

بررسی تأثیر استراتژی مدیریت تنوع محصول بر عملکرد زنجیره تأمین در صنعت خودروسازی

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۲۹

کد مقاله: ۱۹۲۸۶

مجید فروغی شاد^۱، مجید خلیل^۲

چکیده

امروزه هر سازمان تجاری حداقل بخشی از یک زنجیره تأمین است و خیلی از سازمانها بخشی از چندین زنجیره تأمین هستند. در سالهای اخیر افزایش پیشنهادات تنوع محصول و خدمات توسط بنگاهها برای فراهمسازی انتخاب بیشتر برای مشتری و تولید فرصت برای عملکرد بهتر رقبا روند روبه رشدی داشته است. تنوع محصول پیامدهای زیادی برای هر دو فرآیند تولید و زنجیره تأمین دارد. با توجه به افزایش رقابت در صنعت خودرو در داخل و خارج کشور و الزام شرکتها به تولید محصولات متنوع، هدف این مقاله، تعیین تأثیر استراتژی مدیریت تنوع محصول بر قابلیت و عملکرد زنجیره تأمین صنعت خودروسازی است. روش مقاله از لحاظ هدف مقاله، کاربردی، از لحاظ نوع مقاله کمی و از نظر روش شناخت، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری مقاله، کارشناسان و مدیران شرکتهای فعال در صنعت خودروسازی کشور است. تعداد نمونه آماری در سطح خطای ۵ درصد برابر ۳۸۵ مورد برآورد و با استفاده از پرسشنامه استاندارد دادهها جمعآوری گردید. نتایج مقاله نشانگر تأثیر استراتژی مدیریت تنوع محصول بر انعطافپذیری است. انعطافپذیری نیز بر چابکی و عملکرد زنجیره تأمین تأثیر معناداری دارد. در نهایت قابلیتهای پویای زنجیره تأمین بر کارایی هزینه و خدمات مشتریان در سطوح مختلف سفارشیسازی پایین، متوسط و بالا، تأثیرات متفاوتی دارد.

واژگان کلیدی: استراتژی مدیریت تنوع محصول، قابلیتهای پویا، عملکرد زنجیره تأمین

۱- کارشناس ارشد مهندسی صنایع

۲- دکتری مهندسی صنایع