

عنوان مقاله:

مدل ارزیابی سازمان ناب در شرکتهای خودروساز ایرانی (مورد مطالعه شرکتهای ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، دوره 8، شماره 19 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

جهانپار بامدادصوفی - استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبائی

رضا قرایی پور - دانشجوی دکترای مدیریت تولید و عملیات دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

خلق ارزش برای ذینفعان با حداکثر بهره وری آرمانی است که سازمان ناب در پی تحقق آن است. در این مقاله که با هدف ارایه مدل جامع معتبری برای ارزیابی ناب بودن شرکت های خودروسازی کشور انجام شده است، پس از بررسی ادبیات موضوع و مقایسه مدل های مرتبط، مدل مفهومی تحقیق در سه بعد توانمندسازها، فرایندها و نتایج کسب و کار طراحی می شود. سپس در یک پژوهش میدانی با استفاده از ابزار پرسشنامه داده های ارزیابی بر اساس نظرات مدیران شرکت های مورد مطالعه گردآوری می شود. اعتبارسنجی مدل و بررسی تاثیر گذاری بین اجزاء و روابط بین مولفه های مدل در قالب مدل یابی معادلات ساختاری انجام شده و در این راستا از تحلیل عاملی تاییدی، تحلیل مسیر و محاسبه مقادیر t استفاده می شود. همچنین از آنتروپی شانون جهت وزن دهی به اجزاء و مولفه های مدل استفاده خواهد شد. نتایج حاصله مبین آن است که توانمندسازها از طریق فرایندهای اصلی و پشتیبانی بر نتایج کسب و کار تاثیر گذار بوده و روابط معناداری بین سه بعد وجود دارد. همچنین علاوه بر تاثیر گذاری ابعاد مدل بر یکدیگر، مولفه های آنها نیز با یکدیگر ارتباط معناداری دارند. به عبارت دیگر نمی توان به مدل سازمان ناب دست یافت بدون آنکه اتصالات قوی بین اجزاء و مولفه های آن برقرار شود و بدون ایجاد یکپارچگی در ابعاد و مولفه های شناسایی شده، مدل سازمان ناب امکان پذیر نیست

کلمات کلیدی:

سازمان ناب، ارزیابی، شرکت های خودروساز ایرانی، توانمندسازها، فرایندهای کسب و کار، نتایج کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/720660>

