

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۹۲۲۱

محمد باقر



دانشکده مدیریت و حسابداری

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی

(گرایش تحقیق در عملیات)

عنوان پایان نامه:

بررسی تاثیر عملکرد لجستیک بر رابطه بین استراتژی مدیریت زنجیره تامین و عملکرد سازمانی

استاد راهنما

دکتر محمود شیرازی

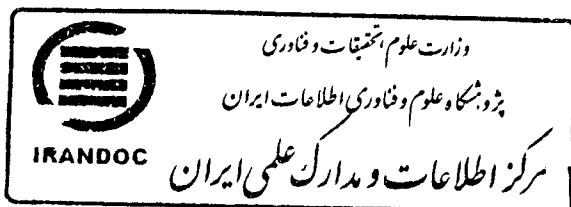
استاد مشاور

دکتر حبیب‌اله جوانمرد

نگارش

اسماعیل صیامی باغبانان

تابستان ۱۳۸۹



۱۴۹۴۲۱

۱۳۸۹/۱۰/۱۹

سپاسگزاری

سپاس پروردگارم را که هر چه دارم از اوست.

بر خود لازم می دانم

از اساتید گرانقدر جناب آقای دکتر شیرازی، جناب آقای دکتر جوانمرد و جناب آقای دکتر عالم تبریز به خاطر راهنمایی ها و نظرات ارزشمندشان؛ از انجمن لجستیک ایران به خاطر مساعدت در پیشبرد این تحقیق؛ از خانواده خوبم، پدر و مادر عزیز و مهربانم، برای همراهی همیشگی شان، و از دوستان خوب دوره تحصیلم برای همه روزهای خوب با هم بودن سپاسگزاری نمایم.

سایین آنا و آتام سونولور

چکیده:

با رشد روز افزون تکنولوژی‌های نوین و پرتنش شدن صحنه رقابت در بازارها به نظر می‌رسد مزیت‌های رقابتی سنتی نظیر هزینه و کیفیت کارکرد سابق خود را از دست داده و به شرایط لازم و نه کافی برای حضور در صحنه رقابت امروزی بدل شده‌اند و مزیت‌هایی مانند سرعت تحویل و انعطاف‌پذیری در تحویل که شاخص‌هایی از عملکرد لجستیک به شمار می‌روند ظهور کرده‌اند. با توجه به این مسئله هدف از تحقیق حاضر بررسی مدل عملکرد لجستیکی می‌باشد، که شامل سازه‌های عملکرد لجستیک، استراتژی زنجیره تامین و عملکرد سازمانی با دو بعد مالی و بازاریابی است. در این مدل، عملکرد لجستیک به عنوان سازه کانونی میان استراتژی مدیریت زنجیره تامین و عملکرد سازمانی در نظر گرفته شده و با مطرح ساختن فرضیاتی درباره‌ی روابط میان این متغیرها، درصدد پاسخگویی به این سوال می‌باشد که آیا تمرکز بر استراتژی مدیریت زنجیره تامین می‌تواند باعث بهبود عملکرد لجستیک و متعاقباً ارتقای عملکرد سازمانی شود. برای پاسخ به این سوال و آزمون مدل موردنظر از روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. روش مدلیابی معادلات ساختاری با ترکیب تحلیل رگرسیون و تحلیل عاملی تاییدی ابزاری قدرتمند برای ارزیابی روابط علی میان متغیرها بدست می‌دهد. نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از نمونه آماری بوسیله پرسشنامه حکایت از پاسخی مثبت به سوال مطرح شده دارد. از اینرو می‌توان گفت سازمان‌ها با پی‌ریزی و توسعه استراتژی‌های مدیریت زنجیره تامین می‌توانند شاخص‌های عملکرد لجستیک را بهبود داده و از این طریق عملکرد سازمانی را بهبود دهند.

فهرست مطالب

۱.....	فصل اول: کلیات تحقیق
۲.....	۱-۱. مقدمه
۲.....	۲-۱. بیان مسئله و ضرورت تحقیق
۴.....	۳-۱. اهداف تحقیق
۵.....	۴-۱. سوال تحقیق
۵.....	۵-۱. فرضیه های تحقیق
۶.....	۶-۱. تعریف متغیرهای تحقیق
۹.....	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق
۱۰.....	۱-۲. مقدمه
۱۰.....	۲-۲. استراتژی
۱۷.....	۳-۲. مدیریت زنجیره تامین
۱۷.....	۱-۳-۲. توسعه مدیریت زنجیره تامین
۲۲.....	۲-۳-۲. تعریف زنجیره تامین
۲۴.....	۳-۳-۲. تعریف مدیریت زنجیره تامین
۲۵.....	۱-۳-۳-۲. SCM به عنوان فلسفه مدیریت
۲۶.....	۲-۳-۳-۲. SCM به عنوان مجموعه ای از فعالیت ها برای اجرای فلسفه مدیریت
۳۱.....	۳-۳-۳-۲. SCM به عنوان مجموعه ای از فرایندهای مدیریت
۳۲.....	۴-۲. لجستیک
۳۵.....	۵-۲. مروری بر پیشینه تحقیق در زمینه عملکرد لجستیک و عملکرد سازمانی
۴۱.....	۱-۶-۲. سازه های مدل
۴۲.....	۱-۱-۶-۲. استراتژی مدیریت زنجیره تامین
۴۴.....	۲-۱-۶-۲. عملکرد لجستیک
۴۶.....	۳-۱-۶-۲. عملکرد سازمانی

۴۷.....	۷-۲. تبیین پشتوانه تئوریکی فرضیات.....
۵۳.....	فصل سوم: روش شناسی تحقیق.....
۵۴.....	۱-۳. مقدمه:.....
۵۵.....	۲-۳. روش تحقیق.....
۵۷.....	۴-۳. جامعه آماری.....
۵۸.....	۳-۵. حجم نمونه و روش جمع آوری داده ها.....
۶۰.....	۷-۳. تعیین اعتبار یا روایی و قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه.....
۶۱.....	۱-۷-۳. اعتبار (روایی).....
۶۲.....	۲-۷-۳. پایایی (اعتماد).....
۶۳.....	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات.....
۶۴.....	۱-۴. مقدمه.....
۶۴.....	۲-۴. بررسی همانندی مدل.....
۶۶.....	۳-۴. تخمین پارامترهای مدل.....
۷۴.....	۴-۴. بررسی برازش مدل.....
۷۵.....	۱-۴-۴. ارزیابی برازش کل مدل.....
۷۶.....	۲-۴-۴. ارزیابی بخش اندازه گیری مدل.....
۸۰.....	۳-۴-۴. ارزیابی بخش ساختاری مدل.....
۸۱.....	۵-۴. اصلاح مدل.....
۸۵.....	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها.....
۸۶.....	۱-۵. مقدمه.....
۸۶.....	۲-۵. نتایج تحقیق.....
۸۹.....	۳-۵. پیشنهادات.....
۹۱.....	۴-۵. محدودیت های تحقیق.....

۹۲..... فهرست منابع

۹۷..... پیوست: فرم پرسشنامه تحقیق

فهرست جداول

- جدول ۱-۲: برخی از تحقیقات مرتبط با موضوع تحقیق ۳۷
- جدول ۲-۲: سازه های مدل و متغیر های مشاهده پذیر تحقیق ۵۱
- جدول ۱-۳: سازه های مدل و متغیر های مشاهده پذیر تحقیق و علامت اختصاری هر کدام در لیزرل ۵۹
- جدول ۲-۳: مقادیر ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای مکنون تحقیق ۶۲
- جدول ۱-۴: معادلات اندازه گیری و ساختاری ۶۷
- جدول ۲-۴: ماتریس همبستگی بین متغیرهای نهفته ۷۳
- جدول ۳-۴: ماتریس رگرسیون متغیرهای نهفته درونی بر متغیر نهفته بیرونی ۷۳
- جدول ۴-۴: اثرات غیرمستقیم و کل بین متغیرهای نهفته ۷۴
- جدول ۵-۴: متغیرهای مشاهده پذیر با بیشترین و کمترین میزان اعتبار ۷۷
- جدول ۶-۴: پایاترین و ناپایاترین شاخص برای هر متغیر نهفته ۷۸
- جدول ۷-۴: پایایی ترکیبی برای متغیرهای نهفته ۷۹
- جدول ۸-۴: مقادیر تخمین و t برای فرضیه های تحقیق ۸۰
- جدول ۹-۴: شاخص های برازندگی بعد از اصلاح ۸۳

فهرست شکل ها

- شکل ۱-۱: مدل مفهومی تحقیق ۶
- شکل ۱-۲: زنجیره ارزش سازمان ۱۴
- شکل ۲-۲: چارچوب پیشینه مدیریت زنجیره تامین ۲۱
- شکل ۳-۲: انواع زنجیره های تامین ۲۵
- شکل ۴-۲: مراحل تکامل یکپارچگی زنجیره تامین ۳۰
- شکل ۵-۲: مدلی از مدیریت زنجیره تامین ۳۲
- شکل ۶-۲: مدل مفهومی تحقیق ۴۱
- شکل ۱-۴: مدل مفهومی ۶۵
- شکل ۲-۴: مدل اندازه گیری Y-Model ۶۶
- شکل ۳-۴: مدل اندازه گیری X-Model ۶۶
- شکل ۴-۴: بخش ساختاری مدل ۶۷
- شکل ۵-۴: مقادیر تخمین پارامترهای آزاد ۷۱
- شکل ۶-۴: مقادیر t ۷۲
- شکل ۷-۴: مقادیر تخمین ها بصورت استاندارد شده ۷۷
- شکل ۸-۴: شاخص های اصلاح ۸۲
- شکل ۹-۴: مدل بعد از افزودن همبستگی بین خطاهای SCMS3-SCMS6 ۸۳
- شکل ۱۰-۴: شاخص های اصلاح بعد از انجام اولین اصلاح ۸۴

فصل اول:

کلیات تحقیق

۱-۱. مقدمه

هدف نهایی یک استراتژی عملکرد بالا و حداکثری در بلند مدت می‌باشد. امروزه با گسترش روزافزون مفاهیم یکپارچگی در قالب مدیریت زنجیره تامین به نظر می‌رسد استراتژی‌های رقابتی به سمت ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی به صورت عضوی یکپارچه در یک زنجیره تامین و مشارکت با تامین کنندگان و توزیع کنندگان سوق داده شده است. از اینرو این تحقیق که بر اساس کار گرین و همکارانش^۱ (۲۰۰۸) صورت پذیرفته بر آن است تا تاثیر عملکرد لجستیک به عنوان یکی از مهمترین اجزای مدیریت زنجیره تامین و ایجاد کننده مزیت رقابتی را بر عملکرد سازمانی در یک زنجیره تامین بسنجد به عبارتی نقش عملکرد لجستیک در رابطه بین استراتژی مدیریت زنجیره تامین و عملکرد سازمانی را مورد مطالعه قرار می‌دهد.

۱-۲. بیان مسئله و ضرورت تحقیق

برای دستیابی و حفظ یک مرز رقابتی، ارزیابی و بهبود مستمر در محصولات و فرایندهای تولیدی ضروری می‌نماید. با این وجود هر مزیتی دیر یا زود قابل کپی برداری می‌گردد، از اینرو هدف متحرکی برای شرکت لازم است که مزیت‌های جدید را حداقل با سرعت کپی شدن مزیت قدیمی توسعه دهد. اما بهبود گزینشی عملکرد برای استحکام بخشی پایدار به موقعیت استراتژیک سازمان کافی نیست و فقط نتایج بهبود یافته کوتاه مدت فراهم می‌نماید که در بهترین حالت برای سازمان زمان بیشتری می‌خرد.

مزیت‌های پایدار هنگامی قابل دستیابی می‌گردد که برنامه جامع استراتژیکی بر اساس تحلیل قوتها و ضعفها و تقاضای مشتریان توسعه داده شده و بر پایه معیارهای هماهنگ و بررسی‌های جامع شکل گرفته باشد که نه تنها قابل طراحی و اجرا بوده بلکه قابلیت کنترل در جهت نیل به موفقیت‌های مطلوب را دارا باشد.

^۱ Green et al

امروزه علاوه بر استانداردهای کیفیت بالا و قیمت محصولات، بر اهمیت عوامل لجستیکی نظیر زمان تحویل و قابلیت اطمینان تحویل به طور فزاینده‌ای افزوده می‌شود بطوریکه سازمان‌ها می‌توانند از این طرق خود را در محدوده بازار مجزا نمایند. یکی از بزرگترین چالشهای پیش روی سازمانهای امروزی یکپارچگی زنجیره‌های تامین در میان تولیدکنندگان و توزیع کنندگان به منظور ارضای مشتری نهایی و کسب ارزش از طریق این شرکتها می‌باشد. زنجیره تامین عبارت است از فرایندهای چرخه حیات شامل جریان فیزیکی، اطلاعاتی، مالی و دانش که هدفشان ارضای احتیاجات کاربر و مصرف کننده نهایی به وسیله محصولات و خدماتی است که از طریق تامین کنندگان متصل به هم ارائه می‌گردند. به این ترتیب مدیریت زنجیره تامین را می‌توان به عنوان طراحی، نگهداری و اجرای فرایندهای زنجیره تامین به منظور ارضای احتیاجات مصرف کننده نهایی تعریف کرد. از سویی مدیریت زنجیره تامین^۱ به عنوان طرحی استراتژیک برای ایجاد کلید موفقیت در بازار رقابتی مطرح و از سوی دیگر به عنوان روشی برای سازماندهی طراحی عملیاتی معرفی می‌گردد.

انجمن مدیریت لجستیک و انجمن حرفه ای های مدیریت زنجیره تامین^۲ «لجستیک» را به این صورت تعریف می‌نمایند: «بخشی از زنجیره تامین است که کارایی و اثربخشی جریان، انبارش مواد، خدمات و اطلاعات مربوطه را از نقطه آغازین تا نقطه مصرف مشتریان، مدیریت، اجرا و کنترل می‌کند به نحوی که نیاز مشتریان تامین گردد». البته برخی صاحب نظران، لجستیک و زنجیره تامین را معادل یکدیگر قلمداد می‌نمایند.

^۱ Supply Chain Management

^۲ Council of Supply Chain Management Professionals

لجستیک بخش مهم زنجیره تامین بوده و یکی از مقوله های است که بخش بزرگی از هزینه ها را در تجارت به خود اختصاص می دهد. از اینرو بررسی عملکرد لجستیک و ارتباط آن با عملکردهای سازمانی در بستر یک زنجیره تامین حایز اهمیت خواهد بود.

بنابراین در این تحقیق ارتباطات مابین عملکرد لجستیک، استراتژی های زنجیره تامین و عملکرد سازمان در دو بخش مالی و بازاریابی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مساله اصلی این است که چه تاثیری بین عوامل چهارگانه ذکر شده در جامعه آماری ما وجود دارد و آیا نتایج قبلی برقرار می باشد. مساله دیگر این است که در جامعه آماری ما چه درجه ای از وابستگی عوامل وجود دارد.

۱-۳. اهداف تحقیق

هدف این تحقیق بررسی و ارزیابی مدل عملکرد لجستیکی است که عملکرد لجستیک را به صورت سازه کانونی به همراه استراتژی مدیریت زنجیره تامین به عنوان پیش بین و عملکرد سازمانی با دو جنبه بازاریابی و مالی را با عنوان پیامد در بر می گیرد؛ بنابراین به صورت کلی می توانیم دو هدف زیر برای تحقیق در نظر داشته باشیم:

۱- هدف علمی: بررسی تاثیرات میان سازه های مختلف مورد مطالعه در این موضوع علمی

۲- هدف کاربردی: به کارگیری نتایج در جامعه آماری تحقیق.

۱-۴. سوال تحقیق

این تحقیق درصدد پاسخ به این سوال خواهد بود که «آیا تمرکز بر زنجیره تامین به بهبود عملکرد لجستیک و متعاقباً به بهبود عملکرد سازمانی منجر می شود؟»

۱-۵. فرضیه های تحقیق

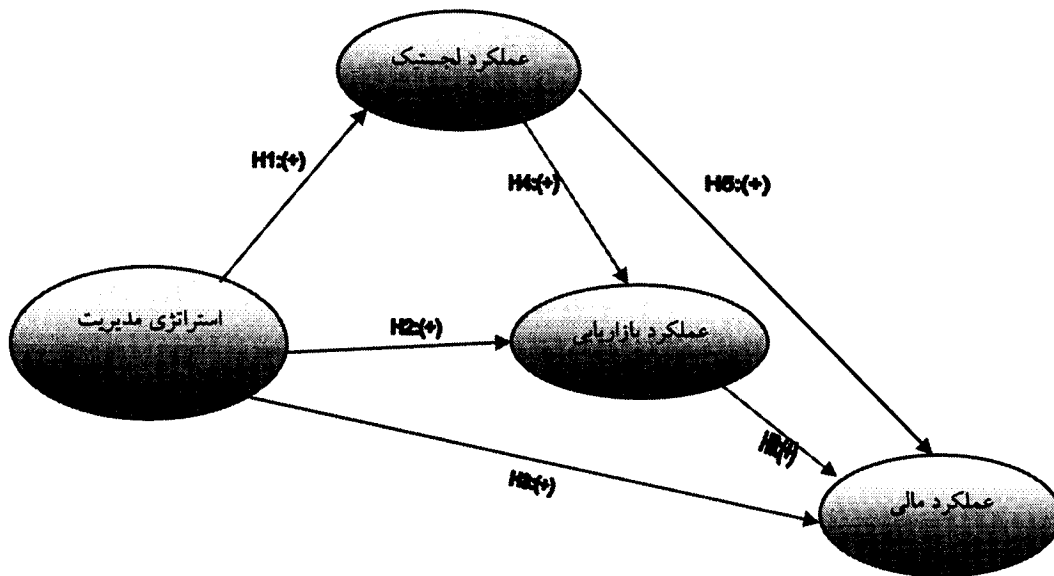
برای پاسخ به سؤال تحقیق مدل مفهومی تحقیق در ارتباط با عوامل مورد مطالعه به صورت شکل ۱-۱ است که در بردارنده ۴ متغیر مکنون^۱ می باشد. متغیر مکنون برونزا^۲ یا مستقل استراتژی مدیریت زنجیره تامین به عنوان پیش بین^۳ و بقیه متغیرهای درون زا یا وابسته^۴ عملکرد لجستیک و عملکرد سازمانی در دو بعد مالی و بازاریابی به ترتیب به عنوان سازه های کانونی^۵ و پیامد^۶ می باشند. با در نظر گرفتن مدل، ۶ فرضیه زیر را مطرح می نمایم.

H1: استراتژی مدیریت زنجیره تامین رابطه مثبت با عملکرد لجستیک دارد.

H2: استراتژی مدیریت زنجیره تامین رابطه مثبت با عملکرد بازاریابی دارد.

H3: استراتژی مدیریت زنجیره تامین رابطه مثبت با عملکرد مالی دارد.

^۱ latent variable
^۲ exogenous
^۳ antecedent
^۴ endogenous
^۵ focal
^۶ consequence



شکل ۱-۱: مدل مفهومی تحقیق

H4: عملکرد لجستیک رابطه مثبت با عملکرد بازاریابی دارد.

H5: عملکرد لجستیک رابطه مثبت با عملکرد مالی دارد.

H6: عملکرد بازاریابی رابطه مثبت با عملکرد مالی دارد.

۱-۶. تعریف متغیرهای تحقیق

- استراتژی مدیریت زنجیره تامین:

استراتژی مدیریت زنجیره تامین به طور ایده ال عبارت است از پیوستگی و اتصال ذاتاً متمرکز شده^۱

بالغ و کامل و موفق قابلیت های عرضه کننده / مشتری محور در سراسر اعضای زنجیره تامین (Wisner,

^۱ Internally-focused

2003). یک استراتژی مدیریت زنجیره تامین نیاز به نوعی تمرکز کران تا کران دارد تا یکپارچگی فرایندهای کسب و کار مانند خرید، تولید، فروش و لجستیک در سراسر زنجیره تامین را با هدف فراهم آوردن ارزش بهینه برای مصرف کننده یا مشتری نهایی، پشتیبانی نماید.

• عملکرد لجستیک:

سازه عملکرد لجستیک، عملکرد سازمان را منعکس می کند، چون عملکرد سازمان به توانایی آن در تحویل کالاها و خدمات به مقدار مشخص و در زمان معین مورد نظر مشتری بستگی دارد (Green et al, 2008). عملکرد لجستیک چند بعدی است و می تواند به عنوان درجه ای از کارایی، اثربخشی و تمایزسازی مرتبط با تکمیل و انجام فعالیت های لجستیک تعریف شود. (Fugate, Mentzer and Stank., 2010)

• عملکرد سازمانی:

عملکرد سازمانی به این موضوع مربوط می شود که یک سازمان چه مقدار به اهداف بازار محور¹ و همچنین اهداف مالی خود رسیده است (Li et al, 2006).

○ عملکرد بازاریابی:

عملکرد بازاریابی توانایی سازمان در افزایش فروش و توسعه سهم بازار در مقایسه با رقبایش را منعکس می نماید.

○ عملکرد مالی:

عملکرد مالی قابلیت سوددهی سازمان و نرخ بازگشت سرمایه گذاری را در مقایسه با رقبیان آشکار می کند.

¹ Market-oriented

فصل دوم:

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱. مقدمه

با اینکه زنجیره های تامین از زمانی که فرایند تولید و ارائه محصولی شکل گرفته وجود داشته اند اما تا چند دهه قبل تولیدکنندگان و ارائه دهندگان محصولات، هرکدام راه خود را می پیمودند و ارتباطات اندکی با تامین کنندگان و مشتریان خود برقرار می کردند و از افشای اطلاعات خود به شرکت ها و سازمان های تامین کننده و همچنین مشتریان خود بیم داشته و اراده ای مبنی بر ایجاد و مدیریت آگاهانه شبکه های همکاری میان تامین کنندگان و مشتریان در سازمان ها وجود نداشت. اما همانگونه که پیشرفت های تکنولوژیکی در زمینه حمل و نقل و ارتباطات سبب دگرگون شدن ماهیت بازارها، هوشمندتر شدن مشتریان و ایجاد رقابت های پرتنش گردید، شاهد تغییر در پارادایم های تولیدی از سنتی - کارگاهی به تولید انبوه و سپس به ناب و چابک بودیم. در راستای همین تغییرات، مدیریت بر آن شد تا با تغییر نگرش آگاهانه به سمت ایجاد زنجیره هایی با اعتماد بالا قدم برداشته و در حفظ و نگهداری زنجیره های تامین بکوشد.

از زمانی که اصطلاح مدیریت زنجیره تامین برای اولین بار در اواسط دهه ۱۹۸۰ مطرح شد بحث های فراوانی برای تبیین و تعریف آن شکل گرفت و تحقیقات و بررسی های زیادی برای ارائه مدل های مختلف طراحی، پیاده سازی و ارزیابی مدیریت زنجیره تامین و لجستیک به عنوان مهمترین و شاید هزینه برترین جزء زنجیره های تامین انجام شده است. در راستای تحقیق پیش رو در ادامه این فصل، به اجمال به برخی از این بحث ها که بیشتر مرتبط با موضوع تحقیق هستند اشاره خواهد شد.

۲-۲. استراتژی

مفهوم استراتژی برای نخستین بار در اواخر دهه ۱۹۵۰ به عنوان یک استعاره ی نظامی در تئوری سازمان مطرح شد. در به کارگیری استعاره ی استراتژی در سازمان ها، دشمن، رقابت سازمان است اما تهدیدات دیگر

در محیط نظیر گروه های ذی نفع، تغییرات فناورانه، واضعان مقررات دولتی نیز باید مد نظر قرار داده شوند. بنابراین استراتژی سازمانی نقشه ای برای رقابت در بازار است (هچ، ۱۳۸۶، صص ۱۶۶ - ۱۶۵).

آلفرد چندلر معتقد است که استراتژی می تواند به عنوان فرایند تعیین اهداف بلند مدت، اتخاذ شیوه کار و تخصیص منابع لازم برای تحقیق این اهداف تعریف شود (رایینز، ۱۳۸۵، ص ۱۱۲). چندلر بر روی روابط ساختار سازمان و استراتژی تحقیقات وسیعی انجام داد. در تحقیقات وی مدیریت در شکل دهی ساختار سازمان نقش محوری دارد. به زعم وی دست های مرئی مدیریت جای دست های نامرئی نیروهای بازار آدم اسمیت را می گیرد (رحمان سرشت، ۱۳۸۳، ص ۳۹). در اصل مدیران هر وقت کاری انجام می دهند که که پیامد و تاثیر طولانی مدت بر عملکرد خواهد داشت، آنها تصمیم استراتژیک اتخاذ می کنند (Waters, 2006, p 9). والترز و همکاران استراتژی را به عنوان الگویی از اهداف حال و برنامه ریزی شده، گسترش منابع و تعامل سازمان با بازارها، رقبا و سایر عوامل محیطی بیان نموده اند. از طرفی سه قسمت ضروری از یک استراتژی به صورت الگویی از اهداف کلی، خط مشی های اصلی و طرح ریزی برنامه های دستیابی به این اهداف، برجسته شده است (Waters, 2006, p 10).

به طور کلی استراتژی، اهداف سازمان و روش رسیدن به این اهداف را تعریف می نماید به گونه ای که زمینه ای برای سایر تصمیمات سازمانی فراهم می کند.

به نظر هنری مینزبرگ استراتژی به جای ۵ کلمه طرح^۱، مانور^۲، الگو^۳، موقعیت^۱ و چشم انداز یا دیدگاه^۲ به کار می رود.

^۱ Plan
^۲ Poly
^۳ Pattern