

شناسایی عوامل پایداری زنجیره تأمین مبتنی بر حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در صنعت خودروسازی (مطالعه موردی: شرکت صنعتی ایران خودرو)

دکتر نازنین پیله‌وری^۱، مهسا اله‌یاری^{۲*}

دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۷/۰۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۶

چکیده

امروزه دنیای رقابتی دیدگاه مدیران از مدیریت سنتی به سمت مدیریت علمی تغییر داده است. یکی از موضوعات مهم در صنایع، مدیریت زنجیره تأمین است زیرا به باور بسیاری از صاحب‌نظران در دنیای رقابتی امروز، رقابت از سطح شرکت‌ها به رقابت میان زنجیره تأمین آنها تغییر کرده است. مدیریت زنجیره تأمین به یک مسئله راهبردی برای هر شرکت به دنبال دستیابی به اهداف در شرایط رقابت اقتصادی، زمان و کیفیت خدمات به‌ویژه در یک محیط اقتصادی به‌وسيله جهانی شدن تجارت و شتاب چرخه صنعتی تبدیل شده است. صنعت خودرو که یکی از صنایع قدیمی کشور ما می باشد نیز از این قاعده مستثنی نمی باشد. هدف این پژوهش بکارگیری رویکرد دلفی فازی برای شناسایی عوامل پایداری زنجیره تأمین می باشد. که در ابتدا با مرور ادبیات نظری پژوهش سه بعد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی به عنوان ابعاد اصلی و ۱۸ شاخص به عنوان زیر معیار انتخاب شده است. که در نهایت پس از ۳ مرحله نظر خواهی از خبرگان ۱۵ شاخص مورد موافقت قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: زنجیره تأمین پایدار، مدیریت زنجیره تأمین پایدار، عوامل زنجیره تأمین پایدار، صنعت خودروسازی، دلفی فازی

مقدمه

مدیریت زنجیره تأمین را فراتر از مسائل اقتصادی به ویژه موضوعاتی مانند رسیدن به شرایط کار عادلانه، تولید سازگار با محیط‌زیست قرار داده است. این امر را در تقاطع با توسعه پایدار که معمولاً در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیست است، باید در نظر گرفت.

مدیریت زنجیره تأمین در شیوه پایدار به نگرانی فزاینده شرکت‌ها در هر اندازه و طیف گسترده‌ای از صنایع تبدیل شده است. استانداردهای زیست‌محیطی و اجتماعی در طول تمام مراحل زنجیره تأمین تضمین می‌کند که شرکت‌ها به حداقل عملکرد پایداری برسند [۲]. مدیریت زنجیره تأمین به یک مسئله راهبردی برای هر شرکت تبدیل شده است که به دنبال دستیابی به اهداف در شرایط رقابت اقتصادی، زمان و کیفیت خدمات به‌ویژه در یک محیط اقتصادی با جهانی شدن تجارت و شتاب چرخه صنعتی توصیف می‌شود.

با توجه به آشفتگی‌های عصر حاضر و محیط پویای کسب و کار در سال‌های اخیر، شرکت‌ها باید به دنبال یک راه‌حل مؤثر به‌منظور زنده ماندن در بازار رقابت شدید جهانی باشند. به باور بسیاری از صاحب‌نظران در دنیای رقابتی امروز، رقابت از سطح شرکت‌ها به رقابت میان زنجیره تأمین آنها کشیده شده است [۱]. جهانی شدن مطالبات،

۱- دانشیار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره)، پست الکترونیک: nazanin.pilevari@iausr.ac.ir
۲* دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، گرایش تولید و عملیات دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، نویسنده پاسخگو، پست الکترونیک: mahsa_yari66@yahoo.com، نشانی: تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، به سمت حصارک، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران