

سر آمدی در مدیریت زنجیره تامین

مهندس محمد احمدی

دکتر مجید بهزادیان

سرشناسه	: احمدی، محمد، ۱۳۵۳ اسفند -
عنوان و نام پدیدآور	: سرآمدی در مدیریت زنجیره تامین/محمد احمدی، مجید بهزادیان.
مشخصات نشر	: تهران: آرنا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۷۰۵-۹-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: واژه نامه.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تدارکات بازرگانی -- مدیریت
موضوع	: تدارکات بازرگانی
شناسه افزوده	: بهزادیان، مجید
رده بندی کنگره	: ۴۱۳۹۲/۵/۲۸HD س ۲۴
رده بندی دیویی	: ۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۳۵۹۶



نشر آرنا

عنوان: سر آمدی در مدیریت زنجیره تأمین

مؤلف: محمد احمدی - مجید بهزادیان

ناشر: آرنا

صفحه آرای: فرشته زند

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۷۰۵-۹-۷

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

www.arnapub.com

فهرست مطالب

مقدمه	۹
فصل اول: مفاهیم مدیریت زنجیره تامین	۱۱
مقدمه	۱۲
۱. مدیریت زنجیره تامین	۱۶
۲. جریان مواد، اطلاعات و پول	۱۹
جریان مواد:	۲۰
جریان اطلاعات	۲۰
جریان مالی و پولی	۲۰
۳. اجزاء زنجیره تامین	۲۱
زنجیره تامین بالادست	۲۱
زنجیره تامین داخلی:	۲۲
زنجیره تامین پایین دست:	۲۲
۴. سیر تکامل مدیریت زنجیره تامین	۲۳
۵. تفاوت مفهوم لجستیک و زنجیره تامین	۲۶
۶. زنجیره تامین سرآمد	۲۷
فصل دوم: استراتژی زنجیره تامین	۳۱
کلیات	۳۲
۱. استراتژی کسب و کار	۳۳
چشم انداز	۳۳
بیانیه ماموریت	۳۴
مضامین استراتژیک	۳۴
نقشه استراتژی	۳۵
۲. استراتژی رقابتی	۳۷
۳. همسو سازی استراتژی رقابتی و وظیفه ای	۳۹
۴. مولفه های استراتژیک ناب و چابکی زنجیره تامین	۴۱
مفهوم ناب بودن زنجیره تامین	۴۱
مفهوم چابکی زنجیره تامین	۴۲
۵. مولفه های استراتژیک بر اساس مدل اسکور	۴۴
فصل سوم: ساختار و فرآیندهای زنجیره تامین	۴۷

۴۹.....	۱. مدل اسکور.....
۵۲.....	۱-۱. فرایندهای اصلی مدل اسکور.....
۵۳.....	تامین یا منبع یابی.....
۵۴.....	ساخت.....
۵۴.....	تحويل.....
۵۵.....	ارجاع.....
۵۶.....	۲. مدل لمبرت.....
۵۷.....	۱-۲. فرایندهای مدل لمبرت.....
۵۷.....	مدیریت ارتباط با مشتریان.....
۵۷.....	مدیریت ارتباط با تامین کنندگان.....
۵۸.....	مدیریت خدمت به مشتری.....
۵۸.....	مدیریت تقاضا.....
۵۹.....	تکمیل سفارش.....
۵۹.....	مدیریت جریان ساخت.....
۵۹.....	توسعه و تجاری سازی محصول.....
۶۰.....	مدیریت مرجوعی ها.....
۶۰.....	۲-۲. مشارکت واحدهای سازمانی در فرایندهای مدل لمبرت.....
۶۲.....	۳. مدل سپ.....
۶۳.....	۱-۳. فرایندهای زنجیره تامین مدل سپ.....
۶۳.....	طراحی زنجیره تامین:.....
۶۴.....	برنامه ریزی.....
۶۵.....	خرید از منابع برون سازمانی.....
۶۵.....	ساخت.....
۶۶.....	تحويل:.....
۶۷.....	فصل چهارم: جریان اطلاعات زنجیره تامین.....
۶۸.....	کلیات.....
۶۹.....	۱. سیستمهای اطلاعاتی زنجیره تامین.....
۷۲.....	۲. اثر شلاقی زنجیره تامین.....
۷۴.....	۳. فن آوریهای ردیابی کالا در زنجیره تامین.....
۷۵.....	بارکد.....
۷۶.....	فن آوری RFID.....

فصل پنجم: اندازه گیری عملکرد زنجیره تامین.....	۷۹
کلیات	۸۰
۱. شاخص های اندازه گیری عملکرد زنجیره تامین	۸۱
۲. شاخص های غیر مالی عملکرد زنجیره تامین	۸۱
۳. شاخص های مالی عملکرد زنجیره تامین	۸۳
قیمت تمام شده کالای فروش رفته به فروش و حاشیه سود ناخالص	۸۴
حاشیه سود عملیاتی	۸۴
حاشیه سود خالص (قبل از کسر مالیات) یا بازده فروش	۸۵
نرخ بازگشت دارائی ها (بازده دارائی ها)	۸۵
نسبت سرمایه در گردش (نسبت جاری)	۸۶
دفعات گردش دارائی ها	۸۶
دوره گردش موجودی ها (ایام تامین)	۸۶
دوره وصول مطالبات تجاری	۸۸
دوره بازپرداخت بدهی های تجاری	۸۹
گردش نقد به نقد (دوره نقدینگی)	۸۹
۴. محاسبه شاخص های مالی زنجیره تامین: مطالعه موردی	۹۲

مقدمه

امروزه سازمان‌ها در کلیه بخش‌های اقتصادی و صنعتی خود را با چالش‌های جدی و فشرده در عرصه‌های رقابت پذیری مواجه می‌بینند، طوری که مجبورند عملکرد خود را در زمینه مدیریت هزینه‌ها، کیفیت، و زمان با هدف ایجاد و حفظ مزیت رقابتی بهبود بخشند. مدیران این سازمان‌ها به این باور رسیده‌اند که رقابت پذیری و سودآوری می‌تواند به طرز چشمگیری افزایش یابد اگر که فعالیت‌های داخلی و فرایندهای کسب و کار سازمان با یکدیگر متصل شده و از طریق شرکت‌های درگیر مدیریت شوند. این تغییرات که رقابت مؤثر را امکان‌پذیر می‌سازند از ارزیابی سیستماتیک و طراحی شبکه زنجیره تأمین ناشی می‌گردد.

مدیریت زنجیره تأمین (SCM) یکی از مهمترین استراتژی‌ها برای خلق تحول در شرکت‌ها تلقی می‌شود. مدیریت زنجیره تأمین تلفیقی است از هنر و علم که در جهت بهبود دسترسی به مواد اولیه، ساخت محصولات و یا خدمات و انتقال آن به مشتری بکار می‌رود. به معنای واقعی، مدیریت زنجیره تأمین یکارچه‌سازی واحدهای سازمانی درون زنجیره و ایجاد هماهنگی در جریان‌های مواد، اطلاعات و مالی با هدف تأمین نیازهای مشتریان و دستیابی به مزیت رقابتی قابل اتکا و بلندمدت است. مطلب مهم در این تعریف این است که کلیه فعالیت‌های مورد نیاز در طول یک زنجیره تأمین، باید مطابق با نیازهای مشتریان نهایی طراحی و اجرا گردند.

به هر حال، روند موجود در بکارگیری رویکردهای نوین مدیریت تولید و عملیات بیانگر وجود یک روند افزایشی در استفاده از رویکرد مدیریت زنجیره تأمین در میان شرکت‌های مختلف صنعتی و خدماتی است که با هدف کاهش هزینه‌ها و افزایش سهم بازار و رقابت‌پذیری آنها صورت می‌گیرد. به هر حال، پیش از شروع رویکرد توسعه یا بهبود زنجیره تأمین، داشتن تصویر شفاف و شناخت کامل از چارچوب، عناصر، فرایندها و فعالیت‌های زنجیره تأمین امری ضروری نشان می‌دهد.

این کتاب با هدف ارتقاء دانش مدیران و کارشناسان شرکت‌های مختلف در مورد اصول زنجیره تأمین، اجزاء تشکیل دهنده آن و معیارهای سنجش عملکرد زنجیره تأمین و تأثیر آن بر ارتقای میزان بهره‌وری و بهبود عملکرد زنجیره‌های تأمین شرکت‌ها تعریف شده است.

بنابراین در پایان کتاب خوانندگان:

- قادر خواهند بود تا مبانی زنجیر تامین را توصیف و تشریح نمایند.
- قادر خواهند بود تا عناصر استراتژی زنجیره تامین را تعریف نمایند.
- با معماری، فرایندها و عملیات زنجیر تامین آشنا خواهند شد.
- قادر خواهند بود تا معیارهای عملکرد زنجیره تامین نظیر هزینه، انعطاف پذیری و پاسخ گوئی را تفسیر نمایند.

محمد احمدی

مجید بهزادیان

بهار ۱۳۹۲