

تأثیر به کارگیری شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین بر مزیت رقابتی

مورد مطالعه: صنعت تولید قطعات خودرویی

حمیدرضا رضائی کلیدبری^{۱*}، محمد طالقانی^۲، سیده فاطمه علوی فومنی^{۳*}

^{۱،۲،۳} گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

* نویسنده مسئول مکاتبات: freshtehalavi@gmail.com

چکیده:

در جهان رقابتی امروز، دستیابی به مزیت رقابتی بسیار مهم است. مدیریت مؤثر زنجیره تأمین به یک راه بالقوه ارزشمند جهت دستیابی به مزیت رقابتی تبدیل شده است. در این پژوهش مفهوم و روابط بین شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین و مزیت رقابتی مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق از نظر نوع تحقیق، توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آماری پژوهش شامل ۵۸ شرکت دارای درجه ارتقاء یافته شرکت‌های خودروساز در کل کشور است که طبق جدول مورگان تعداد ۵۱ شرکت با استفاده از روش نمونه‌برداری غیر احتمالی در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق حاضر پرسشنامه استاندارد لی (۲۰۰۶) بود که جهت بررسی روایی پرسشنامه از نظر متخصصین و صاحب‌نظران و برای برآورد پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در مجموع نتایج تحلیل نشان می‌دهد که شرکت‌ها با سطوح بالایی از روش‌های زنجیره تأمین (دارای ابعاد مشارکت استراتژیک با تأمین‌کننده، ارتباط با مشتری، سطح به اشتراک‌گذاری اطلاعات، کیفیت به اشتراک‌گذاری اطلاعات و تعویق اندازی) به سطح بالایی از مزیت رقابتی دست خواهند یافت.

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تأمین؛ مشارکت استراتژیک با تأمین‌کننده؛ ارتباط با مشتری؛ سطح و کیفیت به اشتراک‌گذاری اطلاعات؛ مزیت رقابتی.

۱ مقدمه

امروزه تحولات اقتصادی، ظهور و توسعه دانش و فناوری‌های پیشرفته و رشد فزاینده صنایع، مبتنی بر قابلیت‌های رقابتی در سطح جهان به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته و در کشورهای پیشرو در حال توسعه موجب پویایی رقابت و تلاش جهت کسب مزیت رقابتی در محیط کسب‌وکار جدید گردیده است [۱]. بنگاه‌ها باید به دنبال منابع جدید مزیت رقابتی باشند و اشکال جدید رقابت را بکار بگیرند که خود نیازمند درک روشن از ماهیت و پویایی‌های رقابت می‌باشد. با توجه به اینکه سرعت رشد تجارت جهانی و تغییرات سریع عوامل بازار، موجب حساس شدن مدیران به محیط خود در جهت هماهنگی برنامه‌های خود شده است و سطحی‌نگری به آن موجب ایجاد تصمیمات پرهزینه و گاهی غیرقابل‌جبران برای سازمان خواهد شد، مزیت رقابتی را می‌توان روش متمایزی دانست که یک کسب‌وکار یا شرکت به منظور به دست آوردن امتیازی بیشتر از رقبای بازار موقعیتیابی می‌نمایند، این روند موجب می‌شود که شرکت در حفظ سطوح پایداری در زمینه سودآوری، بالاتر از متوسط صنعت قرار می‌گیرد [۲]. یکی از راه‌های نوین جهت کسب مزیت رقابتی رویکرد مدیریت زنجیره تأمین می‌باشد که در دهه‌های اخیر توجه بسیاری از صاحب‌نظران، محققان و مدیران صنایع را به خود جلب نموده و کاربرد آن روزبه‌روز بیشتر شده است [۳]. مدیریت زنجیره تأمین یک برنامه جامع و استراتژیک با رویکرد تقاضا، تدارکات، عملیات و لجستیک می‌باشد [۴]. مدیریت زنجیره تأمین گویای این است که

زنجیره تأمین اثربخش، به عنوان کلیدی برای ایجاد شبه رقابتی پایدار برای محصولات یا خدمات به طور فزاینده در یک بازار تشخیص داده‌اند. بنابراین سازمان‌ها تشخیص دادند که برای بهبود کارایی نباید فقط درون سامان را در نظر بگیرند بلکه باید تمام زنجیره تأمین که در آن فعالیت می‌کنند را در نظر بگیرند. درک فعالیت‌های مدیریت زنجیره تأمین به یک پیش‌نیاز ضروری برای ادامه دادن به رقابت در بعد جهانی و ارتقاء سودآوری تجارت هم در یک سازمان خاص و هم کل زنجیره تأمین تبدیل شده است [۵].

هدف همه کسانی که در زنجیره تأمین فعالیت می‌کنند، افزایش رقابت‌پذیری دیده شده است. دلیل آن این است که امروزه از دید مشتری نهایی، فقط یک واحد سازمانی تنها، در مورد رقابت‌پذیری محصولات یا خدماتش مسئول نیست و این امر به ندرت رخ می‌دهد و زنجیره تأمین، همه سازمان‌ها را یکجا در نظر می‌گیرد. بنابراین رقابت از شرکت‌های تکی به سمت زنجیره‌های تأمین حرکت کرده است [۶]. اجرای درست به‌کارگیری شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین برای ساخت و حفظ مزیت رقابتی در محصولات و خدمات شرکت‌ها بسیار مهم می‌باشد، با توجه به مطالب مطرح‌شده سؤال اصلی تحقیق این است که « آیا به‌کارگیری شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین باعث ایجاد مزیت رقابتی در سازمان‌ها می‌گردد؟ »