

بررسی تأثیر راهبردهای زنجیره تأمین بر یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد رقابتی (مطالعه موردی: صنعت لاستیک بارز کرمان)

افسانه امیرطاهری^{۱*}، علی ملاحسینی^۲، محمدعلی فرقانی^۳

دانشگاه شهید باهنر کرمان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۸/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۴/۱۲

چکیده

این مقاله با هدف ایجاد یک مدل جامع که درک روابط راهبردهای زنجیره تأمین، یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد رقابتی شرکت را تسهیل می‌کند، انجام شده است. داده‌های این تحقیق با استفاده از پرسشنامه به‌منظور سنجش مؤلفه‌های راهبردهای زنجیره تأمین، یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد رقابتی جمع‌آوری شده‌اند. کلیه مدیران و کارکنانی که در فرآیند زنجیره تأمین صنعت لاستیک بارز کرمان مشارکت دارند، جامعه آماری این پژوهش را تشکیل داده‌اند. پایایی تک‌تک متغیرهای تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شده است. مدل پیشنهادی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری آزمایش شده و برای بررسی رابطه بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده گردیده است. با بررسی رابطه راهبردهای زنجیره تأمین، یکپارچگی زنجیره تأمین و عملکرد رقابتی، نتایج نشان می‌دهد که راهبرد زنجیره تأمین ناب با سه بعد یکپارچگی زنجیره تأمین رابطه مثبت دارد؛ و یک زنجیره تأمین ناب برای شرکت‌هایی که در اولویت‌های بالاتری برای هزینه، کیفیت و راهبردهای تحویل قرار دارند، مناسب است. درحالی‌که یک زنجیره تأمین چابک برای شرکت‌هایی که در راهبرد انعطاف‌پذیری رقابت می‌کنند مناسب است و در این جامعه آماری راهبردی زنجیره تأمین چابک فقط با بعد یکپارچگی داخلی رابطه مثبت داشته است. علاوه بر این، هر دو راهبرد ناب و چابک از لحاظ یکپارچگی داخلی و خارجی به سطوح بالاتری از یکپارچگی زنجیره تأمین نیاز دارند، اما راهبردهای ناب تأثیر قابل توجهی بر یکپارچگی خارجی نسبت به راهبردهای چابک دارند. همچنین یکپارچگی داخلی و یکپارچگی با مشتری با عملکرد رقابتی سازمان رابطه مثبت داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: راهبردهای زنجیره تأمین، یکپارچگی زنجیره تأمین، عملکرد رقابتی

۱- مقدمه

سطح انتظار مشتریان و قوانین سختگیرانه محیط‌زیستی و اجتماعی حاکم بر فعالیت‌های صنعتی و اقتصادی باعث افزایش هرچه بیشتر سطح رقابت در بازار ارائه خدمات و محصولات شده است. به همین دلیل سازمان‌ها دیگر به‌عنوان یک واحد تولیدی یا خدماتی مجزا نمی‌توانند موفق به کسب مزیت‌های رقابتی و افزایش سهم بازار خود شوند و نیازمند یک مشارکت برنامه‌ریزی شده و اصولی با تأمین‌کنندگان و مشتریان خود هستند. در نتیجه سازمان‌ها باید با یکدیگر در زنجیره‌ها یا شبکه‌های تأمین و نه به‌صورت جزیره‌های دورافتاده از هم کار کنند [۲]. بنابراین یکی از عوامل کلیدی موفقیت زنجیره‌های تأمین فراهم آوردن امکان همیاری و همکاری اعضای آنها محسوب شده و این سطح همکاری را یکپارچگی زنجیره تأمین می‌نامند. یکپارچگی زنجیره تأمین به‌عنوان درجه‌ای تعریف می‌شود که تولیدکننده به همکاری

در گذشته، شرکت‌هایی که در عرضه کالا یا گروهی از کالاها با هم در ارتباط بودند، سعی داشتند تا از یکدیگر جدا باشند و بر حفظ یا بهبود عملکرد خود تمرکز کنند [۱]. اما امروزه تغییرات در عرصه صنعت در سطحی وسیع‌تر و با سرعت بیشتری از گذشته در حال وقوع است و ضمن اینکه این روند رو به جلو در کنار مسائلی مانند جهانی شدن، افزایش

*۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، نویسنده پاسخگو، پست الکترونیک: afsane6342@gmail.com، نشانی: کرمان، بزرگراه امام خمینی، میدان پژوهش، دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده مدیریت و اقتصاد
۲- استاد، گروه آموزشی مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، پست الکترونیک: a_mollahosseini@yahoo.com
۳- دانشیار، گروه آموزشی مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، پست الکترونیک: forghani@uk.ac.ir