

بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر توان رقابتی و رقابتمندی صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان

رضا سپهوند،* علی شریعت نژاد،**

(تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۲۷ - تاریخ پذیرش: ۹۳/۳/۲۰)

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابتمندی در واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است. با توجه به استفاده از نتایج پژوهش در عمل این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش واحدهای صنعتی فعال در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است که با توجه به اطلاعاتی که مدیریت شهرک‌های صنعتی در اختیار محقق قرار داده است، دارای ۲۲۰ واحد اقتصادی فعال می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نمونه‌ای به حجم ۱۴۰ واحد اقتصادی انتخاب گردیده است. ابزار پژوهش پرسشنامه بوده که روایی آن از روش اعتبار محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تایید شده است. در این پژوهش برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها از رویکرد معادلات ساختاری استفاده گردیده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که هوش رقابتی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رقابت صنعتی و توان رقابتی در واحدهای صنعتی شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد. به علاوه عوامل موثر بر هوش رقابتی، هوش بازار، هوش رقبا، هوش تکنولوژیک و هوش استراتژیک شناسایی گردید.

کلید واژه‌ها:

هوش رقابتی، توان رقابتی، رقابت صنعتی، واحدهای صنعتی، شهرک‌های صنعتی.

* استادیار گروه مدیریت دانشگاه لرستان

** دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه لرستان (نویسنده مسئول)

مقدمه

در ادبیات مدیریت، شرکت‌هایی موفق‌اند که درک درستی از زمان و جایگاه بکارگیری سرمایه‌های فکری و هوشی خود داشته باشند. به عبارت دیگر چنانچه مدیران از کاربرد مناسب این سرمایه‌ها در شرکت‌های خود در جهت افزایش توان رقابتی^۱ و رقابت صنعتی^۲ استفاده کنند، نتایج کلیدی عملکرد آن‌ها به مراتب بهتر خواهد شد. 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 مفاهیم رقابت صنعتی و توان رقابتی از اهمیت بیشتری برخوردار گردد. در دوران حاضر ایجاد فضای رقابتی و توانمندسازی بنگاه‌های تولیدی و خدماتی الزامی‌ترین بستر تعامل با اقتصاد جهانی را تشکیل داده و کشورهای مختلف تلاش‌های زیادی در این زمینه انجام داده‌اند؛ شاید به همین دلیل است که امروزه توان رقابتی و رقابت صنعتی از کلیدی‌ترین مفاهیم در عرصه اقتصاد و بازرگانی به شمار می‌روند. اما از طرف دیگر شرکت‌ها و بنگاه‌هایی توان رسیدن به رقابت صنعتی و توان بالای رقابتی را دارند که از سرمایه‌های فکری و هوشی به ویژه هوش رقابتی^۳ بهره‌مند باشند. به منظور دستیابی به توان رقابتی و رقابت صنعتی، هوش رقابتی ضرورتی انکارناپذیر است. در سال‌های اخیر، هوش رقابتی به یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل شده و با شرکت‌های بزرگ عجین شده است. یک بنگاه هوشمند، استراتژی رقبا را بهتر و سریعتر درک می‌کند و از شکست و موفقیت آن‌ها درس می‌آموزد و این امکان را برای مدیران به وجود می‌آورد که بنگاه رقابت‌مند و با توان رقابتی بالا داشته باشند (Saayman et al, 2008).

هوش رقابتی یک مفهوم ضروری در فرآیند مدیریت و برنامه ریزی راهبردی شرکت است. شرکت‌ها می‌توانند از طریق هوش رقابتی و با تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف رقا، رقابت صنعتی و توان رقابتی خود را بهبود بخشیده و در نتیجه عملکرد بهتری در برابر رقا

-
- 1.Cometitive ability
 - 2.Industrial Competition
 - 3.Competitive intelligence

داشته باشند. شهرک‌های صنعتی، به عنوان نیروی محرکه اقتصاد و بخش تولید به دلیل نقش بسیار ارزنده و مهمی که در راستای ایجاد اشتغال، تعادل اقتصادی و استفاده از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های واحدهای اقتصادی شان دارند، از اهمیت بسیاری برخوردارند. هوش رقابتی سمت و سوی رقابت را به این واحدها نشان داده و به آن‌ها این امکان را می‌دهد که از طریق تجزیه و تحلیل حرکات رقبا بتوانند قبل از آنکه تحت تأثیر محیط پیرامون قرار بگیرند، نسبت به توسعه و بهبود وضعیت رقابت صنعتی و توان رقابتی خود اقدام کنند که این امر در بلندمدت منجر به کسب مزیت رقابتی پایدار برای این واحدها و در نتیجه بهبود عملکرد آنها در بلند مدت می‌شود.

سوالاتی که پژوهش حاضر بدنبال پاسخگویی به آن‌ها می‌باشد این است که، اولاً هوش رقابتی چه تاثیری بر رقابت صنعتی واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد؟ و ثانیاً هوش رقابتی چه تاثیری بر توان رقابتی واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد؟

به علاوه پژوهش حاضر بر آن است تا با استفاده از مطالعه مقالات و کتب متعدد، عوامل موثر بر هوش رقابتی، رقابت صنعتی و توان رقابتی واحدهای صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان را شناسایی کند، سپس با استفاده از روش مصاحبه با خبرگان مهمترین ابعاد متغیرها را انتخاب و پس از آن با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی، به شناسایی ابعاد متغیرهای مذکور بپردازد. همچنین پژوهش حاضر بر آن است تا تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی را در این شهرک‌ها بسنجد. با توجه به آنچه که گفته شد پژوهش حاضر در دو مرحله صورت می‌پذیرد، مرحله اول شناسایی عوامل مؤثر بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مصاحبه و رویکرد تحلیل عاملی تاییدی و مرحله دوم بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری.

مرور ادبیات

هوش رقابتی

هوش رقابتی، هنر جمع‌آوری، پردازش و ذخیره‌سازی اطلاعات است که افراد تمام سطوح سازمان فراخور نیاز خود به آن دسترسی دارند و به آن‌ها کمک می‌کند که آینده خود را شکل دهند و در مقابل تهدیدات رقابتی از آنها محافظت می‌کند. این اطلاعات مربوط به رقبای، مشتریان، تأمین‌کنندگان، فناوری‌ها، محیط یا ارتباطات بالقوه مربوط به کسب و کار است (Rahimikoloor, 2012). بن گیلاد^۱ یکی از تئوری پردازان هوش رقابتی می‌نویسد «هوش رقابتی، کل شناختی است که یک شرکت از محیطی که در آن رقابت می‌کند در اختیار دارد و حاصل تجزیه و تحلیل ذرات بیشمار از اطلاعاتی است که روزانه شرکت را بمباران می‌کند. در پرتوی این دانش است که تصویر کاملی از وضعیت فعلی آینده‌ی صحنه رقابت پیش روی مدیران نقش می‌بندد تا بتوانند بهتر تصمیم بگیرند». از طرف دیگر و طبق نظر لئونارد فالد^۲، هوش رقابتی عبارت است از سیگنال‌های هشدار دهنده در مورد فرصت‌ها و تهدیدها (Fuld, 1998). در مقاله دیگر، این محقق معتقد است هوشمندی بنگاه، تنها خروجی‌های پایگاه‌های داده و الزامات گزارش‌های حجیم نیست. در ضمن نمی‌توان هوش رقابتی را جاسوسی یا دزدی اطلاعات نامید (Fuld, 1995). به عبارتی هوش رقابتی، فرآیند کنترل محیط رقابتی با هدف فراهم آوردن اطلاعات موثر از رقبای است (رضایی دولت‌آباد و همکاران، ۱۳۹۰). در تعریفی دیگر هوش رقابتی فرآیندی است برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات رقابتی و فعالیت رقبای و تبدیل آن به هوشمندی هدفمند و به هنگام و راهبردی که بتواند به تصمیم‌گیری غیر ساختار یافته و راهبردی مدیران یاری رساند تعریف می‌شود (رضائیان و لشکر بلوکی، ۱۳۸۹). انجمن تخصصی هوش رقابتی بیان می‌کند که هوش رقابتی فرآیندی نظام مند برای جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات خارجی است که بر برنامه‌ها، تصمیمات و عملیات شرکت تأثیر می‌گذارد. از این نقطه نظر

1. Ben Gillad

2. Leonard Fuld

هدف از هوش رقابتی، مدیریت و کاهش ریسک ایجاد دانش مفید، ایمنی اطلاعات و استفاده از اطلاعات مشارکتی است. شرکت‌هایی که از یک برنامه هوش رقابتی استفاده می‌کنند، درک بهتری از چشم‌انداز رقابتی دارند (Priporas et al 2005).

مؤلفه‌های هوش رقابتی

هوش بازار^۱: این نوع هوشمندی نیازمندی‌های جاری و آینده مشتریان، فرصت‌های جدید و خلاقانه موجود را در تقسیم بازار ترسیم می‌کند و تغییرات عمده نمایان کننده‌ای را که در فرآیندهای بازاریابی و توزیع رخ می‌دهد را نشان می‌دهد. در این هوشمندی، عمدتاً اطلاعات مشتریان، تأمین‌کنندگان، خریداران و توزیع‌کنندگان گردآوری و تجزیه و تحلیل می‌شود. متغیرهای اندازه‌گیری کننده هوش بازار عبارتند از: تأمین‌کنندگان مناسب، نوآوری در خدمات و محصولات، داشتن توزیع‌کنندگان و خریداران وفادار (Gabber, 2007).

هوش رقبا^۲: تکامل استراتژی رقابتی طی زمان را با مشاهده تغییرات ساختار رقبا، جایگزینی محصولات جدید و تازه واردان به صنعت، بازنمایی می‌کند و متمرکز بر مسائلی است؛ از قبیل سیاست‌های قیمت‌گذاری، محصولات جانشین و سیاست‌های توسعه رقبا (Gabber, 2007).

هوش تکنولوژیک^۳: تکنولوژی‌های موجود و جدید را ارزیابی و جهش‌های تکنولوژیکی آتی را پی‌بینی می‌کند و با تحقیقات پایه و کاربردی، حق اختراع و غیره سروکار دارد. هوش تکنولوژیکی با عواملی همچون میزان تحقیقات کاربردی و بنیادی، تعداد مقالات و انتشارات، داشتن فرآیندهای صنعتی سالم ارزیابی می‌گردد (Gabber, 2007).

هوش استراتژیک و اجتماعی^۴: شامل قوانین، مالیات و امور مالی، گستره اقتصادی و سیاسی و مقولات منابع انسانی می‌شود. گونه چهارم هوش رقابتی، یعنی هوش استراتژیک و

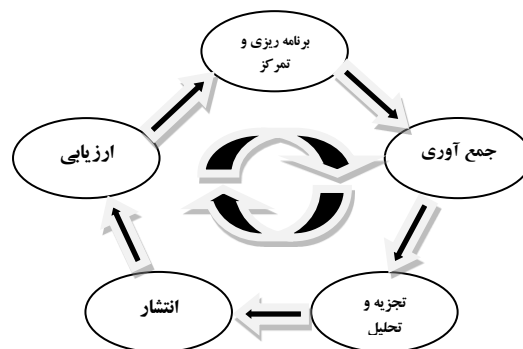
-
1. Market intelligence
 2. Competitor intelligence
 3. Technologic intelligence
 4. Strategic intelligence

اجتماعی، رفتارهای اجتماعی را مشاهده و تحلیل می‌کند. هوش استراتژیک با عواملی هم چون دید استراتژیک، داشتن منابع اجتماعی و انسانی، بررسی مسایل اقتصادی و سیاسی ارزیابی می‌شود (Gabber, 2007).

فرآیند هوش رقابتی

هوش رقابتی متضمن سه کار ویژه و مهم است، اول) جمع‌آوری و ذخیره‌سازی داده‌ها، دوم) تحلیل و تفسیر داده‌ها، سوم) انتشار هوشمندی. به عبارتی تبیین دلیل ظهور و بروز مفهوم هوش رقابتی انفجار اطلاعات به واسطه دستیابی به اطلاعات و تکثیر سریع و وسیع آن‌ها در بانک‌های اطلاعات تجاری است (غفاریان و عمادزاده، ۱۳۸۵). در یک مدل کلی که در سال ۲۰۰۶ توسط پوز^۱ ارائه گردیده است، ابعاد فوق گسترش یافته و در پنج مرحله فرآیند هوش رقابتی شرح داده شده است. در واقع فرآیند هوش رقابتی، فعالیت جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و کاربرد اطلاعات در مورد محصولات، رقبا، تامین‌کنندگان، شرکا و مشتریان برای نیازهای برنامه ریزی کوتاه و بلندمدت یک سازمان است. در شکل شماره یک شمای کلی فرآیند و چرخه هوش رقابتی نشان داده شده است.

شکل شماره یک- فرآیند و چرخه هوش رقابتی (Bose, 2008)



فرآیند هوش رقابتی، فعالیت جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و کاربرد اطلاعات در مورد محصولات، رقبا، تامین‌کنندگان، شرکا و مشتریان برای نیازهای برنامه‌ریزی کوتاه و بلندمدت یک سازمان است. فرآیند و چرخه هوش رقابتی بدین شکل است که در سازمان-های هوشمند ابتدا با استفاده از برنامه‌ریزی، چارچوب کلی فرآیند هوش رقابتی به صورت سه مرحله کلی، اول (جمع‌آوری و ذخیره‌سازی داده‌ها)، دوم (تحلیل و تفسیر داده‌ها) و سوم (انتشار هوشمندی)، مشخص می‌گردد. پس از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها نوبت به مرحله سوم چارچوب کلی یعنی انتشار اطلاعات به ذی‌نفعان (رقبا، تامین‌کنندگان، شرکا و مشتریان) می‌رسد. به عنوان مرحله پایانی، از طریق خروجی اصلی فرآیند که شامل توانایی تصمیم‌گیری پیشگرایانه می‌باشد و منجر به تصمیم‌گیری راهبردی و رهبری بازار می‌گردد، مرحله پایانی که ارزیابی فرآیند است، انجام می‌پذیرد (Bose, 2008).

توان رقابتی

طبق تعریف مارتز^۱، توان رقابتی معادل قدرت اقتصادی یک واحد در مقابل رقبا در بازاری است که کالاها، خدمات، مهارت‌ها و ایده‌ها به راحتی فراتر از مرزهای جغرافیایی عرضه می‌شود (صفری و ابراهیمی، ۱۳۹۱). برکلی و همکارانش^۲ چارچوبی را متشکل از سه عنصر عملکرد رقابتی، پتانسیل رقابتی و فرآیندهای مدیریتی تحت عنوان رویکرد دارایی فرآیند عملکرد، برای اندازه‌گیری بررسی رقابت‌پذیری در یک بنگاه معرفی می‌کنند (Barkely et al, 2000). اما بعضی از صاحب‌نظران نیز توان رقابتی را وابسته به رقابت‌پذیری بنگاه می‌دانند. این رویکرد را رویکرد مبتنی بر منابع یا قابلیت است. آن‌ها بر نقش عوامل داخلی سازمان بر توان رقابتی آن تأکید دارند (Toit, 2003). از طرف دیگر پورتر،

-
1. Martes
 2. Breckley et al
 3. Leo et al
 4. Shompeter
 5. Organizational performance
 6. Human resource management

لیو و همکاران^۳ توان رقابتی یک بنگاه را بیشتر تحت تأثیر جایگاه بنگاه در بازار می‌دانند. این رویکرد نیز رویکرد مبتنی بر بازار نامیده شده است. اما شومپتر^۴ در سال (۱۹۵۰) و وان برن در سال (۱۹۹۹) برای اندازه‌گیری توان رقابتی از بحث‌های مربوط به دانش استفاده کرده‌اند. به این رویکرد نیز رویکرد مبتنی بر دانش می‌گویند. (McGahan et al, 2006) با استفاده از مطالعه مقالات و کتب، عوامل موثر بر توان رقابتی واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان به شرح زیر است.

عملکرد سازمانی^۵: عملکرد سازمانی یک سازه‌ی کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. به عبارت دیگر عملکرد سازمانی فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی می‌باشد. بنابر نظر خلیل (۱۳۸۳) یکی از مهمترین عوامل در توان رقابتی بنگاه عملکرد سازمانی می‌باشد.

نظام مدیریت منابع انسانی^۶: پیچیدگی روزافزون مسایل و نیاز به رقابتی تر شدن سازمان‌ها و بنگاه‌های تولیدی و خدماتی، ایفای نقش راهبردی و مؤثرتر مدیریت نیروی انسانی را در تحقق توان رقابتی و حفظ و رشد این توان اجتناب ناپذیر کرده است که این خود مستلزم سرمایه‌گذاری مستمر بر سرمایه‌های انسانی و فکری و توسعه مدیریت منابع انسانی آن خواهد بود (مهرگان و همکاران، ۱۳۸۹).

مشتری مداری بازار محور^۱: دغدغه مشتری داشتن مهم‌ترین عامل موفقیت در هر بنگاه است و خدمت به او قدیمی‌ترین و در عین حال تازه‌ترین مساله برای هر بنگاه می‌باشد. از نظر آدامز و لامونت (۲۰۰۳) مشتری مداری بازار محور از مهم‌ترین مولفه‌های تأثیرگذار بر توان رقابتی در یک بنگاه است.

مدیریت نوآوری تکنولوژیک^۲: از دیدگاه خلیل (۱۳۸۳) مدیریت نوآوری تکنولوژیک، در واقع مدیریت سیستمی است که خلق، کسب، و به کارگیری نوآوری در حوزه تکنولوژی را ممکن می‌سازد و شامل مسوولیتی است که این فعالیت‌ها را در راستای خدمت به بشر و

-
1. Customer oriented
 2. Innovation management
 3. UNCTAD

برآورده ساختن نیازهای مشتری قرار می‌دهد. تحقیق، اختراع، و توسعه، اساسی‌ترین مولفه‌های خلق نوآوری در حوزه تکنولوژی و وقوع پیشرفت‌های تکنولوژیک هستند.

رقابت صنعتی

تاکنون تعاریف زیادی در رابطه با رقابت صنعتی ارائه شده است. در یک تعریف رقابت صنعتی عبارت است از توانایی در بدست آوردن بازار و حفظ بازارهای داخلی و خارجی. از دیدگاه مجمع اقتصادی جهانی رقابت صنعتی توانایی اقتصاد ملی در رشد پایدار و حفظ استاندارد زندگی (درآمد سرانه) است. از دیدگاه آنکتاد^۳ رقابت صنعتی نگرش از مسیر مقایسه اقتصاد کلان و استاندارد زندگی جامعه بر اساس بهره‌وری عوامل تولید بدست می‌آید (بهیکش، ۱۳۸۰). از طرف دیگر رقابت صنعتی به عنوان یک مفهوم چندبعدی، با استفاده از متغیرهایی همچون درجه انطباق پذیری سازمان با تغییرات محیط کسب و کار و نظایر آن سنجش و ارزیابی می‌شود به این معنا که هر اندازه شرکتی بتواند منابع در دسترس اعم از سرمایه، نیروی کار و فناوری را تلفیق نماید و محصولاتی مشتری پسند و یا خدماتی مناسب را به بازار عرضه کند، به همان نسبت از موفقیت در فضای رقابتی برخوردار خواهد بود (Aghazadeh & Mehrnoush, 2010). از دیدگاه سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه، رقابت صنعتی عبارت است از توانایی کشور در تولید کالا و خدمات برای ارائه در بازارهای بین‌المللی که این توانایی به طور همزمان حفظ و یا منجر به ارتقای سطح درآمد شهروندان در بلندمدت شود (Goran et al, 2011). رقابت صنعتی در کلیت خود متشکل از چهار جزء اساسی عملکرد بازار محور؛ عملکرد مشتری محور، عملکرد رقیب محور و عملکرد درونی بنگاه است (Demeter, 2006).

عملکرد بازارمحور^۱: بر ایجاد هوشمندی در سراسر بازار در ارتباط با نیازهای فعلی و آتی مشتری، نشر اطلاعات در بین بخش‌های مختلف سازمان و پاسخگویی به آن هوشمندی مبتنی است. این نوع عملکرد نه تنها برای بازار هدف، بلکه اساساً به دیگر بخش‌های بازار نیز توجه می‌کند.

عملکرد مشتری محور^۲: تابعی از ارزش‌های مشتریان و سهامداران بوده و در این میان قدرت مالی نقش تعیین کننده‌ای را در محیط‌های رقابتی ایفا می‌کند.

عملکرد رقیب محور^۳: تابعی از برتری عملکرد بنگاه در قبال بازار و مشتری در مقایسه با رقبا و تمایز موقعیت رقابتی نسبت به سایر رقباست.

عملکرد درونی بنگاه^۴: که در آن وضعیت داخلی بنگاه یا مؤسسه با توصیف شاخص‌های عینی نظیر سرانه فروش، بازگشایی دارایی‌ها، نرخ فروش داخلی و نیز شاخص‌های ذهنی از قبیل ادراکات مدیریت از بهره‌وری، سودآوری، رضایت کارکنان، مهارت کارکنان و سایر ویژگی‌های شخصیتی آنها قابل ارزیابی و محاسبه است (Rahimikolour, 2012).

پیشینه پژوهش

در رابطه با پژوهش حاضر پیشینه چندانی یافت نشد اما متغیرهای پژوهش گاه مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. برای مثال در ارتباط با هوش رقابتی گلوک و جاش^۵ همبستگی قوی را میان هوش رقابتی با ارزیابی محیطی و عملکرد مشاهده کردند. در یک مطالعه دیگر که بر روی فعالیت‌های هوش رقابتی در شرکت‌های سنگاپور انجام شده است، ارتباط مثبت بین هوش رقابتی و اثر بخشی سازمانی بالاتر اثبات گردید. در این راستا جوزف رودنبرگ^۶

1. Market oriented performance
2. Customer oriented performance
3. Competition oriented performance
4. Internal performance
5. Glock and Jusch
6. Hosef Rodenberg

ساختاری را طرح‌ریزی نموده تا بدین وسیله نشان دهد که چگونه با ارزش‌افزایی به اطلاعات ساده در لایه‌های پایین، در نهایت هوش رقابتی تولید می‌شود. در پژوهشی دیگر محققان تأثیرات هوش رقابتی را بر ابعاد عملکردی شرکت، از جمله، عملکرد کسب و کار، کیفیت برنامه‌ریزی استراتژیک، دانش بازار و کیفیت محصول سنجیده‌اند (رضاییان و لشکربلوکی، ۱۳۸۹). در مورد پیشینه رقابت صنعتی نیز باید گفت که حق شناس کاشانی و سعیدی (۲۰۱۱) اهمیت دیدگاه مبتنی بر بازار و شاخص‌های سهم بازار، تجارت الکترونیکی، خلق دانش، اعتبار صنعت و مهارت و تخصص تجار را از منظر هوش رقابتی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. در پژوهشی دیگر آقازاده و مهرنوش (۲۰۱۰) به ترتیب عملکرد مالی و سپس غیرمالی در بانک را به عنوان عامل مهم در رقابت، مورد پژوهش قرار دادند. مهرگان و همکاران (۲۰۰۹) رویکرد ترکیبی مبتنی بر منابع، خلاقیت و نوآوری را در رقابت صنعتی جالب توجه می‌دانند. ^۱ دیمتر (۲۰۰۶) اهمیت راهبردهای تولید را در رقابت صنعتی مورد بررسی قرار داد و متوجه چشمگیر و قابل ملاحظه بودن نقش راهبردهای تولید در هوش رقابتی شد. توان رقابتی نیز گاه مورد توجه پژوهشگران بوده است. در مطالعه‌ای تحت عنوان رقابت در بخش مالی و رشد، رویکرد درون کشوری که در سال ۲۰۰۳ توسط کلاسنس و لاون^۲ انجام شد، رابطه بین معیارهای توان رقابت و رشد صنعتی در سیستم بانکداری ۲۹ کشور بررسی شده است (صفری و ابراهیمی، ۱۳۹۱). مک‌گahan^۳ (۲۰۰۶) در تحقیقی نشان می‌دهد که ۳۶ درصد از واریانس سوددهی یک بنگاه بستگی به ویژگی‌های درونی توان رقابتی آن بنگاه دارد. بارتلت و قوشال^۴ برای شناسایی منابع رقابت صنعتی بنگاه‌ها، بر خود بنگاه و استراتژی‌هایش و موقعیت منابعش تمرکز کرده‌اند (دانش فرد و ذاکری، ۱۳۸۸).

1. Dimiter

2. Clacens and Lawan

3. Mac Gahan

4. Bartlet and Ghoshal

فرضیات اصلی

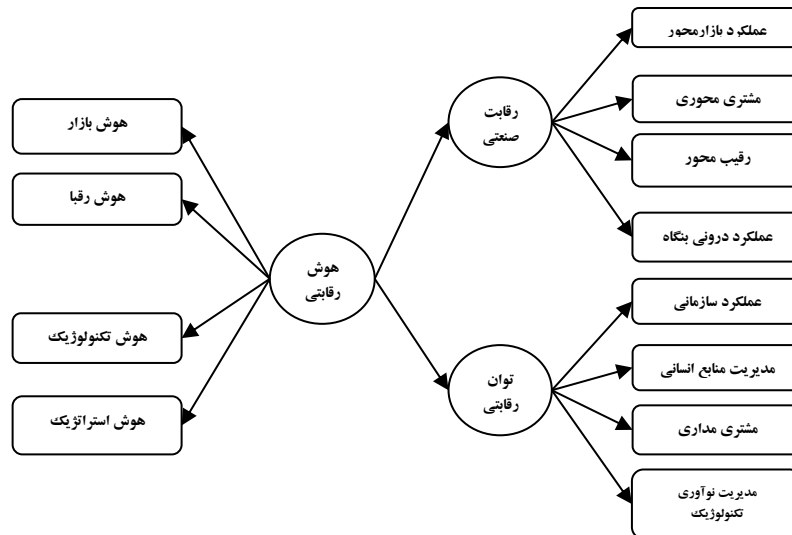
فرضیه اصلی ۱: هوش رقابتی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رقابت صنعتی واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد.

فرضیه اصلی ۲: هوش رقابتی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر توان رقابتی واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد.

چهارچوب مفهومی پژوهش

به منظور روشن شدن ارتباط متغیرها با یکدیگر مدل مفهومی پژوهش در شکل شماره یک ارائه می‌گردد. در تدوین مدل مفهومی پژوهش با استفاده از مطالعه مقالات و کتب متعدد، عوامل موثر بر هوش رقابتی (هوش بازار، هوش رقبا، هوش تکنولوژیک و هوش استراتژیک) با استفاده از مدل رضایان (۱۳۸۹) و رقابت صنعتی (عملکرد بازار، مشتری محوری، رقیب محوری و عملکرد درونی بنگاه) با استفاده از مدل‌های رحیمی (۲۰۱۲) و توان رقابتی (عملکرد سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مشتری مداری و مدیریت نوآوری استراتژیک) با استفاده از مدل آدامز و لامونت (۲۰۰۳) واحدهای صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان شناسایی شد، سپس با استفاده از روش مصاحبه با خبرگان مهمترین ابعاد متغیرها انتخاب و پس از آن با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی، به شناسایی ابعاد متغیرهای مذکور پرداخته می‌شود. با توجه به مدل مفهومی، پژوهش حاضر در دو مرحله صورت می‌پذیرد، مرحله اول، شناسایی عوامل موثر بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مصاحبه و رویکرد تحلیل عاملی تاییدی و مرحله دوم، بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری.

شکل شماره دو- چارچوب مفهومی پژوهش



روش تحقیق

با توجه به استفاده از نتایج پژوهش در عمل این پژوهش کاربردی از نوع توصیفی پیمایشی است. در این پژوهش برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها از رویکرد معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS 18 استفاده می‌شود. در مدل‌سازی معادلات ساختاری میان دو گروه متغیر پنهان و آشکار تمایز وجود دارد. متغیر پنهان متغیری است که از چند متغیر آشکار بوجود می‌آید. بدین ترتیب متغیرهای هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی به عنوان متغیرهای پنهان در نظر گرفته شده‌اند. از طرف دیگر برای اندازه‌گیری متغیر هوش رقابتی، متغیرهای آشکار هوش بازار، هوش رقبا، هوش تکنولوژیک و هوش استراتژیک با مطالعه کتب و مقالات، در نظر گرفته شده است. متغیرهای عملکرد بازارمحور، عملکرد مشتری محور، عملکرد رقیب محور و عملکرد درونی بنگاه به عنوان متغیرهای آشکار و الگوهای اندازه‌گیری برای رقابت صنعتی در نظر گرفته شده است. از طرف دیگر متغیرهای عملکرد سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مشتری مداری و مدیریت نوآوری تکنولوژیک به عنوان

الگوهای اندازه گیری توان رقابتی در نظر گرفته شده است. با توجه به آنچه گفته شد پژوهش حاضر در دو مرحله انجام می‌پذیرد. اول) شناسایی عوامل موثر بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مصاحبه و رویکرد تحلیل عاملی تاییدی و دوم) بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌ها، کارگاه‌ها و کارخانجات فعال در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است که با توجه به اطلاعاتی که مدیریت شهرک‌های صنعتی در اختیار محقق قرار داده است، دارای ۲۲۰ واحد اقتصادی فعال می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نمونه‌ای به حجم ۱۴۰ واحد صنعتی انتخاب گردید. ابزار پژوهش پرسشنامه است که با مطالعه پرسشنامه‌هایی که پوشش دهنده گویه‌های پژوهش بوده‌اند تدوین گردیده است.

در تدوین پرسشنامه پژوهش از پرسشنامه‌های هوش بازار و رقبای کوهلی و جاورسکی^۱، عملکرد سازمانی هرسی و گلد اسمیت^۲، رقابتمندی و مزیت رقابتی لی و ژنو^۳ و مدیریت منابع انسانی آرمسترانگ^۴ کمک گرفته شده است. روایی پرسشنامه از طریق روش اعتبار محتوا و پایایی و همبستگی درونی داده‌های آن با استفاده از نرم افزار SPSS و روش آلفای کرونباخ تایید گردید. جدول شماره یک نشان دهنده پایایی مولفه‌های پرسشنامه پژوهش است.

جدول شماره یک پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ
هوش رقابتی	۰/۸۶
توان رقابتی	۰/۸۲
رقابت صنعتی	۰/۷۸

1. Cohly and Jawersky
2. Hersey and Goldesmit
3. Lee and Jeo
4. Armstrong

در شمایی کلی در جدول شماره دو شاخص‌های سنجش متغیرهای آشکار پژوهش نشان داده شده است.

جدول شماره دو- شاخص‌های سنجش متغیرهای آشکار

متغیر آشکار	شاخص‌ها
هوش بازار	شناسایی نیازمندی‌های مشتریان، فرصت‌های خلاقانه موجود، کسب اطلاعات جدید بازار
هوش رقبا	تمرکز بر سیاست‌های قیمت‌گذاری، سیاست‌های توسعه رقبا، توجه به محصولات جانشین
هوش تکنولوژیک	ارزیابی تکنولوژی‌های موجود، پیش‌بینی جهش تکنولوژیکی، تحقیقات کاربردی تکنولوژیک
هوش استراتژیک	تحلیل رفتارهای اجتماعی و اقتصادی، دید استراتژیک، ارتباطات داخلی و خارجی
عملکرد در قبال بازار	هوشمندی در کل بازار، بررسی اطلاعات مرتبط با قابلیت‌های بنگاه، تکنیک‌های روز بررسی بازار
عملکرد در قبال مشتریان	ایجاد ذهنیت مثبت، اطلاع‌رسانی مثبت به مشتریان، ایجاد بانک اطلاعات برای مشتریان
عملکرد در قبال رقبا	تلاش در جهت شناسایی حرکات رقبا، درک کلی از رقبا، بررسی قابلیت‌های رقبا
عملکرد درونی	ساختار تیمی رقابت‌مند، ایجاد برنامه‌های حامی فرهنگ سازمان در برابر رقبا
عملکرد سازمانی	برنامه‌های مدون برای شناسایی عملکرد رقبا، وجود تیم‌های تخصصی رقابت‌مند
مدیریت منابع انسانی	دانش فنی کارکنان، انگیزه کارکنان، تخصص‌های موجود و میزان به کارگیری، تجربه کاری
مشتری‌مداری	توجه به رفاه مشتری، درک نیاز مشتری، ارتباط با مشتریان، اعتماد به مشتریان
مدیریت نوآوری	نوآوری در کار، استفاده از روش‌های حامی خلاقیت در کار، سیستم خیره‌فعال

روش نمونه‌گیری و تعداد اعضای نمونه انتخابی

جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌ها، کارگاه‌ها و کارخانجات فعال در شهرک‌های صنعتی استان لرستان است که با توجه به اطلاعاتی که مدیریت شهرک‌های صنعتی در اختیار محقق قرار داده است، دارای ۲۲۰ واحد اقتصادی فعال می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نمونه‌ای به حجم ۱۴۰ واحد صنعتی انتخاب گردید. در توضیح چگونگی جمع‌آوری داده‌های حاصل از پرسشنامه باید گفت که استان لرستان بر اساس شاخص جغرافیایی به چهار طبقه شمال، جنوب، شرق و غرب و مرکز تقسیم گردید. سپس از هر یک از نواحی مذکور یک شهر انتخاب شد. بدین شکل که شهر بروجرد برای ناحیه شمال استان، شهر پلدختر برای ناحیه جنوب، شهر الیگودرز در ناحیه شرق و شهر خرم‌آباد برای ناحیه غرب و مرکز استان انتخاب شد. در هر یک از شهرهای نامبرده و در شهرک‌های

صنعتی آن به صورت تصادفی ۳۵ پرسشنامه توزیع گردید که مجموع آن‌ها به ۱۴۰ پرسشنامه می‌رسد. شرح کامل روش نمونه‌گیری و تعداد اعضای نمونه انتخابی در جدول شماره ۳ آمده است.

جدول شماره سه - مشخصات تعداد اعضای انتخابی

مدیران	مدیران	مدیران	تعداد	حوزه فعالیت	شهر	ناحیه
تولید	بازاریابی	عامل	پرسشنامه	صنایع چوبی	بروجرد	شمال
۳	۳	۱	۷	صنایع قطعه سازی		
۳	۲	۲	۷	صنایع دارو سازی		
۳	۴	۱	۸	صنایع فوم		
۴	۲	۰	۶	صنایع پی وی سی		
۳	۲	۲	۷			
۰	۰	۰	۰	صنایع فولاد	پلدختر	جنوب
۷	۶	۴	۱۷	صنایع قطعه سازی		
۰	۰	۰	۰	صنایع دارو سازی		
۷	۶	۵	۱۸	صنایع سنگ		
۴	۷	۲	۱۳	صنایع سنگ	الیگودرز	شرق
۶	۳	۰	۹	صنایع قطعه سازی		
۸	۴	۱	۱۳	صنایع چوبی		
۳	۳	۲	۸	صنایع فولاد	خرم آباد	غرب و مرکز
۴	۱	۱	۶	صنایع قطعه سازی		
۴	۱	۲	۷	صنایع چوبی		
۵	۲	۰	۷	صنایع فوم		
۳	۳	۱	۷	صنایع پی وی سی		

یافته‌های توصیفی پژوهش

در این پژوهش نتایج توصیفی داده‌ها شامل تجزیه و تحلیل مشخصات جمعیت شناختی نمونه و ضریب KMO (شاخص کفایت نمونه‌گیری) می‌باشد. با بررسی داده‌های مربوط به جنسیت مشخص می‌شود که تعداد ۱۲۰ نفر معادل ۸۶٪ مرد و ۲۰ نفر معادل ۱۴٪ زن هستند. همچنین در بین نمونه انتخابی ۴۲ نفر کمتر از ۳۰ سال و معادل ۳۰٪ حجم نمونه انتخابی هستند. از طرف دیگر ۵۵ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند که ۳۹٪ حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. اعضای نمونه بالاتر از ۴۱ سال نیز ۴۳ نفر هستند که ۳۰٪ حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. در خصوص ضریب KMO نیز باید گفت که ارزش عددی KMO بالاتر از ۰/۷ بوده که نشان از مطلوب بودن ضریب استفاده از تحلیل عاملی دارد.

یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی

نتایج تحلیل عاملی برای متغیرهای پنهان هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت‌مندی صنعتی بیانگر آن است که متغیرهای آشکار این مولفه‌ها به خوبی متغیر پنهان خود را اندازه‌گیری می‌کنند. جدول شماره چهار نتایج حاصل از محاسبه بارهای عاملی استاندارد شده را نشان می‌دهد.

جدول شماره چهار- نتایج تحلیل عاملی تاییدی

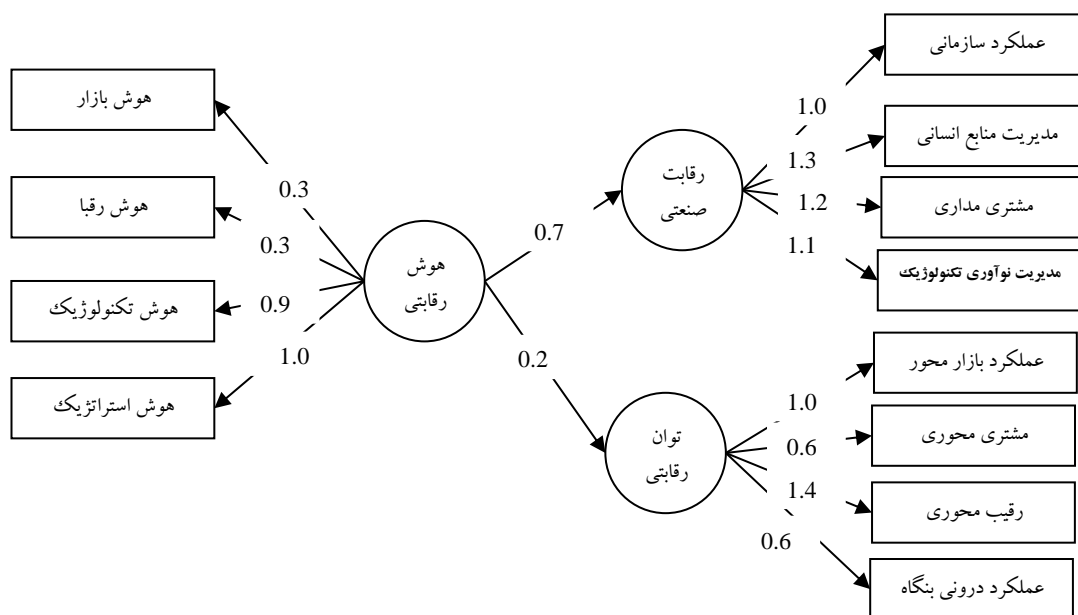
CR	P	متغیر آشکار	متغیر پنهان
۳/۷۶	۰/۰۰۰	هوش بازار	هوش رقابتی
۳/۱۱	۰/۰۲۰	هوش رقبا	
۲/۹۴	۰/۰۳۲	هوش تکنولوژیک	
۳/۷۳	۰/۰۰۰	هوش استراتژیک	
۳/۰۵	۰/۰۰۴	عملکرد سازمانی	توان رقابتی
۳/۲۶	۰/۰۰۰	مدیریت منابع انسانی	
۲/۸۳	۰/۰۲۱	مشتری مداری	
۳/۲۲	۰/۰۰۰	مدیریت نوآوری	
۲/۱۳	۰/۰۴۳	تکنولوژیک	رقابت صنعتی
۳/۳۶	۰/۰۰۰	عملکرد بازارمحور	
۳/۳۹	۰/۰۰۰	عملکرد مشتری محور	
۳/۱۹	۰/۰۱۱	عملکرد رقیب محور	
		عملکرد درونی شرکت	

با توجه به جدول شماره چهار و نتایج تحلیل عاملی، بر اساس سطح معنا داری ۰/۰۵ مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو مهم شمرده نمی‌شود، هم چنین مقادیر کوچکتر از ۰/۰۵ برای مقدار P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۰/۰۵ دارد. با توجه به آنچه که گفته شد و همان گونه که در جدول شماره چهار دیده می‌شود شاخص مقدار بحرانی CR برای تمامی متغیرهای آشکار بیشتر از ۱/۹۶ است و از طرف دیگر تمامی متغیرهای آشکار پژوهش دارای مقدار P کمتر از ۰/۰۵ هستند. این بدان معنی است که متغیرهای آشکار به خوبی متغیرهای پنهان پژوهش را اندازه‌گیری می‌کنند.

آزمون فرضیات

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رویکرد معادلات ساختاری استفاده شده است که مدل خروجی نرم افزار AMOS 18 در شکل شماره سه نشان داده شده است.

شکل شماره سه - خروجی نرم افزار AMOS



برای برازش مدل فوق از نرم افزار AMOS استفاده شده است که شاخص‌های کلی آن به شکل جدول شماره پنج است.

جدول شماره پنج - برازش مدل مفهومی

RMSE	GFI	CMIN/DF	P	CFI
۰/۰۵	۰/۹۰	۲/۳۲	۰/۰۰۵	۰/۹۲۳

به علاوه شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تاییدی) با استفاده از نرم افزار Amos18 در جدول شماره شش آمده است.

جدول شماره شش - شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تاییدی)

متغیر	CFI	CIMIN/DF	P	GFI	RMSE
هوش رقابتی	۰/۹۱۶	۱/۶۲	۰/۸۲۱	۰/۹۱۴	۰/۰۰۷
توان رقابتی	۰/۹۳۲	۲/۱۴	۰/۷۳۳	۰/۹۲۹	۰/۰۱۶
رقابت صنعتی	۰/۹۰۱	۱/۹۲	۰/۸۰۳	۰/۹۰۰	۰/۰۱۴

در توضیح مقدار کای اسکوئر (CMIN) مدل و سطح معنا داری (P) لازم است ذکر شود که هر چه مقدار کای اسکوئر کوچکتر باشد مدل تدوین توسط پژوهشگر رضایت بخش تر است. یکی دیگر از شاخص‌های معتبر که برای برازندگی مدل به کار می‌رود GFI یا شاخص نیکویی برازش می‌باشد. این شاخص را می‌توان به عنوان مشخصه‌ای مشابه با R^2 در رگرسیون چند متغیره در نظر گرفت. هرچه GFI نزدیکتر به یک باشد الگوی داده‌ها برازش بهتری دارد. برای الگوهای اندازه‌گیری GFI بزرگتر از ۰/۹۰ می‌باشد که نشان برازش خوب برای داده‌ها از الگو است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSE نیز یکی دیگر از شاخص‌های برازندگی مدل است که در الگوهای قابل قبول دارای مقدار ۰/۰۸ یا کمتر می‌باشد، برازش الگوهای که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۱ هستند ضعیف برآورد می‌شوند. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود مقدار این شاخص برای الگو اندازه‌گیری کمتر از ۰/۰۸ می‌باشد که این شاخص نیز نشان از برازش خوب الگوها توسط داده‌ها است. در نهایت با توجه به مطالب بالا می‌توان نتیجه گرفت که الگوهای اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) از

برازش خوبی برخوردار هستند و به این معنی است که متغیرهای آشکار به خوبی می‌توانند متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند. پس از تعیین برازش مدل و متغیرهای پژوهش، فرضیات اصلی آزمون می‌گردند.

جدول شماره هفت- فرضیه‌های اصلی تحقیق به همراه ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص‌های جزئی

نتیجه	P	مقدار بحرانی	ضریب رگرسیونی	فرضیه‌های اصلی تحقیق
تائید	۰/۰۰۰	۳/۲۱	۰/۸۳	H1: هوش رقابتی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رقابت صنعتی واحدهای صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد.
تائید	۰/۰۰۰	۳/۰۳	۰/۷۶	H2: هوش رقابتی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توان رقابتی واحدهای صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد.

با توجه به جدول شماره هفت و آزمون فرضیات اصلی پژوهش، مشاهده می‌شود که فرضیات اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می‌گردند. در توضیح آزمون فرضیات اصلی باید گفت که با توجه به مقدار بحرانی (CR) که برای هر دو فرضیه دارای مقدار بیش از ۱/۹۶ است و مقدار (P) که کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، در سطح اطمینان ۹۵٪ فرضیات اصلی پژوهش تایید می‌گردند. لذا با توجه به جدول شماره هفت می‌توان گفت که هوش رقابتی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رقابت صنعتی و توان رقابتی واحدهای صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان دارد.

بحث

با توجه به آنچه که گفته شد پژوهش حاضر به کارخانجات، کارگاه‌ها و واحدهای صنعتی فعال پیشنهاد می‌کند که جایگاه به کارگیری سیستم‌های هوش رقابتی را در واحدهای خود شناسایی کنند و به بکارگیری سیستم‌های هوشمندی به ویژه هوش رقابتی مبادرت کنند. در ضمن با توجه به نتایج پژوهش، واحدهای اقتصادی باید نیازمندی‌های مشتریان و فرصت‌های خلاقانه موجود را شناسایی کرده و همواره به کسب اطلاعات جدید بازار پردازند. همچنین واحدهای اقتصادی باید به ارزیابی تکنولوژی‌های موجود و پیش‌بینی جهش تکنولوژیکی در راستای بهره‌مندی از هوش رقابتی پردازند. برای بهره‌مندی از رقابت صنعتی با توجه به نتایج پژوهش باید گفت که تلاش در جهت شناسایی حرکات رقبا، درک کلی از رقبا و بررسی قابلیت‌های رقبا بسیار حائز اهمیت است. به علاوه پژوهش حاضر به واحدهای صنعتی برای ایجاد و بهبود توان رقابتی پیشنهاد می‌کند که به دانش فنی کارکنان، انگیزه کارکنان، تخصص‌های موجود و میزان به کارگیری، تجربه کاری برنامه‌های مدون برای شناسایی عملکرد رقبا و وجود تیم‌های تخصصی رقابت‌مند توجه بیشتری بنمایند. با توجه به بالا بودن اهمیت هوش تکنولوژیکی و هوش استراتژیک در هوش رقابتی توصیه می‌شود به منظور اخذ نتیجه بیشتر در اقدامات استراتژیک، به تفکر استراتژیک و به همسویی سازمانی، اطلاعاتی و انسانی توجه گردیده و برای ایجاد این همسویی‌ها، اقدامات فرهنگی، آموزشی و توجیهی صورت گیرد تا همکاری، هماهنگی و همراستایی بین بخشی در بهبود توان رقابتی و رقابت صنعتی تقویت گردد. پژوهش حاضر به محققان پیشنهاد می‌کند که تاثیر هوش رقابتی را بر دیگر متغیرهای مرتبط بررسی کنند و دیگر مولفه‌های موثر بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی را شناسایی نمایند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل و مولفه‌های تاثیرگذار بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی از یک سو و بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان رقابتی و رقابت صنعتی در شهرک‌های صنعتی استان لرستان از سوی دیگر، انجام پذیرفت. این پژوهش با استفاده از مطالعه کتب و مقالات به شناسایی عوامل موثر بر هوش رقابتی، توان رقابتی و رقابت صنعتی پرداخته است و از طرف دیگر با استفاده از اطلاعات حاصل از پرسشنامه، این سه مولفه را بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که هوش استراتژیک، هوش رقبا، هوش تکنولوژیک و هوش بازار مولفه هوش رقابتی را در واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان تحت تاثیر قرار می‌دهد. از طرف دیگر عوامل تاثیرگذار بر توان رقابتی، عملکرد سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مشتری‌مداری و مدیریت نوآوری و تکنولوژی شناسایی شد. همچنین نتایج نشان می‌دهند که عملکرد بازارمحور، عملکرد مشتری‌محور، عملکرد رقیب‌محور و عملکرد درونی واحدهای صنعتی، رقابت صنعتی را در واحدهای اقتصادی شهرک‌های صنعتی استان لرستان تحت تاثیر قرار می‌دهد. در مورد بررسی تاثیر هوش رقابتی بر توان اقتصادی و رقابت صنعتی باید گفت که در واحدهای صنعتی مستقر در شهرک‌های صنعتی استان لرستان و در سطح اطمینان ۹۵٪، هوش رقابتی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر توان رقابتی و رقابت‌مندی صنعتی این واحدهای صنعتی دارد. در مورد هماهنگی پژوهش حاضر با دیگر پژوهش‌های صورت گرفته باید گفت که نتایج این پژوهش با نتایج حاصل از پژوهش رضائیان و طبرسا (۱۳۹۱) و دولت‌آبادی و زینلی (۱۳۹۰) در داخل کشور و گابر (۲۰۰۷) در خارج از کشور هماهنگی دارد.

منابع

- بهیکش، محمد مهدی، (۱۳۸۰)، اقتصاد ایران در آستانه جهانی شدن، نشر نی
- حق شناس کاشانی، فریده، سعیدی، نیما، (۱۳۹۰)، اولویت بندی عوامل موثر بر هوشمندی رقابتی در صنعت فرش، تحقیقات بازاریابی نوین، ۱(۱)، ص ۱۲۷-۱۵۴
- خلیل، طارق، (۱۳۸۳)، مدیریت تکنولوژی رمز موفقیت در رقابت و خلق ثروت، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- دانش فرد، کرم الله، ذاکری، محمد، (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر مدیریت دانش بر توان رقابتی شرکت ها، فصلنامه (۲) ۱۹، ص ۲۳۳
- رضائیان، علی، لشکر بلوکی، مجتبی، (۱۳۸۹)، هوشمندی رقابتی و تصمیم گیری استراتژیک، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، (۱) ۲، ص ۴۳-۶۵
- رضایی دولت آباد، حسین، زینلی، زهرا، شکرچی زاده، زهرا، (۱۳۹۰)، بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر مزیت رقابتی، ماهنامه چشم انداز مدیریت بازرگانی، (۴) ۵، ص ۹-۲۵
- صفری، سعید، ابراهیمی، عباس، (۱۳۹۱)، اندازه گیری توان رقابتی بانک ها در نظام بانکداری ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، (۳) ۶۴، ۲-۱۸۷-۲۲۱
- غفاریان، وفا و عمادزاده، مرتضی، (۱۳۸۵)، معانی نوظهور در مفهوم استراتژی، تهران، سازمان مدیریت صنعتی
- مهرگان، م، عسگری زاده، الف، صفری، ح، (۱۳۸۹)، طراحی مدل هوشمندی رقابتی در سطح کسب و کار، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۳(۹)، ص ۷۳-۱۰۴

Aghazadeh, H., & Mehrnoush, M. (2010), Scale of competitiveness in Iranian commercial banks with emphasis on the international performance. *Journal of Economic Research*, 10(1), p 21-41

Arranz, N. (2009). Inter-nationalization process of Spanish small firms' strategies, transactions and barriers, *International Small Business*, 27(4), p 420-441

Barkely Ian, Dann Zoe, Holroyd Pjilip (2000). New Product Development: a Practical Workbook for Improving Performance, *Management Decision*, 65(4), p 235-248

Bose, R . (2008). Competitive intelligence process and tools for intelligence analysis, *Industrial management & data system*, 108(4), p 510-528

Divandari A., Aghazadeh, H., & Nikoukar, G.H. (2009), Market orientation and business performance in Iran, *Journal of Management*, 23(4), p 54-39

Demeter, A. (2006), How does knowledge management influences innovation and competitiveness? *Journal of Knowledge Management*, 4(2), p 87-98.

Fuld, L. M. (1998), "Monitoring the Competition: Finding out what is Really Going over there", *New York, John Wiley*, 48(4), p 256-267

Fuld, L.M. (1995), "The New Competitor Intelligence, New York: John Wiley. 43(5), p 123-137

Gilad, B. (1999)," Competitive Intelligence: The real knowledge management", *Knowledge Management*, 12 (33), p 12-23

Gabber, H, (2007), competitive intelligence topology analyze for improved plan operation, *industrial management and Data systems*, 107(2), p 198-236

Goran A., Vladimir D., Bojan, L., Danica, Z., & Lztok, P. (2011). Evaluating the impact of environmental factors on the international competitiveness of small and medium size sized enterprises in the western Balkans, Faculty of Technical Sciences. *University of Novi Sad*.18 (6), p 423-437

Liu S. Sandra, et al. (2003). Market-oriented organizations in an emerging economy, a study of missing links, *Journal of Business Research*, 56(2), p 485

McGahan Anita M., Silverman Brian S. (2006); Profiting from technological innovation by others: The effect of competitor patenting on firm value, *Research Policy*,35 (8), p 1222-1242

Priporas , C.V. , Gatsoris, L. and Zacharis,V.(2005), Competitive intelligence activity, evidence from Greece, Marketing Intelligence & Planning, 23(7), p 659-669

Rezaeian, alli & lashgar bloke, mojtaba (2011) competitive intelligence and strategic decision making, business administration perspective, 2(1), p 45

Rahimikoor, H. (2012). Factors affecting the competitiveness of the insurance industry: Using a structural equation model (SEM). Ph. D. Dissertation in Business Management, Tehran, Payam Noor University, 59(2), p 50-62

Saayman , A. ; Pienaar , J. ; Pelsmacker , P.D. ; Viviers, W. ; CuyversL. ; Muller, M.L. and Jegers, M.(2008). Competitive intelligence: construct exploration, validation and equivalence. Proceedings: New Information Perspectives, 60(4), p 383-411

Shurchuloo P. (2002). National productivity and competitive strategies for the new millennium, Integrated Manufacturing Systems, 13 (6), p 408-414

Toit, A. (2003); "Competitive Intelligence in the Knowledge Economy International Journal of Information Management, 23(1), p 111-120.