

مقاله شماره ۱۵۶

تأثیر تکنولوژی تولیدی پیشرفته بر استراتژی های کسب و کار در مؤسسات کوچک و متوسط اصفهان

نگین دهقانیان^۱، میمنت دهقانیان^۲، سید مهدی همایونی^۳^۱دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجفآباد، دانشکده فنی و مهندسی، گروه مهندسی صنایع، اصفهان، ایران^۲گروه اقتصاد و مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران^۳دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لنجان، گروه مهندسی صنایع، اصفهان، ایران

*نویسنده مسئول مکاتبات: nd.dehghanian@gmail.com

چکیده:

کوتاه تر شدن چرخه عمر محصولات و افزایش تنوع در محصولات، در افزایش اهمیت تکنولوژی تولیدی پیشرفته برای مؤسسات کوچک و متوسط بسیار مؤثر بوده است. همچنین در دنیای کنونی رقابت بر اساس تولید محصولات متفاوت و کم هزینه اهمیت ویژه ای دارد. هدف از این مقاله تعیین رابطه تکنولوژی های تولیدی پیشرفته با استراتژی های کسب و کار پورتر به منظور بررسی میزان تأثیر آن ها بر دستیابی به مزیت رقابتی بوده است. شیوه ی تحقیق در این پژوهش توصیفی - پیمایشی و میدانی است. برای گردآوری ادبیات موضوع از روش کتابخانه ای و برای سنجش نظرات جامعه آماری از پرسشنامه بهره گرفته شده است. در این تحقیق به بررسی رابطه ی بین تکنولوژی های تولیدی پیشرفته با استراتژی های کسب و کار پورتر (رهبری در هزینه و تمایز) در مؤسسات کوچک و متوسط در طی سال ۹۱ شهرستان اصفهان پرداخته شده است. نتایج حاصل از تحقیق بیان کننده ی این امر است که بین سیستم های تکنولوژی تولیدی پیشرفته با استراتژی های کسب و کار پورتر و همچنین دستیابی به مزیت رقابتی در مؤسسات کوچک و متوسط رابطه ای منطقی وجود داشته و می تواند بر آن اثر تعدیل کننده ی داشته باشد.

کلمات کلیدی:

استراتژی تمایز؛ استراتژی رهبری در هزینه؛ استراتژی های کسب و کار؛ تکنولوژی های تولیدی پیشرفته (AMT)؛ مؤسسات کوچک و متوسط.

۱ مقدمه

نوآور، کاهش زمان انتظار مشتریان، گسترش سریع ظرفیت های تولید جهانی و پیشرفت در ظرفیت های پردازش اطلاعات، بسیاری از مؤسسات را بر آن داشته است تا برای دستیابی به مزیت رقابتی به سرمایه گذاری در تکنولوژی های تولیدی پیشرفته بپردازند. همچنین مزایای بالقوه ای که از سرمایه گذاری در تکنولوژی های تولیدی پیشرفته می تواند به دست آید به طور فزاینده مؤسسات را قادر می سازد که با رقابت جهانی در حال رشد و متغیر روبرو شوند [۵]. AMT، یک اسلحه ی استراتژیک در بازار رقابت جهانی است که مؤسسات را به دو طریق رقابت پذیر می نماید: ۱- تصحیح ساختار هزینه از طریق توسعه ی فرآیندهای منعطف و کاراتر، ۲- توانایی خلق محصولات بهتر، طراحی بهتر، خدمات پس از فروش و دوره ی تحویل کوتاه تر؛ ضمن اینکه مؤسسات و کسب و کارهای کوچک و متوسط، می توانند از طریق توسعه ی محصولات جدید با استفاده از تکنولوژی های ساده تر به رقابت بپردازند [۶]. احمدی و همکاران [۷]، بر نقش کسب و کارهای کوچک و متوسط در توسعه ی اقتصادی با تأکید بر رویکرد استراتژیک، چالش ها و راهکارها به تحقیق پرداخته اند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که اقتصاد دنیا به سمت اقتصاد دانش محور در حال تغییر است که این امر با خصوصی سازی و استفاده از کسب و کارهای

در محیط پیچیده ی کنونی که رقابت در آن همچنان رو به افزایش است و بهبود در ظرفیت های رقبای چرخه ی عمر محصولات را کاهش و پیچیدگی محصولات و دستیابی به پیشرفت های جدید فنی و تکنولوژیکی را افزایش داده است، سازمان هایی که بتوانند به یک مزیت رقابتی در تولید محصولات منطبق با خواست و نیاز مشتری دست یابند، موفق خواهند بود. هدف از این مقاله تعیین رابطه ی تکنولوژی های تولیدی پیشرفته^۱ با استراتژی های کسب و کار پورتر به منظور بررسی میزان تأثیر آن ها بر دستیابی به مزیت رقابتی بوده است. هیت و ایرلند^۲ [۱]، استراتژی کسب و کار را به عنوان یک روش ایجاد مزیت استراتژیک رقابتی معرفی کرده و بیان داشته اند که اغلب مؤسسات از طریق آن می توانند در عرصه ی رقابت از یکدیگر پیشی گیرند. اغلب محققان و صاحب نظران مدیریت استراتژیک اتفاق نظر دارند که منشأ دستیابی به مزیت استراتژیک، طبقه بندی استراتژی رقابتی کسب و کار پورتر^۳ [۲،۳] بوده و این پارادایم استراتژی سطح کسب و کار مورد پذیرش افراد بسیاری قرار گرفته است [۴]. از طرفی افزایش تمایل مشتریان به محصولات متنوع، منحصربه فرد و

³ Porter¹ Advanced Manufacturing Technology (AMT)² Hitt & Ireland