

ابجاد استراتژی کسب و کار و زنجیره تامین

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده: دیویا فردیک راس

ترجمه: مهدی آقاجانی، علی آقاجانی، حمدهادی آقاجانی

ویراستار: فاطمه آجانی



ایجاد استراتژی کسب و کار و زنجیره تامین

برسنده: دیوید فردریک راس

ترجمه: هدی آقاجانی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی

پیراسته: فاصه آقاجانی

طراح و صفحه آرایی: مدح بیبی کی

مشخصات نشر: تهران، انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۶

مشخصات ظاهری: ۱۳۴ صفحه

نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: نوتاش

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۰۸-۱۰-۷

ISBN : 978-600-8808-10-7

نشانی ناشر: تهران، ابتدای خیابان شهید مطهری، خیابان لارستان، کوچه جلالیان، پلاک ۴۱

تلفن و دورنگار: ۸۸۹۲۸۶۶۰-۵

سرشناسه	: راس، دیوید فردریک، ۱۹۴۸ - م.
عنوان قراردادی	: Ross, David frederick
عنوان و نام پدیدآور	: کنترل و برنامه‌ریزی پخش: مدیریت در حیطه زنجیره تامین برگزیده
مشخصات نشر	: ایجاد استراتژی کسب و کار و زنجیره تامین/ نویسنده دیوید فردریک راس؛ ترجمه مهدی آقاجانی، علی آقاجانی، محمد هادی آقاجانی؛ ویراستار فاطمه آقاجانی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۶.
مشخصات نشر	: ۱۳۴ ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، نمودار)
مشخصات نشر	: بخشی رنگی).
شماره کتاب	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۰۸-۱۰۰-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیها
یادداشت	: کتاب حاضر ترجمه‌ی یک فصل از کتاب « Distribution : planning and control : managing in the era of chain management, 2nd ed, ۲۰۱۵ می باشد.
یادداشت	: ترجمه کتاب حاضر در سال ۱۳۹۵ تحت عنوان «کنترل و برنامه‌ریزی پخش: مدیریت در حیطه زنجیره تامین» توسط همین انتشارات و متن کامل منتشر و ترجمه شده است.
موضوع	: بازاریابی - مدیریت
موضوع	: Management, Marketing
موضوع	: صادرات و واردات - بازاریابی
موضوع	: Export marketing
موضوع	: تدارکات بازرگانی
موضوع	: Business logistics
موضوع	: کسب و کار
موضوع	: Business
شناسه افزوده	: آقاجانی، مهدی، ۱۳۵۶ - مترجم
شناسه افزوده	: آقاجانی، علی، ۱۳۴۸ - مترجم
شناسه افزوده	: آقاجانی، محمدهادی، ۱۳۴۴ - مترجم
شناسه افزوده	: آقاجانی، فاطمه، ۱۳۶۰ - ویراستار
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶۱۳/۵۴۱۵HF ۱۲۸ ۱۲۴۹۰۱۲۸/۳۲۴ر/
رده بندی دیویی	: ۷/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۷۱۰۸۳۰



فهرست مطالب

- ۳.۱ تعریف استراتژی کسب و کار
- ۳.۱.۱ بررسی دقیق محیط های کسب و کارهای داخلی و خارجی
- ۳.۱.۲ تعریف هدف، مأموریت و دورنمای کسب و کار و سازمان
- ۳.۲ ایمنی استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۲.۱ تعریف استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۲.۲ مراحل استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۲.۳ ویژگی های استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۲.۴ روندهای فرآیند استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۲.۵ استفاده از ماتریس استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۳ دستیابی به زنجیره تامین "تناسب"
- ۳.۳.۱ مفاهیم تناسب استراتژیک زنجیره تامین
- ۳.۳.۲ معیارهای عملکرد استراتژی زنجیره تامین
- ۳.۳.۳ رویکرد و روش های (برگه) امتیازی متوازن
- ۳.۴ مدیریت استراتژی زنجیره تامین و ریسک
- ۳.۴.۱ تعریف مدیریت ریسک زنجیره تامین
- ۳.۴.۲ مدیریت تحمل ریسک زنجیره تامین
- ۳.۴.۳ مدل رشد (و موعد) SCRM
- ۳.۴.۴ اثر مدیریت زنجیره تامین بر روی توان تحمل
- ۳.۵ خلاصه مطلب
- سوالات

مقدمه

نقش ستراتیژیک مدیریت زنجیره تأمین به عنوان مدیریت دارایی، محصولات، اطلاعات و جریان مالی زنجیره تأمین برای افزایش سوددهی کارخانه، خلاصه و بیان شده است. در جزئیات بیشتر، استراتژی‌های زنجیره تأمین مؤثر باعث رشد ارزش کسب و کار، کاهش هزینه‌های انجام موارد زیر می‌شوند: (۱) افزایش پاسخگویی به مشتری (۲) افزایش استفاده از منابع زنجیره تأمین (۳) کاهش هزینه عملیاتی زنجیره تأمین. این اهداف با استفاده از طراحی استراتژی‌های زنجیره تأمین تحقق می‌یابند که پیکربندی فیزیکی و قابلیت استفاده شبکه زنجیره تأمین، چگونه اجرای تقاضاهای انبوه و برنامه‌ریزی تأمین باعث افزایش ارزش کسب و کار می‌شود و چگونه عملکردهای روزانه عملیات زنجیره تأمین باعث پاسخگویی به مشتریان و کاهش هزینه می‌شوند را تعریف می‌کنند. توجه کمی در این خصوص وجود دارد که موفقیت شرکت‌هایی مانند وال مارت، آلتون و هوم دپات به خاطر استراتژی زنجیره تأمین آنها است که طراحی، برنامه‌ریزی و عملیات کانال تأمین را شکل داده است.

در این فصل به بررسی پایه‌های توسعه استراتژی کسب و کار و زنجیره تأمین پرداخته می‌شود. این فصل ابتدا با بررسی ماهیت و اجزای همکاری برنامه‌ریزی

استراتژیک شروع می‌شود. بحث‌های کلیدی اشاره بر تعریف اهداف، مأموریت و چشم‌انداز استراتژیک کسب و کار و سازمان را دارند. در ادامه این تمرکز به سمت تجزیه برنامه کسب و کار گروهی و مشترک به استراتژی‌های واقعی که شامل واحدهای کسب و کار، واحد کسب و کارهای کاربردی و عملیاتی و استراتژی‌های عملیاتی واحد کسب و کار است، هدایت می‌شود. فرآیندهای برنامه‌ریزی کسب و کار شامل ایجاد نقش‌های عملکردهای کسب و کار اصلی (بازار/فروش، زنجیره تأمین، مهندسی/طراحی، منابع انسانی و مالی) با پشتیبانی اهداف استراتژیک هر واحد کسب و کار است. در این مرحله، این فصل بحث و بررسی کاملی در خصوص چگونگی استراتژی زنجیره تأمین مؤثر انجام می‌شود. نقاط اصلی شامل تعریف ویژگی‌های عملکردی زنجیره تأمین، روند فرآیند عملکرد (تقاضا، تنظیمات، کانال، موجودی، منابع، تولید، حمل و نقل و فناوری)، اطمینان یافتن از "تناسب" شرکت با برنامه کسب و کار و استفاده از اندازه عملکردی برای ارزیابی موفقیت استراتژیک زنجیره تأمین است. در این فصل به مرور ریسک استراتژی زنجیره تأمین و عملیات پرداخته می‌شود.

۳.۱ تعریف استراتژی کسب و کار

اهداف همه سازمان‌های کسب و کار تولید محصول و ارزش خدمات است. به آنها قادر می‌سازد که نه تنها بتوانند رقابت کنند، بلکه سفارش بیشتری از مشتریان بگیرند و آنها را به درستی انجام دهند. اینکه تولیدکننده یک توستر یا آژانس مسافرتی باشید، شرکت‌های موفق استراتژی‌های مؤثر را توسعه می‌دهند و برنامه‌های عملیاتی با طرح عالی را اجرا می‌کنند که این اطمینان را به مشتریان