

شناسایی و ارزیابی مولفه ها و کارکردهای یک بازار الکترونیکی موثر بر مدیریت تدارکات پروژه های ساختمانی

سید مهدی میرتهامی^۱، غلامرضا هروی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی و مدیریت ساخت، دانشکده عمران، دانشگاه تهران

۲- استادیار دانشکده مهندسی عمران، پردیس دانشکده های فنی، دانشگاه تهران

m.mirtahami@ut.ac.ir

خلاصه

خرید و تدارکات یکی از مهمترین فرآیندها به منظور دستیابی به اهداف پروژه های ساختمانی می باشد. در پروژه های ساختمانی، خرید و تدارکات مواد اولیه، مصالح ساختمانی، نیروی انسانی، خدمات و تجهیزات بخش عمده ای از فعالیت های تیم پروژه را به خود اختصاص میدهد. امروزه با رشد تکنولوژی، به ویژه در زمینه تکنولوژی اطلاعات، ماهیت عرضه و تقاضا در حال تغییر است. استفاده از بازارهای الکترونیکی (E-Marketplaces) یکی از راهکارها برای افزایش بهره وری و ارتقا کیفیت مدیریت تدارکات می باشد. بازارهای مجازی مدلی از رابطه کسب و کار دو طرفه (Business to Business) بوده، که در آن فروشندگان و خریداران در دنیای مجازی (سایت های اینترنتی میزبان) میتوانند با یکدیگر ارتباط و همکاری داشته باشند. هدف اصلی مقاله حاضر، شناسایی و تعیین مولفه ها و کارکردهای یک بازار الکترونیکی موثر بر مدیریت تدارکات پروژه های ساختمانی میباشد. در این راستا با انجام مطالعات کتابخانه ای مولفه ها و کارکردهای یک بازار الکترونیکی مرتبط با صنعت ساخت شناسایی شده و براساس آرای خبرگان با توجه به جامعه آماری متخصصین در زمینه ی مدیریت تدارکات در داخل کشور، مولفه ها و کارکردهای موثر در داخل کشور تعیین و ارزیابی می گردند.

کلمات کلیدی: بازار الکترونیکی، مدیریت تدارکات، تدارکات آنلاین، پروژه های ساختمانی، تکنولوژی اطلاعات

۱. مقدمه

صنعت ساخت و ساز از مهمترین صنایع در دنیای امروز است. با توجه به آمار کنفدراسیون انجمن بین المللی پیمانکاران (CICA) سهم صنعت ساخت و ساز در تولید ناخالص جهان ۹ درصد تخمین زده شده است. خرید و تدارکات یکی از مهمترین فرآیندها به منظور دستیابی به هدف های پروژه ساخت و ساز می باشد. طبق تعریف PMI مدیریت تدارکات پروژه، شامل فرآیندهایی ضروری برای خرید با دریافت محصولات، خدمات یا نتایج مورد نیاز از خارج از تیم پروژه است (PMI 2008). در پروژه های ساختمانی، خرید و تدارکات مواد اولیه، مصالح ساختمانی، نیروی انسانی، خدمات و تجهیزات و ... بخش عمده ای از فعالیت های تیم پروژه و از لحاظ هزینه مصالح ساختمانی و تجهیزات بخش عمده ای از هزینه های یک پروژه (بین ۵۰ الی ۷۰ درصد)، را به خود اختصاص می دهد [1]. مقصود از خرید دستیابی به موارد مورد نیاز پروژه، طبق زمان بندی و کیفیت مورد نیاز برای تحویل به موقعیت نهایی و به موقع به پروژه می باشد [2]. امروزه با رشد تکنولوژی، به ویژه در زمینه تکنولوژی اطلاعات، ماهیت عرضه و تقاضا در حال تغییر است و جامعه و سازمان ها به صورت روزافزون تاثیر رقابت های شدید، فعالیت های تجاری جدید و نوآوری ها را مشاهده می کنند.

قریب به ۴۰ سال است که از معرفی و پیدایش تکنولوژی سیستم های ارتباطی (ICT) در صنعت ساخت و ساز میگذرد اما هنوز این صنعت بسیاری از سودهای بالقوه این لوازم را بدست نیاورده است. این صنعت با سرعت بسیار کمی به استفاده از ICT و سیستم های مجازی مانند بازارهای الکترونیکی (e-Marketplaces) یا مناقصه های الکترونیکی (e-Tendering) پرداخته است [3]. در اقتصاد، بازار بعنوان یک مکان ملاقات مجازی بین عرضه و تقاضا تعریف میشود [4]. بازار الکترونیکی به همین منظور شکل گرفته است. بازارهای مجازی مدلی از رابطه کسب و کار دو طرفه (Business to Business) بوده، که در آن فروشندگان و خریداران در دنیای مجازی (سایت های اینترنتی میزبان) میتوانند با یکدیگر ارتباط و همکاری داشته باشند.