

بررسی نقش مدیریت زنجیره تامین در رقابت پذیری (مورد مطالعه: فرآورده‌های گوشتی شهر تهران)

حمید کاکائی^{۱*}

ژاله احمدفرد^۲

الهام نورائی^۳

هوشنگ مومنی وصالیان^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۰ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۱۲/۱۹

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی نقش مدیریت زنجیره تامین در رقابت پذیری شرکت‌ها است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل ۲۰۰ نفر از مدیران و سرپرستان فروش فرآورده‌های گوشتی در شهر تهران بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان، تعداد ۱۰۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار PLS و با استفاده از آزمون‌های تی معناداری و ضرایب مسیر انجام پذیرفته است. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل اطلاعات نشان داد مدیریت زنجیره تامین نقش مثبت و معناداری در رقابت‌پذیری شرکت‌های فرآورده گوشتی شهر تهران دارد. نتایج نشان داد که مدیریت زنجیره تامین نقش مثبتی بر قیمت‌ها، کیفیت و قابلیت اعتماد محصول، سرعت در تحویل، قابلیت اعتماد در تحویل و انعطاف‌پذیری محصولات دارد. به مدیران و مسئولان فروشگاه‌ها پیشنهاد می‌گردد توجه ویژه‌ای به مقوله مدیریت زنجیره تامین در راستای بهبود رقابت‌پذیری خودشان داشته باشند.

واژگان کلیدی

مدیریت زنجیره تامین، رقابت‌پذیری، فرآورده‌های گوشتی.

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد سنجی و مدرس دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول:

hamidkakaiei306@yahoo.com)

۲- کارشناس ارشد مهندسی کشاورزی علوم و صنایع غذایی، گرایش تکنولوژی موارد غذایی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

Jahmadfard@yahoo.com)

۳- دانشجوی دکتری اقتصاد بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، تهران، ایران. (elham.nouraiie@yahoo.com)

۴- استادیار گروه اقتصاد واحد تهران مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (hooshang.momeni@gmail.com)

مقدمه

امروزه شدت رقابت بین شرکت‌های تولیدکننده فرآورده‌های گوشتی بسیار زیاد است. با جستجوی ساده در اینترنت با بیش از ۱۰۰ برند مختلف در شهر تهران مواجه می‌شویم که در این زمینه محصولات مختلفی را ارائه می‌کنند. تنوع این محصولات به گونه‌ای است که اگر نتوانند این شرکت‌ها نوآوری در محصولات خود داشته باشند به راحتی از صحنه رقابت حذف خواهند شد. رقابت‌پذیری به معنای تماس با بازارهای اصلی در مقایسه با شرکت‌های اصلی، طراحی و رشد محصول و ارتقاء وضعیت سازمان در مقایسه با رقبای اصلی آن است. کسب رقابت‌پذیری پایدار در سازمانی که به سرعت در حال تغییر است، موضوعی حیاتی برای همه سازمان‌ها ایجاد می‌کند (خددام و همکاران^۱، ۲۰۲۰). شرکت‌های تولیدکننده فرآورده‌های گوشتی باید به رقابت‌پذیری و شاخص‌های مرتبط با آن توجه داشته باشند تا بتوانند موفقیتی را برای خود در بازار پرتلاطم این حوزه رقم بزنند.

یکی از عوامل موثر بر رقابت‌پذیری تولیدکنندگان فرآورده‌های گوشتی، مدیریت زنجیره تامین می‌باشد. مدیریت زنجیره تامین اشاره به توانایی زنجیره تامین در تولید نتایج در رابطه با یک هدف دارد (تروفدیر و همکاران^۲، ۲۰۱۹). یک زنجیره تامین شامل همه تسهیلات، وظایف و کارها و فعالیت‌هایی می‌شود که در تولید و تحویل یک کالا یا خدمت، از تامین کنندگان تا مشتریان درگیر هستند و شامل برنامه‌ریزی و مدیریت عرضه و تقاضا، تهیه مواد، تولید و برنامه زمانبندی محصول یا خدمت، انبارکردن، کنترل موجودی و توزیع، تحویل و خدمت به مشتری می‌شود. مدیریت زنجیره تامین همه این فعالیت‌ها را طوری هماهنگ می‌کند که مشتریان بتوانند محصولاتی با کیفیت بالا و خدمات قابل اطمینان در حداقل هزینه، در زمان مناسب، در مکان مناسب، در مقدار مناسب و در شرایط مناسب به دست آورند. مدیریت زنجیره تامین می‌تواند به نوبه خود برای شرکت مزیت رقابتی فراهم کند (هاشمی، ۱۳۹۰).

بنابراین برای بهبود رقابت‌پذیری شرکت‌های تولیدی در این حوزه، می‌بایست جریان نوآوری و کارآفرینی را در سازمان با توجه به تئوری‌های مبتنی بر قابلیت زنجیره تامین تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود و برای رسیدن به این مهم، مدیران نیازمند این هستند تا عواملی که منجر به توسعه این قابلیت‌ها می‌شوند را مورد توجه قرار دهند. با توجه به کمبود مطالعات در این زمینه و شکاف نظری که وجود دارد، تحقیق حاضر شکل گرفته و به دنبال پاسخ به این مسئله هست که مدیریت زنجیره تامین در رقابت‌پذیری فرآورده‌های گوشتی شهر تهران نقشی دارد.

مروری بر ادبیات تحقیق

- مدیریت زنجیره تامین

امروزه سازمان‌های مختلف برای پاسخگویی به تقاضای بازار و تامین نیازهای مشتریان به برقراری همکاری با سایر عناصر زنجیره تامین نیازمند هستند. عملکرد یک سازمان به وسیله فعالیت‌های سایر اعضای زنجیره تامین، تحت تاثیر قرار می‌-

¹ Khaddam et al

² Tarofder et al

گیرد. رقابت میان شرکت های واحد، در عصر حاضر جای خود را به رقابت میان زنجیره های تامین داده است. در واقع، شرکت ها می بایست علاوه بر تمرکز بر منابع فعالیت های داخل شرکت خود، به برقرار یکپارچگی با تامین کنندگان و مشتریان نیز توجه داشته باشند و عملکرد زنجیره تامین خود را مورد بررسی قرار دهند (میرفلاح، ۱۳۹۵). سنجش عملکرد زنجیره تامین شرکت ها کار سخت و پیچیده ای می باشد. بین انتظارات مشتریان و برداشت آنها از عملکرد تامین کنندگان شکاف وجود دارد. می توان اینگونه بیان کرد که سنجش عملکرد زنجیره تامین برای شرکت ها حیاتی است تا اثر بخشی زنجیره تامین و کارایی را بهبود دهند (احمدی اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۸).

بخش مهمی از مدیریت زنجیره تامین استراتژی هایی است که به نحوه مدیریت شرکت در زمینه تامین منابع محصولات، توانایی برنامه ریزی، تبدیل مواد اولیه، مدیریت تقاضا، تحویل محصولات و خدمات و ارتباط با بازیگران زنجیره تامین مربوط می شود (زیمرمن و همکاران^۱، ۲۰۲۰). مدیریت زنجیره تامین فرایند برنامه ریزی، پیاده سازی و کنترل عملیات زنجیره تامین با هدف برآوردن نیازهای مشتری تا حد ممکن است. مدیریت زنجیره تامین شامل همه جابجایی و ذخیره مواد اولیه، موجودی در حال انجام و کالاهای آماده از نقطه مبدا تا نقطه مقصد است. موضوعات اصلی مدیریت زنجیره تامین عبارتند از طراحی، توسعه و مدیریت زنجیره تامین با تنها هدف دستیابی به پایداری بلند مدت و رضایت سهامداران. این امر مستلزم جابجایی بی رویه مواد، منابع مالی و اطلاعات در سراسر زنجیره تامین شرکت است که همزمان با دیگر شرکت های زنجیره تامین است. هدف این است که فرآیندها و ساختارهای مختلف را برای همگام سازی و هماهنگ سازی جریان اطلاعات بین ذینفعان مختلف و جریان خدمات و کالاها به مشتریان نهایی ترکیب کند. در آینده، رقابت بین سازمانها حول نوآوری های ارزشمند ساختار و فرایندها و عمدتاً اجرای موثرتر و موفق آن خواهد چرخید (آگراوال و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

از دیدگاه سریماروت و مکهوم (۲۰۲۰)، مدیریت زنجیره تامین مجموعه ای از اقدامات برای برنامه ریزی، کنترل و رسیدن محصول از مواد به تولید و در نهایت به توزیع است. برنامه ریزی یکپارچه و عملکرد رویه برای بهبود جریان مواد، داده ها و سرمایه ضروری است. به طور گسترده، مدیریت زنجیره تامین منابع، تولید، مدیریت موجودی، برنامه ریزی تقاضا و لجستیک / حمل و نقل و ذخیره انواع مختلف کاتالوگ های تجاری را پوشش می دهد و برای ایجاد مزیت های رقابتی نسبت به رقبای شرکت ها از نرم افزارهای خاص و طرح های تجاری برای ایجاد ساختاری کلی برای شیوه های مدیریت زنجیره تامین کارآمد در محیط داخلی و بین المللی استفاده می کنند (سریماروت و مکهوم^۳، ۲۰۲۰).

در جدول زیر به برخی از تعاریف مدیریت زنجیره تامین اشاره شده است:

¹ Zimmermann et al

² Agrawal et al

³ Srimarut & Mekhum

جدول (۱): تعاریفی از مدیریت زنجیره تامین

نویسنده	نتیجه
افراز و همکاران ^۱ (۲۰۲۱)	مدیریت زنجیره تامین شامل طراحی و مدیریت تمام فعالیت‌های درگیر در منبع‌یابی و خرید، تبدیل و مدیریت لجستیک است. همچنین شامل هماهنگی و مشارکت با شرکای دیگر است که می‌توانند تامین کنندگان، واسطه‌ها، تامین کنندگان خدمات شخص ثالث و مشتریان باشند. اساساً، مدیریت زنجیره تامین، مدیریت عرضه و تقاضا را در درون و بین شرکت کنندگان ترکیب می‌کند.
بیمها و همکاران ^۲ (۲۰۲۰)	فلسفه مدیریت زنجیره تامین این است که عملکرد کلی زنجیره‌های تامین زمانی افزایش می‌یابد که عملکرد تمام سازمان‌های مرتبط با فرآیند در رابطه با عملکرد سازمان‌های منفرد بهینه شود. این امر باید از طریق هماهنگی مؤثر حاصل شود و اطمینان حاصل شود که مشتریان محصولات با کیفیت بالا و خدمات قابل اعتماد را با کمترین هزینه به دست می‌آورند.
دوان ^۳ (۲۰۲۰)	مدیریت زنجیره تامین شامل تمام گروه‌ها و افرادی است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم در برآوردن نیازهای مشتری مشارکت دارند.

- رقابت پذیری

با گسترش و جهانی شدن بازارها، تنها راه بقای شرکت‌ها و سازمان‌ها منوط به افزایش رقابت‌پذیری و کسب و حفظ مزیت رقابتی پایدار است. یک شرکت زمانی رقابت‌پذیر است که بتواند برای مشتریان ارزش‌آفرینی نماید. یک زنجیره تامین نیز زمانی رقابت‌پذیر است که بتواند برای مشتریان و دیگر اجزای زنجیره، ایجاد ارزش کند (براتی، ۱۳۹۶). یک شرکت باید استراتژی‌ای را اجرا کند که عملکرد سازمان خود را افزایش دهد که باعث می‌شود شرکت مزیت رقابتی نسبت به شرکت فعلی یا بالقوه‌ای که به بازار می‌آید داشته باشد. برای دستیابی به این مزایای رقابتی، اکثر سازمان‌ها یک استراتژی تجاری تدوین می‌کنند که به آنها امکان می‌دهد منابع مختلفی را که تحت کنترل آنها است و شرکت می‌داند توانایی ایجاد مزیت رقابتی را دارند، دستکاری کنند (حامادامین و آتان^۴، ۲۰۱۹).

رقابت‌پذیری شامل کارایی (دستیابی به اهداف با حداقل هزینه) و توانایی (داشتن اهداف صحیح) بوده و انتخاب اهداف مناسب از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و رقابت‌پذیری هم اهداف، هم وسایل دستیابی به اهداف را شامل می‌شود (اخباری آزاد و بهرامی، ۱۴۰۰).

¹ Afraz et al² Bimha et al³ Doan⁴ Hamadamin & Atan

رقابت پذیری، عامل تعیین کننده موفقیت شرکت در استفاده از منابع خود برای پاسخگویی به خواسته های مشتریان در مقایسه با رقبای است. ایجاد رقابت پذیری نیازمند تعیین عواملی است که بنگاه را نسبت به سهم رقبای آنچه که در اختیار دارند، در شرایط بهتری قرار دهد. هنگامی می توان ادعا کرد یک بنگاه دارای مزیت رقابتی است که منابع و قابلیت هایی در اختیار داشته باشد که اولاً منحصر به فرد هستند و ثانیاً تقلید از آنها مشکل باشد و همچنین آن بنگاه بتواند محصولاتی به بازار ارائه دهد که ارزش بسیار زیادی برای مشتری در مقایسه با رقبای فراهم کند (رمضان پور نرگسی و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

در جدول زیر به اصلی ترین ابعاد رقابت پذیری که موقعیت رقابتی را شکل می دهند، اشاره شده است:

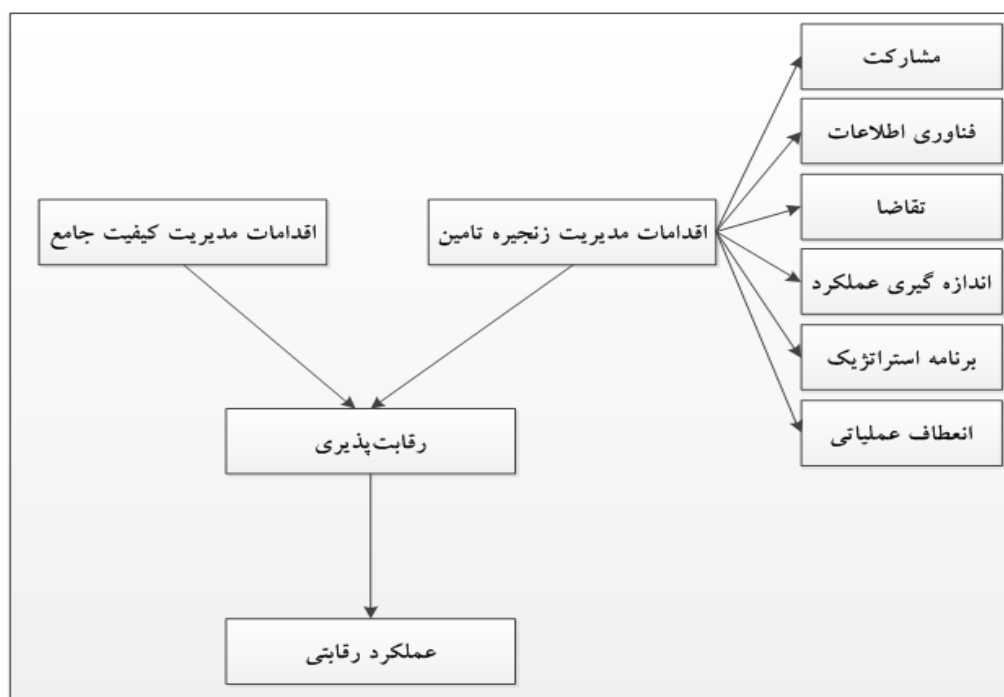
جدول (۲): ابعاد رقابت پذیری (زند حسامی و همکاران، ۱۳۹۳)

ابعاد	مفهوم بعد
قیمت	هر شرکتی بخشی از بازار خود را به فروش بر پایه قیمت پایین اختصاص می دهد. برای رقابت موفقیت آمیز در این بخش، شرکت باید یک تولید کننده با قیمت پایین باشد.
کیفیت و قابلیت اعتماد محصول	کیفیت به دو بخش تقسیم می شود: کیفیت محصول و کیفیت فرآیند. سطح کیفیت در طراحی محصول به بازار هدف آن بستگی دارد. هدف از ایجاد سطح مناسبی از کیفیت برای محصول، تمرکز بر نیازهای مشتری است. از طرف دیگر، کیفیت فرآیند به این دلیل که مستقیماً به قابلیت اعتماد محصول مربوط می شود بسیار مهم و ضروری است. مشتریان خواهان محصولی بدون عیب و نقص هستند؛ بنابراین هدف کیفیت فرآیند، تولید محصولاتی بدون نقص است.
سرعت در تحویل	در بازار فروش بعضی کالاها، اینکه شرکت قادر باشد کالا را سریع تر از رقبایش به مشتری تحویل دهد، بسیار مهم و حیاتی است.
قابلیت اعتماد در تحویل	این بعد به توانایی شرکت در تحویل محصول به مشتری در موعد متعهد شده یا حتی قبل از آن اشاره دارد.
انعطاف پذیری	الف) در کمیت: در بسیاری از موارد توانایی شرکت برای پاسخگویی به افزایش یا کاهش میزان تقاضا، عامل مهمی در قابلیت رقابتی شرکت به حساب می آید. ب) در ارائه محصول جدید: این بعد به توانایی شرکت برای ارائه محصولات متنوع به مشتریان اشاره دارد. مهمترین اصل در این بعد، زمان مورد نیاز برای تولید محصول جدید است.

¹ Ramezani Nargesi et al

در مدلی که توسط آرفو^۱ (۲۰۱۹)، مطرح شده است ارتباط بین مدیریت زنجیره تامین و رقابت پذیری تشریح شده است. آرفو بیان کرده است که در هر سازمان، نوآوری نقش ارائه خدمات و محصولات منحصر به فرد را ایفا می کند که ارزش بیشتری ایجاد می کند و ورود رقبای جدید را محدود می کند. علاوه بر این، با توجه به وضعیت کنونی بازارهای جهانی و رقابت پذیری بالا، ضمن توسعه استراتژی های نوآوری سازمان، ارزیابی عملکرد شرکت به یک عنصر بسیار مهم تبدیل شده است. مطالعات قبلی همچنین تأیید کرده اند که اگر سطح بالایی از سازگاری بین سیستم های داخلی و خارجی مانند مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین وجود داشته باشد، سازمان ها می توانند از نوآوری بهره مند شوند؛ بنابراین، نوآوری می تواند تأثیر مثبتی بر ادغام بین سیستم ها داشته باشد که در رقابت پذیری و عملکرد رقابتی منعکس می شود.

به طور کلی، مطالعات تأثیر مثبت مدیریت کیفیت جامع بر مدیریت نوآوری را نشان داده اند که این احتمال را تأیید می کند که مدیریت کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تامین می توانند بر توانایی های خلاق تأثیر مثبت بگذارند و مطالعات کمی عکس این را نشان می دهند.



شکل (۱): ترکیب بین مدیریت زنجیره تامین، مدیریت کیفیت جامع و رقابت پذیری (آرفو، ۲۰۱۹)

آرفو (۲۰۱۹)، بیان کرد که پیکورندی و هماهنگی در مدیریت زنجیره تامین برای ایجاد محصولات در شرایط رضایت بخش، قابل تولید و به موقع ضروری است. فعالیت های مدیریت زنجیره تامین شامل مجموعه ای از عملیات شرکت ها برای مدیریت موثر زنجیره تامین است. شش بعد مدیریت زنجیره تامین یعنی مشارکت، سیستم فناوری اطلاعات، خصوصیات تقاضا، اندازه گیری عملکرد، برنامه ریزی استراتژیک و انعطاف پذیری عملیاتی را پیشنهاد کردند. شیوه های

¹ Arrfou

مدیریت زنجیره تامین شامل تغییر فرهنگ سازمانی، ایجاد ارتباط بین مشتری و تامین کننده، شناسایی معیارهای عملکرد، تولید مجدد جریان مواد و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است. به دلیل اهمیت موضوع در این زمینه تا کنون تحقیقات مختلفی انجام شده است. در ادامه به صورت مختصر به برخی از این تحقیقات اشاره شده است.

جدول (۳): مروری بر تحقیقات پیشین

نویسنده	عنوان	نتیجه
مک- دوگال و همکاران ^۱ (۲۰۲۲)	چارچوب تاثیر استراتژی های زنجیره تامین و قابلیت های پویا بر رقابت پذیری شرکت ها	استراتژی های زنجیره تامین، تاثیر مثبتی بر قابلیت های پویا و متقابلاً تاثیر مثبتی بر رقابت پذیری شرکت ها دارند.
دوان (۲۰۲۰)	محرك های مدیریت زنجیره تامین و رقابت پذیری در بین صنایع تولیدی کشور ویتنام	مدیریت زنجیره تامین نقش مهمی در اجازه دادن به شرکت های تولیدی برای دستیابی به رقابت پذیری ایفا می کند.
خدادام و همکاران (۲۰۲۰)	تاثیر مدیریت زنجیره تامین بر رقابت پذیری با نقش میانجی فناوری اطلاعات در بین شرکت های اردنی	مدیریت زنجیره تامین در سه بعد آن (ارتباط با تامین کنندگان، ارتباط با واسطه ها و توزیع کنندگان، ارتباط با مشتریان) بر رقابت پذیری در ابعاد پنج گانه آن (هزینه، کیفیت، زمان تحویل، انعطاف پذیری و تعهد خلاقیت) تاثیر مستقیم و غیرمستقیم از طریق میانجی گری فناوری اطلاعات دارد.
رادفر (۱۴۰۰)	اثر گذاری مدیریت زنجیره تامین سبز بر شاخص رقابت پذیری در سازمان با تاکید بر مدیریت تدارکات، تولید و توزیع سبز شرکت مهram	مدیریت زنجیره تامین سبز بر شاخص رقابت پذیری تاثیر مثبت و معناداری دارد.
اخباری آزاد و بهرامی (۱۴۰۰)	نقش مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد نوآورانه و رقابت پذیری شرکت های صنایع غذایی شام شام	اقدامات مدیریت زنجیره تامین ارتباط مثبتی با عملکرد نوآورانه و بهبود رقابت پذیری شرکت ها دارد.

¹ McDougall et al

نویسنده	عنوان	نتیجه
براتی (۱۳۹۶)	تاثیر مدیریت روابط زنجیره تامین بر رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط صنعت قطعه سازی خودرو	تاثیر پنج عامل اعتماد، تعهد، همکاری، یکپارچگی و تبادل اطلاعات بر عامل حس امنیت و ایمنی رد شد و سایر روابط تایید شدند.

با توجه به ادبیات و پیشینه های مطرح شده فرضیات زیر شکل گرفتند که مطابق با مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) به شرح زیر ارائه گردیدند:

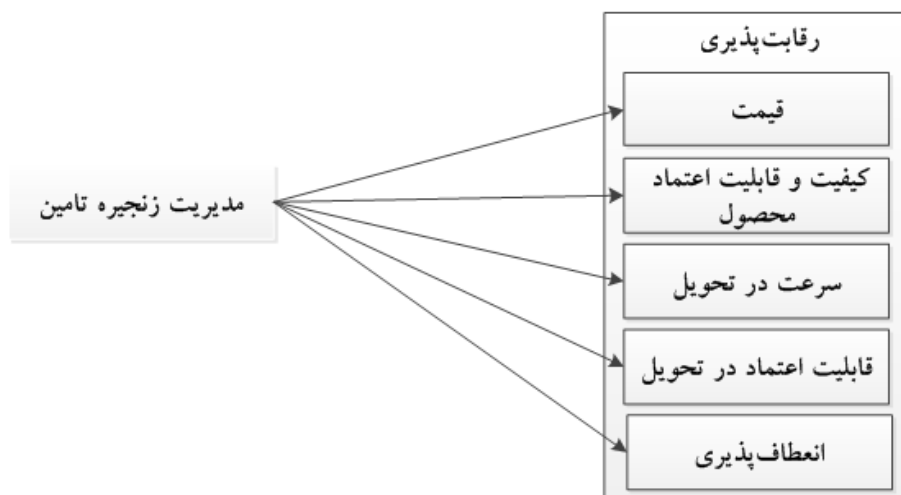
فرضیه ۱: مدیریت زنجیره تامین بر قیمت فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۲: مدیریت زنجیره تامین بر کیفیت و قابلیت اعتماد محصول فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳: مدیریت زنجیره تامین بر سرعت در تحویل فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۴: مدیریت زنجیره تامین بر قابلیت اعتماد در تحویل فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۵: مدیریت زنجیره تامین بر انعطاف پذیری فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مثبت و معناداری دارد.



شکل (۲): مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر بر مبنای هدف کاربردی و بر حسب گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل ۲۰۰ نفر از مدیران و سرپرستان فروش محصولات فرآورده های گوشتی در شهر تهران بوده که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده و جدول مورگان، تعداد ۱۰۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. جمع آوری داده ها با استفاده از پرسشنامه های استاندارد انجام گرفته است که اطلاعات آن در جدول (۴) نشان داده شده است:

جدول (۴): اطلاعات مربوط به ابزار گردآوری داده ها

متغیر	منبع	تعداد سوالات
مدیریت زنجیره تامین	خددام و همکاران (۲۰۲۰)	۹
رقابت پذیری	زندحسامی و همکاران (۱۳۹۳)	۱۵

به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار Smart PLS و روش تحلیل مسیر استفاده شد. در مرحله اول، ابتدا پایایی و روایی مدل های اندازه گیری ارزیابی شد. برای تعیین پایایی از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شده ات. برای تعیین روایی پرسشنامه از روش روایی تشخیصی به روش تعیین شاخص میانگین واریانس استخراج شده یا همان روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا استفاده شده است. نتایج جدول های (۵) و (۶) نشان می دهند که متغیرهای تحقیق از روایی مناسبی برخوردار می باشند.

جدول (۵): ارزیابی کلی اعتبار مدل

متغیر	AVE	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ
مدیریت زنجیره تامین	۰,۵۸	۰,۸۹	۰,۸۶
قیمت	۰,۶۲	۰,۸۹	۰,۸۱
کیفیت و قابلیت اعتماد محصول	۰,۶۷	۰,۸۶	۰,۸۴
سرعت در تحویل	۰,۵۳	۰,۸۱	۰,۸۳
قابلیت اعتماد در تحویل	۰,۷۱	۰,۸۷	۰,۸۸
انعطاف پذیری	۰,۶۶	۰,۸۴	۰,۹۰

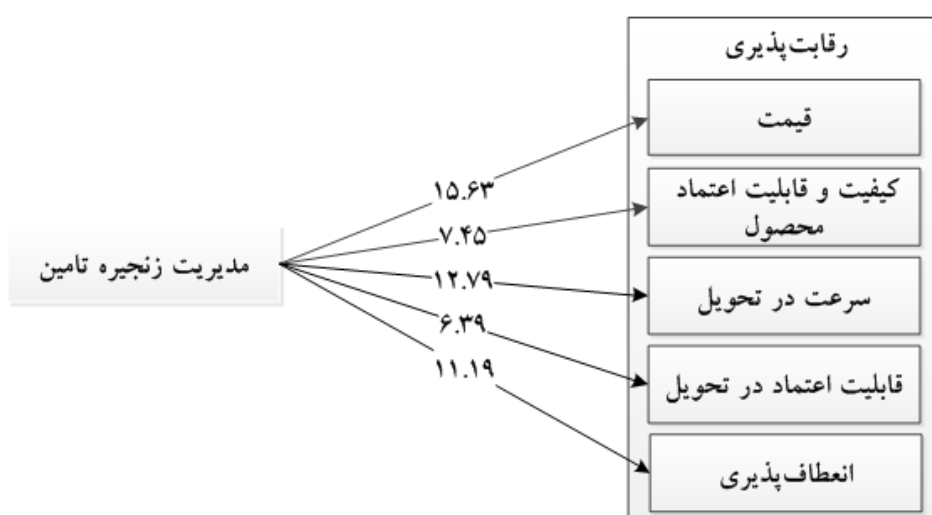
نتایج به دست آمده از روایی همگرا به خاطر بالا بودن ضرایب از ۰,۵ نشان دهنده روایی مناسب ابزار تحقیق می باشد. نتایج به دست آمده از ضرایب آلفای کرونباخ به خاطر بالا بودن ضرایب از ۰,۷ نشان دهنده پایایی مناسب ابزار تحقیق می باشد.

جدول (۶): اطلاعات مربوط به روایی واگرا

متغیر	مدیریت زنجیره تامین	قیمت	کیفیت و قابلیت اعتماد محصول	سرعت در تحويل	قابلیت اعتماد در تحويل	انعطاف پذیری
مدیریت زنجیره تامین	۰,۷۶					
قیمت	۰,۵۲	۰,۷۸				
کیفیت و قابلیت اعتماد محصول	۰,۵۷	۰,۶۲	۰,۸۱			
سرعت در تحويل	۰,۶۱	۰,۳۹	۰,۵۳	۰,۷۲		
قابلیت اعتماد در تحويل	۰,۴۹	۰,۴۴	۰,۵۶	۰,۴۲	۰,۸۴	
انعطاف پذیری	۰,۳۸	۰,۲۲	۰,۲۸	۰,۴۷	۰,۳۷	۰,۸۱

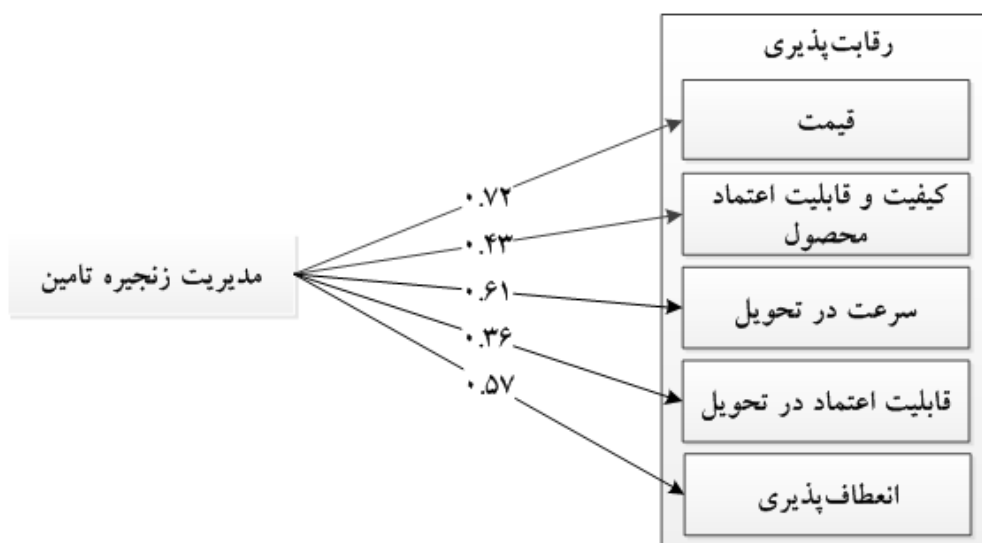
همانگونه که از نتایج جدول بالا مشاهده می‌شود، روایی واگرایی تمامی سازه‌ها تایید شده و این نشان می‌دهد که اعتبار کلی مدل نیز مورد تایید می‌باشد.

بعد از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری به کمک معیارهای روایی و پایایی، در بخش بعدی آزمون فرضیه‌های تحقیق توسط تحلیل مسیر و آزمون معناداری انجام شد. نتایج به دست آمده از آزمون معناداری در شکل زیر نشان داده شده است:



شکل (۳): معناداری فرضیه‌های پژوهش

نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل مسیر در شکل زیر نشان داده شده است:



شکل (۴): تحلیل مسیر فرضیه های پژوهش

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی نقش مدیریت زنجیره تامین در رقابت پذیری فرآورده های گوشتی شهر تهران انجام پذیرفت. همانطور که بیان گردید اجرای فلسفه مدیریت زنجیره تامین پتانسیل دستیابی به رقابت پذیری را در بین اعضای زنجیره تامین فردی و کل زنجیره تامین دارد. مدیریت زنجیره تامین توانایی شرکت برای ارائه ارزش به مشتری در جهت دستیابی به مزیت رقابتی است. اجرای مدیریت زنجیره تامین ممکن است کارایی را بهبود بخشد و افزونگی را در طول زنجیره ارزش شرکت از بین ببرد و در دسترس بودن محصول و رضایت مشتری را که از عناصر رقابتی هستند، ایجاد کند.

نتایج به دست آمده نشان داد که مدیریت زنجیره تامین نقش مثبتی بر رقابت پذیری و ابعاد آن از جمله قیمت، کیفیت و قابلیت اعتماد محصول، سرعت در تحویل، قابلیت اعتماد در تحویل و انعطاف پذیری دارد. نتایج نشان داد که توجه به مدیریت زنجیره تامین در رقابت پذیری شرکت های فرآورده های گوشتی شهر تهران نقش مهم و مثبتی دارد که مدیران این شرکت ها باید توجه ویژه ای بدان داشته باشند. می توان بیان کرد برای اینکه شرکت ها بتوانند رقابت پذیر باشند و تعالی منابع یا امکانات خریداری شده را بهبود بخشند، باید مراحل زنجیره تامین از تامین کنندگان اصلی تا مشتری نهایی را باید بدان توجه داشت و این دیدگاه زنجیره تامین مدرن منجر به مزایای رقابتی آتی می شود.

بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می گردد مدیران و مسئولان شرکت ها به مدیریت زنجیره تامین توجه ویژه ای داشته باشند. مدیریت زنجیره تامین در سه بخش ارتباط با مشتری و ارتباط با تامین کننده و ارتباط با توزیع کننده می تواند برای شرکت های فرآورده های گوشتی حائز اهمیت باشد. توجه به هر کدام می تواند مزایای مختلفی داشته باشد که به محققین

آتی پیشنهاد می‌گردد به صورت مجزا در تحقیقات آینده هر کدام از بخش‌های مدیریت زنجیره تامین را بررسی و ارتباط آن را با رقابت‌پذیری به صورت خاص‌تر بررسی نمایند.

منابع

احمدی اصفهانی، آرش؛ جوکار، علی‌اکبر؛ کریمی، اوژن (۱۳۹۸). تحلیل نقش کارآفرینی استراتژیک و سرمایه‌ی اجتماعی در مدیریت زنجیره‌ی تامین پایدار و عملکرد سازمانی، سومین کنفرانس علمی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران.

اخباری آزاد، مینا؛ بهرامی، زهرا (۱۴۰۰). نقش مدیریت زنجیره تامین سبز بر عملکرد نوآورانه و رقابت‌پذیری شرکت‌ها، مدیریت توسعه و تحول، صص: ۴۰۸-۳۹۵.

براتی، مسعود (۱۳۹۶). تاثیر مدیریت روابط زنجیره تامین بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت قطعه-سازی خودرو، چشم‌انداز مدیریت صنعتی، شماره ۲۶، صص: ۱۸۸-۱۶۹.

رادفر، مرتضی (۱۴۰۰). اثر گذاری مدیریت زنجیره تامین سبز بر شاخص رقابت‌پذیری در سازمان با تاکید بر مدیریت تدارکات، تولید و توزیع سبز، اولین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، مدیریت، اقتصاد و حسابداری.

زندحسامی، حسام؛ آشتیانی‌پور، زینب؛ پورخلیل، نسا (۱۳۹۳). بررسی تاثیر ابعاد مدیریت دانش در ارتقای قدرت رقابت‌پذیری سازمان‌های کوچک و متوسط، مدیریت صنعتی، سال ۹، صص: ۴۲-۲۷.

میرفلاح، رضوانه (۱۳۹۵). تاثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت: نقش میانجی قابلیت یکپارچگی زنجیره تامین و قابلیت مدیریت فرآیند کسب و کار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.

هاشمی، مهدی (۱۳۹۰). ارائه روشی برای ارزیابی عملکرد زنجیره تامین سبز شرکت پتروشیمی برزویه با استفاده از روش فازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر.

Afraz, M. F., Bhatti, S. H., Ferraris, A., & Couturier, J. (2021). The impact of supply chain innovation on competitive advantage in the construction industry: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120370.

Agrawal, V., Mohanty, R. P., & Agrawal, A. M. (2020). Identification and analysis of enablers of SCM by using MCDM approach. *Benchmarking: An International Journal*. 1-30.

Arrfou, H. (2019). New business model of integration practices between TQM and SCM: the role of innovation capabilities. *Problems and perspectives in management*, (17, Iss. 1), 278-288.

Bimha, H., Hoque, M., & Munapo, E. (2020). The impact of supply chain management practices on industry competitiveness: A mixed-methods study on the Zimbabwean petroleum industry. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 12(1), 97-109.

- Doan, T. (2020). Supply chain management drivers and competitive advantage in manufacturing industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(3), 473-480.
- Hamadamin, H. H., & Atan, T. (2019). The impact of strategic human resource management practices on competitive advantage sustainability: The mediation of human capital development and employee commitment. *Sustainability*, 11(20), 5782.
- Khaddam, A., Irtaimah, H., & Bader, B. (2020). The effect of supply chain management on competitive advantage: The mediating role of information technology. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(3), 547-562.
- McDougall, N., Wagner, B., & MacBryde, J. (2022). Leveraging competitiveness from sustainable operations: frameworks to understand the dynamic capabilities needed to realise NRBV supply chain strategies. *Supply Chain Management: An International Journal*.
- Ramezanpour Nargesi, G., Davari, A., & Dehghan, A. (2017). The effect of intellectual capitals on competitive advantage with the mediating effects of technological entrepreneurship (Case study: Companies based in the incubators centers of Tehran). *Journal of Technology Development Management*, 5(2), 41-61.
- Srimarut, T., & Mekhum, W. (2020). Supply Chain Management and Its Influence on the Performance of Pharmaceutical Companies. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(4), 102-110.
- Tarofder, A. K., Haque, A., Hashim, N., Azam, S. F., & Sherief, S. R. (2019). Impact of ecological factors on nationwide supply chain performance. *Ekoloji*, 28(107), 695-704.
- Zimmermann, R., Ferreira, L. M. D., & Moreira, A. C. (2020). How supply chain strategies moderate the relationship between innovation capabilities and business performance. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(5), 100658.