

تبیین نقش یکپارچگی با تامین کنندگان در زنجیره تامین برای رسیدن به تولید در کلاس جهانی در کسب و کارهای نوین

دکتر سید داود میر حبیبی^{۱*} دکتر حسن فارسیجانی^۲

۱- دانش آموخته دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب

۲- دانشیار مدیریت صنعتی دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

در محیط پویا و پیچیده امروز، کسب و کارهای نوین با رقابتی در سطح بین المللی روبرو می باشند. لازمه موفقیت در رقابتی در سطح جهانی تولید محصولات در سطح کلاس جهانی می باشد که شرکت ها به منظور تحقق شاخص های تولید در کلاس جهانی و رقابت پذیری، نیازمند یکپارچگی بیشتر در سطح سازمان و شرکاء خود در سطح زنجیره می باشند. در این پژوهش به بررسی تاثیر یکپارچگی با تامین کنندگان در زنجیره تامین بر رسیدن به تولید در کلاس جهانی پرداخته شده است. پژوهش حاضر از نظریه توصیفی-همبستگی و جامعه آماری پژوهش، شرکت های تولید کننده لوازم الکترونیک خانگی است که نمونه ها از روش نمونه برداری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته و برای آزمون فرضیه ها از آزمون آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم افزار AMOS استفاده شده است. نتایج نشان می دهد یکپارچگی تامین کننده در تحقق تولید در کلاس جهانی تاثیر معنی دار دارد. نتایج تحقیق گویای آن است که شرکت های صنعت مورد مطالعه برای دستیابی به کلاس جهانی در زمینه هزینه، نوآوری، کیفیت، تحویل، انعطاف پذیری و خدمات پس از فروش، اقدام به یکپارچگی تامین کنندگان در زنجیره تامین صنعت نمایند.

واژگان کلیدی: تولید در کلاس جهانی، رقابت جهانی، یکپارچگی تامین کنندگان، مدل معادلات ساختاری

۱-مقدمه

امروزه جهان هر روز بیشتر از گذشته به سمت دهکده جهانی پیش می رود و کشورها با برداشتن موانع تعرفه ای و حمایتی، بازارهای خود را به روی یکدیگر می گشایند و از سوی دیگر به دلیل تغییرات بنیادی که در محیط رقابتی صنایع از قبیل، فرآیند جهانی شدن تجارت، کوتاه شدن عمر محصولات، تغییرات سریع فناوری و نیز افزایش تعداد رقبا بوجود آمده است، کسب و کارها با رقابت در سطحی جهانی مواجه هستند. جهانی شدن فرآیندی است که اقتصاد منطقه ای، سیاسی و فرهنگی از طریق شبکه ارتباطات جهانی با هم یکپارچه شده و شرکت ها در یک دهکده جهانی مشغول به فعالیت هستند که این امر موجب افزایش رقابت در سطح جهانی شده است (دی فلیس و همکاران، ۲۰۱۵) از آنجاییکه روشهای قدیمی و سنتی صنایع، پاسخگوی این محیط نمی باشد، کسب و کارهای نوین باید استراتژی جدیدی را به منظور پاسخگویی به این محیط اتخاذ