

مدیریت زنجیره تامین

تالیف: هادی مقدم

سرشناسه	: مقدم، هادی، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت زنجیره تامین
مشخصات نشر	: تهران: آرنا، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۲ ص.
شابک	: 978-600-356-292-9
وضعیت فهرست نویسی	: فیپای مختصر
یادداشت	: فهرستنویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۸۵۳۳۴۴ قابل دسترسی است



عنوان	: مدیریت زنجیره تامین
مؤلف	: هادی مقدم
ناشر	: آرنا
ناظر چاپ	: مهدی اکبری
چاپ	: اول ۱۳۹۴
شمارگان	: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان	
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۲۹۲-۹

www.arnapub.com

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول
۱۲	مروری بر تعاریف ارائه شده در خصوص زنجیره تامین
۱۲	زنجیره تامین
۱۸	تاریخچه زنجیره تامین
۲۰	اجزاء مدیریت زنجیره تامین
۲۳	دیدگاه‌های زنجیره تامین
۲۳	دیدگاه بخشی
۲۳	دیدگاه تدارکات
۲۴	دیدگاه لجستیک
۲۴	دیدگاه اطلاعاتی
۲۵	دیدگاه استراتژی
۲۵	انواع زنجیره تامین
۲۵	الف) ساخت تجمعی برای ذخیره کردن
۲۶	ب) ذخیره کردن مستمر
۲۶	ج) ساخت برای سفارش
۲۶	د) مونتاژ کانالی
۲۶	ز) زنجیره تامین جهانی
۲۷	اصول زنجیره تامین
۲۷	۱- برنامه‌ریزی
۲۸	۲- تامین منابع (تدارکات)
۲۸	۳- ساخت (تولید)
۲۹	۴- مدیریت تحویل (سفارشات)
۲۹	۵- بازخورد (پردازش مرجوعیها)
۲۹	دلایل نیاز مدیریت زنجیره تامین
۳۱	حوزه عملکرد زنجیره تامین
۳۳	تولید
۳۳	موجودی

۳۴	موقعیت و محل
۳۴	حمل و نقل
۳۴	اطلاعات
۳۶	الف) شناسایی فرکانس رادیویی
۳۷	ب) مدیریت فرآیند کسب و کار
۳۸	ج) مدیریت هوش کسب و کار
۳۹	فرایندهای زنجیره تأمین
۴۰	نگرش فرآیندی به مفهوم زنجیره تأمین
۴۱	الف- نگرش مرحله‌ای، ب- نگرش کششی / فشاری
۴۲	۱- مدل فرایندی هندفیلد و نیکولس
۴۲	الف) مدیریت اطلاعات
۴۲	ب) مدیریت لجستیک
۴۳	ج) مدیریت روابط
۴۳	۲- مدل فرایندی انجمن زنجیره تأمین (۲۰۰۵)
۴۴	۳- مدل فرایندی چان
۴۵	۴- مدل فرایندی چوپرا و میتدل
۴۶	۵- مدل فرایندی انجمن جهانی زنجیره تأمین
۴۹	۶- مدل فرایندی زنجیره ارزش پورتر
۵۰	۷- مدل فرایندی مرکز کیفیت و بهره‌وری امریکا
۵۶	تغییرات در زنجیره تأمین
۵۸	مشکلات زنجیره تأمین
۵۸	عدم اطمینان
۵۹	عدم هماهنگی
۶۱	فصل دوم
۶۲	دانش روز
۶۵	چشم انداز مدیریت راهبردی
۶۵	مزیت رقابتی پایدار
۶۶	تمرکز راهبردی: فرایندهای شرکتی

- فرمان راهبردی: اصلاح فرایند..... ۶۶
- فرمان راهبردی: فرایندهای اساسی کسب و کار را یکپارچه‌سازی کنید..... ۶۸
- فرمان راهبردی: فرایندهای در حال ظهور کسب و کار را یکپارچه کنید..... ۶۸
- فرمان راهبردی: فرایند چند واحدی و چند شرکتی کسب و کار را ادغام نمایید..... ۶۹
- کانون توجه راهبرد: افراد به عنوان یک سرمایه راهبردی..... ۶۹
- فرمان راهبردی: از فناوری اطلاعات برای ارتقای روشهای کاری افراد استفاده کنید..... ۶۹
- فرمان راهبردی: بینش سازمان های واقعا مولد و بهره ور..... ۷۰
- فرصتهای راهبردی در زنجیره تامین و یکپارچگی چرخه سفارش..... ۷۵
- فرمان راهبردی: سیستم‌های پشتیبانی کار تیمی..... ۷۶
- راهبردهایی برای مزیت رقابتی:..... ۷۸
- فناوری اطلاعات برای پشتیبانی فرایند..... ۷۹
- فرمان راهبردی: ساختار چند خدماتی برای نقش های متوازن افراد و فناوری..... ۸۰
- فرمان راهبردی: مدیریت توسعه دانش فرایند..... ۸۲
- مدیریت دانش راهبردی..... ۸۳
- الگوهای اندیشه و عمل..... ۸۳
- الگوها به عنوان نمونه نه به عنوان عامل محدود کننده..... ۸۴
- فناوری و الگوها..... ۸۵
- انفورماتیک شناختی: چارچوبی نظری برای مدیریت زنجیره عرضه..... ۸۵
- انفورماتیک شناختی..... ۸۵
- پشتیبانی فناوری از الگوها: مرور اجمالی..... ۸۷
- فرصتهای راهبردی: خلاصه..... ۸۸
- راهبرد اولیه..... ۸۸
- در جستجوی دستیابی به مزیت رقابتی چشمگیر..... ۸۹
- یک راهبرد جامع برای مزیت پایدار بلندمدت..... ۹۰
- فرصت برای لجستیک..... ۹۱
- مزیت رقابتی از طریق افراد و فناوری..... ۹۲
- فصل سوم**..... ۹۳
- بررسی جایگاه مدیریت زنجیره تامین در پیاده‌سازی تجارت الکترونیک..... ۹۵

- ۹۶..... موانع پیاده‌سازی SCM :
- ۹۷..... بررسی تکنولوژی تولید و برآورد نحوه تامین دانش فنی مورد نیاز :
- ۹۷..... ساختار شبکهٔ تأمین:
- ۹۸..... الف: اعضای شبکه:
- ۹۸..... ج: ارتباطات و اطلاعات درون شبکه:
- ۹۸..... ابعاد ساختاری شبکه (ساختار افقی و عمودی):
- ۹۹..... بعد افقی ساختار:
- ۹۹..... بعد عمودی ساختار:
- ۹۹..... بعد موقعیت افقی ساختار:
- ۹۹..... ارتباطات و اطلاعات درون شبکه:
- ۱۰۱..... فرایندهای شبکهٔ تأمین:
- ۱۰۱..... فرایند مدیریت ارتباطات:
- ۱۰۱..... فرایند مدیریت خدمت:
- ۱۰۱..... فرایند مدیریت موجودی:
- ۱۰۲..... فرایند سفارش‌ها و نیازمندیها:
- ۱۰۲..... فرایند جریان تولید:
- ۱۰۲..... فرایند تدارکات:
- ۱۰۳..... فرایند توسعه محصول و خرید:
- ۱۰۳..... فرایند بازگشت:
- ۱۰۳..... شبکهٔ تأمین یکپارچه چیست:
- ۱۰۴..... مرا حل یکپارچه سازی:
- ۱۰۵..... تجهیزات کلیدی مدیریت زنجیره تأمین:
- ۱۰۶..... موقعیت مکانی:
- ۱۰۶..... حمل و نقل و لجستیک:
- ۱۰۶..... موجودی و پیش‌بینی:
- ۱۰۷..... بازاریابی:
- ۱۰۷..... روش VMI:
- ۱۰۸..... طبقه بندی موقعیت:

- ۱۰۸..... طراحی محصول و معرفی تولیدات جدید:
- ۱۰۸..... پشتیبانی و خدمات پس از فروش:
- ۱۰۹..... پیمان‌های استراتژیک و خرید کالا از منابع خارج از کشور:
- ۱۰۹..... اندازه‌گیری‌ها و محرک‌ها:
- ۱۰۹..... مباحث جهانی:
- ۱۰۹..... ده مرحله برای کارآمد ساختن زنجیره تامین:
- ۱۱۱..... تداوم تحویل به موقع محصول:
- ۱۱۱..... به همیاری بیندیشید؛ به روند تقاضا فکر کنید:
- ۱۱۳..... حفظ کیفیت:
- ۱۱۴..... مدیریت اطلاع‌رسانی:
- ۱۱۴..... مدیریت تحول:
- ۱۱۵..... مراحل لازم برای مدیریت تحولات در یک محیط شبکه تامین:
- ۱۱۶..... تشخیص دادن نقش‌های تازه:
- ۱۱۷..... انتخاب فناوری مناسب:
- ۱۱۷..... از هم اکنون برای شبکه تامین آینده سازماندهی کنید:
- ۱۱۹..... ورود به محیط شبکه اینترنت:
- ۱۲۰..... حضور در شبکه اینترنت:
- ۱۲۰..... گذر از زنجیره تامین به شبکه تامین:
- ۱۲۱..... سیر تکامل گروه‌های همیار:
- ۱۲۲..... امکان بهبود کیفیت در جبهه IT:
- ۱۲۳..... مدل‌های کسب و کار اینترنتی در حال تکامل:
- ۱۲۴..... مبارزه با کلاهبرداری در تجارت الکترونیکی:

انقلاب اطلاعاتی و ظهور شکل‌های جدید ارتباطات متقابل سازمانی و افزایش توقعات مشتریان در زمینه هزینه محصولات و خدمات، کیفیت، تحویل، فناوری و زمان سیکل تعهد شده با توجه به رقابت فزاینده در بازارهای جهانی و امثالهم، از جمله عواملی است که باعث تغییر سیستم‌های سنتی خرید و تدارک و حرکت به سمت سیستم‌های مدرن مدیریت زنجیره تأمین توسط سازمانها در دنیا شده است. اما در قرن ۲۱ با توجه به جهانی شدن و فعالیت اقتصادی در فضای رقابتی و رشد روزافزون شرکت‌ها و بنگاه‌ها در حوزه کسب و کار بین‌المللی و رقابت تنگاتنگ آنها برای تداوم حیات و داشتن سهم بیشتر از بازار، باعث ایجاد فضای پیچیده و بسیار سختی برای تصمیم‌گیری مدیران شده است و امروزه هر چه به سمت آینده حرکت می‌کنیم به دلیل تغییرات سریع و پیچیده تر شدن شرایط، اداره سازمان‌ها و بنگاه‌ها سخت‌تر می‌شود. لذا می‌توان گفت مدیریت زنجیره تأمین به دلایل زیر در مسیر رشد روزافزون قرار گرفته است: افزایش سرعت تغییر تکنولوژی؛ به واسطه رشد فزاینده تغییرات در تکنولوژی، کارخانجات به منظور حفظ متخصصان فنی در زمینه فعالیتهایی که آنها تدارک می‌بینند، در حال تقویت شرکایشان در زنجیره تأمین هستند.

- جهانی شدن تجارت: در یک اقتصاد جهانی، نواحی مختلف جهان مراحل یک زنجیره تأمین خواهند بود. این امر می‌تواند نتیجه ترکیب نامحدودی از منابع تأمین (همکاری بی‌پایان منابع) شامل مجاورت با منابع طبیعی، پشتیبانی زیربنایی، مشخصات نیروی کار و فضای سیاسی باشد.
- تمایل به منبع‌یابی بیرونی: در دهه‌های گذشته، کارخانجات به کارهای مختلفی دست زدند. در حال حاضر، آنها به طور فزاینده‌ای توجه خود را به اموری معطوف ساخته‌اند که بتوانند در یک یا چند زمینه با سایر رقبای جهانی رقابت کنند. برای نیل به این هدف، ضروری است این کارخانجات به منظور تهیه بخشی از محصولاتشان که نیاز مشتری نهایی را برآورده می‌سازد، به منبع‌یابی بیرونی یا برون سپاری فعالیت‌ها و تقویت کارخانجات دیگر بپردازند.
- تاکید بر توسعه روابط با تأمین کنندگان: کسب و کارهای کتونی بر روابط بلند مدت و مبتنی بر نفع متقابل در ارتباط با تأمین کننده تولید کننده و توزیع کنندگان تمرکز دارند. ایجاد اتحاد و سپس تثبیت و نهادینه سازی اعتماد و اتحاد، استحکام و پایداری کسب و کارها را در طول زنجیره افزایش خواهد داد.
- تاکید بیشتر بر مدیریت فرآیندهای کسب و کار و یکپارچه کردن عملیات: شرکت‌های امروزی، در اندیشه تغییر طرز تفکر خود هستند، آنها شیوه مدیریت بر مجموعه‌ای از حوزه‌های

وظیفه ای مستقل، را رها کرده و به مدیریت فرآیندهای اساسی خود به تفکیک حوزه های تامین تولید و توزیع ان هم مبتنی بر جریان ارزش پایدار روی می آورند. این امر تحولی مثبت است که بینش کسب و کارها را نسبت به فعالیت اقتصادی در قالب یک جریان ارزش زا افزایش می دهد و فرصت های بیشتر و بزرگتری را در اختیار آنان قرار می دهد.

- ضرورت ایجاد پیوندها و شبکه های استراتژیک: با جهانی شدن شرکت ها، آن ها در می یابند که برای موفقیت، تمامی منابع و ضروریات لازم را در اختیار ندارند، و اندازه آن ها نیز در این زمینه، از اهمیت چندانی برخوردار نیست. موسسات با نگاهی به زنجیره کامل کسب و کار خود برای ایجاد فایده، خواه ناخواه به لزوم مشارکت با سایر سازمانها پی می برند. شرکت هایی همچون فورد، مکدونالد و مانند آنها موفقیت خود را مدیون داشتن زنجیره های جهانی می دانند؛ یعنی شرکایی، که هر آنچه را که برای موفقیت مورد نیاز است، تامین می کنند. و مدیریت ارشد، وقت بیشتری را به تهیه و طراحی پیوندها و شبکه های استراتژیک اختصاص می دهد، پیوندها و شبکه هایی که برای شرکت های شریک مزیت رقابتی پایداری را در شرایط تولید و تجارت دنیای کنونی ایجاد می کنند.

- توسعه اقتصاد های مبتنی بر دانش و فناوری: رشد اقتصادی، عمدتاً ناشی از ظهور کسب و کار هایی با دانش و تکنولوژی بالا بوده است. این موسسات با موسساتی که سنتی عمل می کنند، تفاوت فاحش دارند. کسب و کار های با تکنولوژی بالا، با مخاطرات بیشتری روبرو هستند زیرا کالاهای آن با سرعت کمتری مورد پذیرش قرار می گیرد؛ عمر کالاهای تولیدی آن ها کوتاه تر است و بالاخره شتاب «از رواج افتادن تکنولوژیک» در آن ها بسیار سریع تر است. در مقابله با این چالش ها، توسعه کسب و کار های شبکه ای و مبتنی بر زنجیره زمینه تسهیم مخاطرات احتمالی این نوع کسب و کارها را نیز فراهم می آورد.

نگارنده