

عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر جهتگیری زنجیره تامین بر اثربخشی خرید سازمانی با میانجیگری شیوههای مدیریت ارتباط با عرضهکننده اصلی مورد مطالعه: شرکتهای تولیدی تامینکننده کالا و تجهیزات شرکت پتروشیمی بوعلی سینا

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

فاطمه مهربانی - استادیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز ایران

فرشید حسن زاده فراش بند - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز ایران

خلاصه مقاله:

امروزه خرید، نقش کلیدی در سیستم زنجیره تامین ایفا میکند و تصمیمات خرید سازمانی، اغلب تصمیمات مهم و حیاتی هستند و مبالغ زیادی از وجوه سازمان را میبلعند بنابراین اتخاذ چنین تصمیماتی نیازمند دقت و اطلاعات بیشتری میباشد. از آنجایی که تعامل تأمینکنندگان و مشتریان (در قالب زنجیره تامین) با یکدیگر و در یک روش هماهنگ و با شراکت و ارتباطات کامل اطلاعاتی، موجب جریان سریع اطلاعات و ارتباطات در میان ارکان زنجیره میشود آنها را قادر می سازد که زنجیره عرضه بسیار کارایی را ایجاد کنند و در نهایت خرید اثربخش داشته باشند و به سوددهی شرکت منجر شود این در حالی است که بحثهای اندکی در زمینه اینکه جهت گیری زنجیره تامین را چگونه میتوان به کار برد تا بر اثربخشی خرید سازمانی اثر گذارد، صورت گرفته است، بنابراین این پژوهش به دنبال ارزیابی تاثیر جهتگیری زنجیره تامین بر اثربخشی خرید سازمانی با میانجیگری شیوههای مدیریت ارتباط با عرضهکننده اصلی میباشد. جامعه آماری این پژوهش شرکتهای تولیدی تامینکننده کالا و تجهیزات شرکت پتروشیمی بوعلی سینا هستند. روش تحقیق به لحاظ جمع آوری دادهها توصیفی از نوع پیمایشی است و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفته است. مفاهیم اصلی مورد استفاده در مدل شامل جهتگیری زنجیره تامین، مدیریت ارتباط با عرضه کننده اصلی، اثربخشی خرید سازمانی و سوددهی شرکت میباشد. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از آزمونهای مدلسازی مسیری PLS با کمک نرمافزار SmartPLS-2/0 به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل دادهها نشان داد که جهتگیری زنجیره تامین بر دو متغیر مدیریت ارتباط با عرضه کننده اصلی و اثربخشی خرید سازمانی اثرگذار است، همچنین تاثیر متغیر مدیریت ارتباط با عرضه کننده اصلی بر اثربخشی خرید سازمانیسنجیده شد که نتایج حاکی از تاثیرگذاری معنادار بوده است و در نهایت تاثیر اثربخشی خرید سازمانی بر سوددهی شرکت معنادار بوده و مورد تایید قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

جهتگیری زنجیره تامین، مدیریت ارتباط با عرضه کننده اصلی، اثربخشی خرید سازمانی و سوددهی شرکت، شرکت پتروشیمی بوعلی سینا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454090>

