



سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مهندسی سازه و مدیریت ساخت دانشگاه صنعتی شریف - تیر ۱۳۹۸



نقش مدیریت های زنجیره عرضه و تامین در عملکرد شرکت های ساختمانی

محمدامین جواهری کرمانی، امیرحسین تفلیسی، مرتضی هامونی، کریم نخعی

1- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معماری گرایش مدیریت پروژه و ساخت دانشگاه آزاد بیرجند

(Mohamadamin_jahaveri@yahoo.com)

2- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معماری گرایش مدیریت پروژه و ساخت دانشگاه آزاد بیرجند

(Amir.teflisi@yahoo.com)

3- کارشناسی ارشد عمران گرایش مدیریت ساخت دانشگاه آزاد تهران مرکزی

(Hamooni.morteza@gmail.com)

4- مربی عضو هیات علمی دانشگاه آزاد بیرجند

(Karim_nakhaei_1360@yahoo.com)

خلاصه

از زنجیره تامین مدرن انتظار می رود به طور موثر و کارا و سریع به تقاضای مشتریان پاسخگو باشد تا بتواند به ایجاد مزیت رقابتی از جمله افزایش کیفیت و کاهش هزینه ها و کاهش زمان ورود به بازار و نوآوری محصول بپردازد. امروزه بسیاری از سازمان ها به دلیل کسب مزیت رقابتی بیش تر نسبت به رقبا و دستیابی به اهداف سازمانی نظیر افزایش سودآوری، مدیریت زنجیره تامین را اختیار کرده اند. ازمان ها باید مفهوم و اقدامات مدیریت زنجیره تامین را به قصد تحقق رقابت پذیری و افزایش سودآوری درک کنند. در این تحقیق تاثیر اقدامات مدیریت زنجیره تامین بر پاسخگویی زنجیره تامین در شرکت های ساختمانی بررسی می گردد. تحقیق حاضر از لحاظ نوع هدف در زمره تحقیقات کاربردی قرار می گیرد و از لحاظ ماهیت و روش گردآوری داده ها در زمره تحقیقات توصیفی - علی جای دارد و از لحاظ نوع داده از آنجا که گردآوری داده ها از طریق پرسشنامه صورت گرفته است در زمره تحقیقات کمی قرار دارد. مدل ارائه شده در این تحقیق از چهار متغیر مشارکت استراتژیک با تامین کننده، پاسخگویی زنجیره تامین، مزیت رقابتی و عملکرد مالی تشکیل شده است. مدل این تحقیق از طریق روش مدل سازی معادلات ساختاری ارزیابی شده است. هم چنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که اقدامات مدیریت زنجیره تامین تاثیر مثبت و معناداری بر پاسخگویی زنجیره تامین، مزیت رقابتی و عملکرد مالی شرکت دارد.

کلمات کلیدی: عملکرد، چرخه شرکت، پروژه ساختمانی، رقابت.

1. مقدمه

داشتن مزیت رقابتی نشان می دهد یک شرکت می تواند قابلیت های بیشتری در مقایسه با رقبای خود داشته باشد. از این قابلیت ها می توان به قیمت های پایین تر، کیفیت عالی، قابلیت اطمینان بالاتر و زمان تحویل کوتاه تر اشاره کرد. این قابلیت ها به نوبه خود عملکرد مالی را افزایش می دهند (جور و همکاران، 2018). بهبود انعطاف پذیری و پاسخگویی سریع بعنوان عامل مهمی در دستیابی به مزیت رقابتی تبدیل شده است (دات، 2017). هنگامی