

بررسی تأثیر انسجام زنجیره تأمین B2B، غیر قابل پیش‌بینی بودن تقاضا و تنوع محصول بر عملکرد با نقش میانجی‌گری تعامل میان آن‌ها (مورد مطالعه: صنعت خودرو ایران)

سمیه ابراهیم زاده *، 187، 181،

1395-06-31

مدیریت زنجیره تأمین (SCM) پدیده‌ای است که این کار را به طریقی انجام می‌دهد که مشتریان بتوانند خدمت قابل اطمینان و سریع را با محصولات با کیفیت در حداقل هزینه دریافت کنند. در حالت کلی زنجیره تأمین از دو یا چند سازمان تشکیل می‌شود که رسماً از یکدیگر جدا هستند و به وسیله جریان‌های مواد، اطلاعات و جریان‌های مالی به یکدیگر مربوط می‌شوند. با توجه به گستردگی فعالیت‌های تأمین و پشتیبانی ایران خودرو در این تحقیق تلاش شد تا زنجیره تأمین عملکرد فروشندگان با فروشنده در تجارت الکترونیک در شرکت ایران خودرو بررسی شود. ازینرو هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر انسجام زنجیره تأمین B2B، تنوع محصول و عدم اطمینان تقاضا بر عملکرد شرکت ایران خودرو می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حار مدیران شرکت ایران خودرو می‌باشد و تعداد نمونه آماری نیز 217 نفر محاسبه شد. همچنین ابزار تحقیق پرسشنامه بوده و برای جمع‌آوری اطلاعات و نظرات مدیران شرکت از پرسشنامه استفاده شده است و از مدیران شرکت ایران خودرو نظرخواهی و داده‌ها جمع‌آوری شده است. برای بررسی روایی و پایایی ابزار تحقیق از روش‌های بررسی محتوا و آزمون آلفا کرونباخ استفاده شد که روایی ابزار پس از بررسی و اصلاح نهایی و نتایج آزمون آلفا کرونباخ نیز نشان دهنده پایایی ابزار بود. سپس با استفاده از نرم‌افزارهای لیزرل و اسپیداس، اس به بررسی فرضیه‌ها و تحلیل نتایج پرداخت شد. ابتدا متغیرهای جمعیت شناختی بررسی و سپس تحلیل‌های استنباطی انجام شد. در نهایت نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد انسجام زنجیره تأمین بر عملکرد و تعامل میان سه عامل تأثیر دارد. همچنین مشخص شد تعامل میان سه عامل تنوع محصول، عدم اطمینان تقاضا و انسجام زنجیره تأمین بر عملکرد شرکت تأثیرگذار است.

کلمات کلیدی : زنجیره تأمین، فناوری اطلاعات، صنعت خودرو.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)