

با توجه به شدت رقابت سازمان ها در دهکده جهانی، مزیت رقابتی به سازمان هایی تعلق می گیرد که با تمرکز بر ارزش آفرینی و مشتری گرایی به ناب سازی تولیدات و فرایندهایشان همت گمارند. از این رو بحث ناب از مفاهیمی است که امروزه بسیار مورد توجه قرار گرفته و هدف آن حذف عوامل اتلاف و بهره ور ساختن صنایع و سازمان ها می باشد. پژوهش حاضر عوامل مؤثر بر استقرار تولید ناب در صنایع کوچک و متوسط استان گیلان را مورد مطالعه قرار داده و در این راستا ۶ شاخص را شناسایی نموده که عبارت بودند از: ارزش مشتری، دانش، بهبود مستمر، ثبات، استانداردهای سازی و فرهنگ. به منظور تعیین نقش این عوامل در استقرار تولید ناب و میزان اهمیت آن ها در این زمینه از تکنیک دیمتل استفاده شد. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی می باشد. داده ها از طریق ابزار پرسشنامه جمع آوری شده و توسط خبرگان که متشکل از متخصصین دانشگاهی در رشته های مدیریت و مهندسی صنایع و مدیران ارشد آن دسته از شرکت های کوچک و متوسط استان گیلان که با مفهوم تولید ناب آشنا بوده و آن را به اشکال مختلف در شرکت های خود پیاده سازی نموده اند، تکمیل گردیده است. نتایج بدست آمده بیانگر این بود که از میان شش عامل مورد بررسی، دو عامل فرهنگ و ارزش مشتری در زمره ی عوامل تأثیرگذار در زمینه ی استقرار سیستم تولید ناب هستند که در این میان عامل فرهنگ، از وزن و اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین چهار شاخص استانداردهای سازی، دانش، بهبود مستمر و ثبات به عنوان عوامل اثرپذیر شناسایی شدند که میزان اهمیت هر یک از این عوامل در قیاس با هم نیز بر اساس ترتیب ذکر شده بوده و عامل استانداردهای سازی از بیشترین اهمیت و عامل ثبات از کمترین اهمیت در میان عوامل اثرپذیر برخوردار بودند.

واژگان کلیدی:

تولید ناب، صنایع کوچک و متوسط، تکنیک دیمتل، استان گیلان