

بررسی عوامل مؤثر بر طراحی الگوی زنجیره تأمین بیرینگ در ایران

ادریس پیرصاحب^{۱*}، بهروز زارعی^۲، مه رخ عباسی^۳

۱- عضو هیأت علمی گروه مدیریت دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران epirsaheb@alumni.ut.ac.ir

۲- عضو هیأت علمی گروه مدیریت دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران bzarei@ut.ac.ir

۳- دانشجوی دوره دکتری مدیریت استراتژیک دانشگاه صنایع و معادن ایران، تهران، ایران mahrokh.abbasi@yahoo.com

چکیده

با جهانی شدن رقابت های اقتصادی و افزایش سرعت تغییرات در بازارهای مختلف، طراحی زنجیره تأمین و مدیریت آن مورد توجه قرار گرفته است. بازار بیرینگ در ایران به دلیل مشکلاتی نظیر عدم ثبات، عدم شفافیت، عدم دسترسی مشتریان نهایی به بخش قابل توجهی از بازار و عدم هماهنگی بازار با نیازهای مشتریان بسیار آشفته است. بخش عمده ای از این مشکلات ناشی از عدم تطبیق زنجیره تأمین فعلی با نیازهای روز مشتریان می باشد. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر طراحی الگوی زنجیره تأمین بیرینگ در ایران می باشد. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه صاحب نظران حوزه زنجیره تأمین، اعم از اساتید دانشگاهی و نیز خبرگان صنعت در سطح استان تهران می باشد و روش نمونه گیری، هدفمند و گلوله برفی است. مفهوم پردازی از داده ها با استفاده از روش های مطرح در تئوری زمینه ای انجام و در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در نهایت وضعیت موجود و موانع و مشکلات زنجیره تأمین بیرینگ در ایران مطالعه گردیده و عوامل انگیزشی، پوششی، خیزشی و محوری در طراحی الگوی زنجیره تأمین معرفی شده اند.

واژه های کلیدی: الگوی زنجیره تأمین، بازار بیرینگ ایران، تئوری زمینه ای، زنجیره تأمین بیرینگ.

۱- مقدمه

با جهانی شدن رقابت های اقتصادی و افزایش سرعت تغییرات در بازارهای مختلف، شرکت ها و مؤسسات اقتصادی ناچار شده اند که تغییراتی در استراتژی های مدیریتی خود ایجاد نمایند. در دهه ۱۹۹۰ و به موازات بهبود در توانمندی های تولید، مدیران صنایع درک کردند که مواد و خدمات دریافتی از تأمین کنندگان مختلف، تأثیر بسزایی در افزایش توانمندی های سازمان به منظور تأمین نیازمندی های مشتریان دارد. همچنین مدیران دریافته اند که صرفاً تولید یک محصول، کافی نیست. در واقع تأمین محصولات با معیارهای مورد نظر مشتری و با کیفیت و هزینه مورد نظر آن ها، چالش های جدیدی را به وجود می آورد. در این میان، رویکرد جدیدی که مورد توجه قرار گرفته، طراحی زنجیره تأمین و مدیریت آن می باشد. زنجیره تأمین به عنوان یک شبکه یکپارچه از سازمان ها یا افراد در نظر گرفته می شود که محصول یا خدمت به مشتریان ارائه می نمایند و معمولاً شامل جریان های مواد، پول نقد و اطلاعات می باشد که کارایی آن ها، میزان کیفیت کلی خدمات ارائه شده به مشتری نهایی و هزینه ها را تعیین می نماید [۱].

بازار قطعات صنعتی پرمصرف در ایران از مشکلات عدیده ای رنج می برد که از جمله می توان به عدم ثبات در بازار، عدم شفافیت، عدم دسترسی مشتریان نهایی به بخش قابل توجهی از بازار و عدم هماهنگی بازار با نیازهای مشتریان اشاره نمود. بخش عمده ای از این مشکلات، ناشی از عدم تطبیق زنجیره تأمین فعلی با نیازهای روز مشتریان می باشد. به عبارت دیگر در حالی که شرایط بازارهای داخلی کشور متناسب با روند جهانی در حال تغییر می باشد، روش های تأمین همچنان به صورت