۱۵۴-۶-۳-آزمون سوالات و فرضیههای فرعی.....
- ۱۱۵۴-۶-۳-۱-آزمون سوالات و فرضیه های زیرمجموعه متغیر هوش کسب و
- ۱۱۵۴-۶-۳-۱-۱-سوال اول فرعی زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار.....
- ۱۱۶۴-۶-۳-۱-۲-سوال دوم فرعی زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار.....

- ۱۱۷-۴-۶-۳-۱-۳- سوال سوم فرعی زیرمجموعه هوش کسب و کار.....
- ۱۱۷-۴-۶-۳-۱-۴- سوال چهارم فرعی زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار.....
- ۱۱۸-۴-۶-۳-۱-۵- سوال پنجم فرعی زیرمجموعه هوش کسب و کار.....
- ۱۱۹-۴-۶-۳-۱-۶- سوال ششم فرعی زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار.....
- ۱۲۰-۴-۶-۳-۲- آزمون سوالات و فرضیه های فرعی زیر مجموعه متغیر جذابیت شرکت.....
- ۱۲۰-۴-۶-۳-۱-۲- سوال اول فرعی زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت.....
- ۱۲۱-۴-۶-۳-۲-۲- سوال دوم فرعی زیرمجموعه جذابیت شرکت.....
- ۱۲۱-۴-۶-۳-۲-۳- سوال سوم فرعی زیر مجموعه متغیر جذابیت شرکت.....
- ۱۲۲-۴-۶-۳-۲-۴- سوال چهارم فرعی زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت.....
- ۱۲۳-۴-۶-۳-۳- آزمون سوالات و فرضیه های فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۳-۴-۶-۳-۱-۳- سوال اول فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۴-۴-۶-۳-۲-۳- سوال دوم فرعی زیرمجموعه قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۵-۴-۶-۳-۳-۳- سوال سوم فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۵-۴-۶-۳-۳-۴- سوال چهارم فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۶-۴-۶-۳-۳-۵- سوال پنجم فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۷-۴-۶-۳-۳-۶- سوال ششم فرعی زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت.....
- ۱۲۸-۴-۷-۱-۷- آزمون رتبه ای فریدمن.....
- ۱۲۸-۴-۷-۱-۷-۱- آزمون رتبه ای فریدمن برای عامل های متغیر هوش کسب و کار.....
- ۱۲۸-۴-۷-۲-۷- آزمون رتبه ای فریدمن برای عامل های متغیر جذابیت شرکت.....
- ۱۲۸-۴-۷-۳-۷- آزمون رتبه ای فریدمن برای عامل های متغیر قابلیت های درونی شرکت.....

۴-۷-۴- آزمون رتبه ای فریدمن برای متغیرهای اصلی مدل ۱۲۹

خلاصه فصل ۱۲۹

فصل پنجم: نتیجه گیری و بحث

مقدمه ۱۳۱

۱-۵- نتایج و دستاوردهای حاصل از تحقیق ۱۳۱

۱-۱-۵- نتایج حاصل از سوالات اصلی پژوهش ۱۳۱

۱-۱-۱-۵- نتایج حاصل از سوال اصلی اول ۱۳۱

۱-۱-۲-۵- نتایج حاصل از سوال اصلی دوم ۱۳۱

۱-۱-۳-۵- نتایج حاصل از سوال اصلی سوم ۱۳۲

۱-۱-۴-۵- نتایج حاصل از سوالات فرعی پژوهش ۱۳۲

۱-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوالات فرعی مربوط به متغیر هوش کسب و کار ۱۳۲

۱-۱-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی اول زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۲

۱-۲-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی دوم زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۲

۱-۲-۳-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی سوم زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۳

۱-۲-۴-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی چهارم زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۳

۱-۲-۵-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی پنجم زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۳

۱-۲-۶-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی ششم زیرمجموعه متغیر هوش کسب و کار ۱۳۴

۱-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوالات فرعی مربوط به متغیر جذابیت شرکت ۱۳۴

۱-۲-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی اول زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت ۱۳۴

۱-۲-۲-۱-۵- نتایج حاصل از سوال فرعی دوم زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت ۱۳۴

- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی سوم زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت ۱۳۵
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی چهارم زیرمجموعه متغیر جذابیت شرکت ۱۳۵
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوالات فرعی مربوط به متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۵
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی اول زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۵
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی دوم زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۶
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی سوم زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۶
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی چهارم زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۶
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی پنجم زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۶
- ۱-۲-۳-۲-۱-۵ نتایج حاصل از سوال فرعی ششم زیرمجموعه متغیر قابلیت های درونی شرکت ۱۳۷
- ۲-۵ پیشنهادها و توصیههای کاربردی: ۱۳۷
- ۳-۵ پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ۱۳۸
- ۴-۵ محدودیتهای تحقیق ۱۳۹
- منابع و مآخذ: ۱۴۰

فهرست اشکال، نمودارها و جداول

صفحه

عنوان

شکل ۲-۲ تعریف رقابت پذیری	۱۷
شکل ۳-۲: چارچوب مفهومی برای تعریف رقابت پذیری	۱۹
شکل ۴-۲: شاخص های میانی رقابت پذیری	۲۵
شکل ۱۱-۲: مدل شورچلو	۱
جدول ۱-۳: سوالات پرسشنامه	۸۴
جدول ۲-۳ میزان پایایی در روش آلفای کرونباخ	۸۶
جدول ۳-۳ ضریب پایایی مقیاس های پرسشنامه	۸۶
شکل ۲-۳ ساختار کلی مدل معادلات ساختاری	۹۲
جدول ۱-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت	۹۸
جدول ۲-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن	۹۸
۱-۴-۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه کار	۱۰۰
۴-۱-۴ توزیع فراوانی سطح تحصیلات پاسخگویان	۱۰۱
۳-۱-۴ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات	۱۰۱
جدول ۴-۵ نتایج ناشی از تحلیل عاملی اکتشافی بر روی مدل پیشنهادی	۱۰۲
جدول ۴-۵- نتایج ناشی از مدلسازی معادلات ساختار یافته بر روی مدل پیشنهادی	۱۰۹
جدول ۴-۶ مقایسه شاخصهای برازش مدل با میزان مجاز	۱۱۲
جدول ۴-۷ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه اصلی اول	۱۱۳

- جدول ۴-۸ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه اصلی دوم ۱۱۴
- جدول ۴-۹ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه اصلی سوم ۱۱۴
- جدول ۴-۱۰ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۱ ۱۱۶
- جدول ۴-۱۱ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۲ ۱۱۶
- جدول ۴-۱۲ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۳ ۱۱۷
- جدول ۴-۱۳ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۴ ۱۱۸
- جدول ۴-۱۴ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۵ ۱۱۸
- جدول ۴-۱۵ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۶ ۱۱۹
- جدول ۴-۱۶ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۱ ۱۲۰
- جدول ۴-۱۷ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۲ ۱۲۱
- جدول ۴-۱۸ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۳ ۱۲۲
- جدول ۴-۱۹ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۴ ۱۲۲
- جدول ۴-۲۰ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۱ ۱۲۳
- جدول ۴-۲۱ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۲ ۱۲۴
- جدول ۴-۲۲ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۳ ۱۲۵
- جدول ۴-۲۳ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۴ ۱۲۶
- جدول ۴-۲۴ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۵ ۱۲۶
- جدول ۴-۲۵ نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۶ ۱۲۷

فصل اول: کلیات تحقیق

مقدمه

قرن بیست و یکم، با حوادث مختلفی همچون چالش‌ها، آشفتگی‌ها و فرصت‌های زیادی آغاز شده است و بقا و موفقیت در چنین شرایطی به میزان زیادی به قابلیت رقابت‌پذیری سازمان‌ها و صنایع بستگی دارد. (حق شناس کاشانی، ۱۳۹۰). گسترش بازارهای جهانی و ارتباط روزافزون بین کشورهای مختلف باعث شده است که محیط تجاری بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی با تغییر و تحولات زیادی روبه‌رو شود و این همان مفهومی است که با فرآیند جهانی شدن اقتصاد ارتباط تنگاتنگ دارد. در این شرایط مفاهیم رقابت و قدرت رقابت‌پذیری از اهمیت بسزایی برخوردار است به گونه‌ای که در دوران حاضر ایجاد فضای رقابتی و توانمندسازی بنگاه‌های تولیدی الزامی‌ترین بستر تعادل با اقتصاد جهانی را تشکیل داده و دولت‌های کشورهای مختلف تلاش زیادی را در این زمینه انجام داده‌اند. شاید به همین دلیل است که امروزه رقابت‌پذیری کلیدی‌ترین مفهوم در عرصه اقتصاد بین‌الملل به شمار می‌رود. (صفدری، ۱۳۹۰). یکی از ویژگی‌های شرکت‌های موفق امروز، برخورداری از قدرت رقابت‌پذیری است که بیش از هر چیز، از داشتن دیدگاه‌های جدید در مورد آن نشأت می‌گیرد. در عین حال، بستر محیط و زمان، تغییرات چشمگیری در شاخص‌های رقابت‌پذیری ایجاد کرده است. باید توجه داشت که زمانی چارچوب‌های مفهومی از رقابت‌پذیری می‌توانند کاربرد دائمی یابند که به قدر کافی برای سازگاری فرآیندهای مدیریتی و تغییرات محیطی انعطاف‌پذیر باشند. (امباشتا و مومایا، ۲۰۰۲).

رقابت‌پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی درجه موفقیت کشورها، صنایع و بنگاه‌ها در میدانهای رقابتی سیاسی، اقتصادی و تجاری به حساب می‌آید؛ بدین معنی که هر کشور، صنعت یا بنگاهی که از توان رقابتی بالایی در بازارهای رقابتی برخوردار باشد، می‌توان گفت که از رقابت‌پذیری بالاتری برخوردار می‌باشد. در

تحقیقات مختلف رقابت‌پذیری در سه سطح ملی (کشوری)، صنعت و بنگاه (سازمان/شرکت) مورد توجه قرار گرفته که در این میان سطح بنگاه بیشتر از دو سطح دیگر مورد بررسی واقع شده است. (آقازاده و همکاران، ۱۳۸۶). بررسی متون مرتبط با بحث رقابت‌پذیری نشان می‌دهد از رقابت‌پذیری از تعریف واحدی برخوردار نیست، اما در تمامی تعریف‌های ارائه شده این وجوه مشترک در آنها دیده می‌شود که رقابت‌پذیری قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی است که یک بنگاه، صنعت، منطقه و کشور برخوردارند و می‌توانند آنها را حفظ کنند تا در صحنه بین‌المللی توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی بالا، برای یک دوره طولانی را داشته باشند. (عسگری، ۱۳۸۸).