



مدیریت عملیات در نجیره تامین سبز

مؤلفین:

عبدالخالق وادیان (مدرس دانشگاه)

روح الله رنجبر (مدرس دانشگاه)

۸۷۶-۰۰۹-۱۸۲۸-۸۹-۷

نمونه ۵۷۰۰۰

«تسليم به مذهب و مذهب به تسليم»

سرشناسه	: وادیان، عبدالخالق، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت عملکرد زنجیره تامین سبز / تألیف عبدالخالق وادیان، روح الله رنجبر.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۴ص: مصور، جدول، نمودار، وزیری
شابک	: ۳۵۰۰۰ ریال ۳-۶۸-۸۴۸۱-۶۰۰-۹۷۸ :
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: تدارکات بازرگانی -- جنبه‌های زیست محیطی
موضوع	: Business logistics -- Environmental aspects
موضوع	: تدارکات بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: Electronic logistics
موضوع	: کارآمدی سازمانی
موضوع	: Organizational effectiveness
موضوع	: شرکت‌های اقتصادی -- جنبه‌های زیست محیطی.
موضوع	: Business enterprises -- Environmental aspects
شناسه افزوده	: رنجبر، روح الله، ۱۳۵۸ -
رده بندی کنگره	: HD۲۸/۵ و ۲م۴ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۷۱/۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۰۹۰



انتشارات شریفزاده

نام کتاب	: مدیریت عملکرد زنجیره تامین سبز
تألیف:	: عبدالخالق وادیان - روح الله رنجبر
ناشر:	: شریفزاده
سال انتشار	: چاپ اول - ۱۳۹۷
شمارگان	: ۵۰۰
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۸۱-۶۸-۳
قیمت	: ۳۵۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک

صادرات - پ ۱۳۵۶ کتابفروشی محسن - تلفن ۶۶۴۹۲۶۶۲-۰۲۱

پیشگفتار

مدیریت زنجیره تامین (Supply Chain Management) بر یکپارچه سازی فعالیت‌های زنجیره تامین و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آنها از طریق بهبود در روابط زنجیره، برای دستیابی به مزیت رقابتی قابل اتکا و مستدام مشتمل می‌شود. بنابراین، مدیریت زنجیره تامین عبارت است از فرایند یکپارچه سازی فعالیت‌های زنجیره تامین و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن، از طریق بهبود و هماهنگ سازی فعالیت‌ها در زنجیره تامین تولید و عرضه محصول برای مدیریت موثر زنجیره تامین SCM ضروری است که تامین کنندگان و مشتریان با یکدیگر در یک روش هماهنگ و با شراکت و ارتباطات اطلاعاتی و گفت و گو با یکدیگر کار کنند. این امر یعنی جریان سریع اطلاعات در میان مشتریان و عرضه کنندگان، مراکز توزیع و سیستم‌های حمل و نقل که بعضی از شرکت‌ها را قادر می‌سازد که زنجیره‌های عرضه بسیار کارایی را ایجاد کنند. عرضه کنندگان و مشتریان باید اهداف یکسان داشته باشند. عرضه کنندگان و مشتریان باید اعتماد متقابل داشته باشند. مشتریان در زمینه کیفیت محصولات و خدمات به تامین کنندگان اعتماد می‌کنند. علاوه بر آن عرضه کنندگان و مشتریان باید در طراحی زنجیره تامین برای دستیابی به اهداف مشترک و تسهیل ارتباطات و جریان اطلاعات با یکدیگر شریک شوند. بعضی شرکت‌ها کوشش می‌کنند تا کنترل زنجیره تامین خود را با کنترل عمومی با استفاده از مالکیت و یکپارچگی تمام اجزای مختلف در امتداد زنجیره تامین از تهیه مواد و خدمات تا تحویل محصول نهایی و خدمت به مشتری به دست آورند. اما حتی با این نوع ساختار سازمانی، فعالیت‌های مختلف واحدهای عملیاتی ممکن است ناهماهنگ باشد.

عبدالخالق وادیان، روح الله رنجبر

فهرست مطالب

۱	فصل اول: سیر تحول مدیریت زنجیره تامین
۱	مقدمه
۱	تاریخچه ی زنجیره ی تامین: سیر تحول مدیریت زنجیره ی تامین
۴	رشد سریع زنجیره های تامین
۷	انقلاب اطلاعات
۱۱	کلیات ارزیابی عملکرد زنجیره ی تامین
۱۳	فصل ۲: زنجیره تامین و تجارت الکترونیک
۱۳	تعریف و مفروضات تجارت الکترونیک
۱۵	تفاوت بین سیستم های سنتزی و تجارت الکترونیک
۱۶	مزایا و معایب تجارت الکترونیک
۱۷	تحلیل مدل های تجارت الکترونیک
۲۵	اعتماد در تجارت الکترونیک
۲۷	رضایتمندی الکترونیک
۲۸	کیفیت سایت
۳۰	مدل های ارزیابی کیفیت وبسایت
۳۰	معیار سیلبرگ
۳۱	معیار دیسرن
۳۲	معیار هون کد
۳۳	مدل ای کوال
۳۴	تاثیر مکانیزم های سازمانی تجارت الکترونیک
۳۵	مکانیزم های امنیتی
۳۶	شهرت سایت
۴۱	فصل ۳: سیستم های اطلاعاتی در زنجیره تامین
۴۲	مبانی چهارگانه تفکر سیستمی
۴۷	نظریه برنز و استالکر
۵۰	روند شکل گیری ERP
۵۳	معرفی ERP

۵۹	ساختمان ERP
۶۴	اهداف ERP
۶۵	دلایل بکارگیری سیستم های ERP
۶۹	چرخه عمر سیستم های برنامه ریزی منابع سازمان
۹۰	<u>فصل ۴: زنجیره تامین چابک</u>
۹۲	تعاریفی از تولید چابک
۹۹	تاریخچه چابکی
۱۰۳	اصول چهارگانه تولید چابک
۱۰۵	مدل های چابکی
۱۰۸	الگوی مفهومی چابکی سازمان
۱۱۷	تفاوت بین سازمان های سنتی و سازمان های چابک
۱۲۸	<u>فصل ۵: مدیریت روابط با تامین کنندگان در زنجیره تامین</u>
۱۲۸	فرآیند ارزیابی و انتخاب تامین کنندگان
۱۳۰	مدیریت روابط تامین کنندگان
۱۳۲	معیارهای ارزیابی تامین کنندگان
۱۳۷	بررسی پایداری تامین کنندگان
۱۴۳	<u>فصل ۶: مدیریت زنجیره تامین سبز</u>
۱۴۳	سیستم مدیریت محیطی
۱۴۳	-ایزو ۱۴۰۰۰
۱۴۴	ارزیابی چرخه زندگی محصول
۱۴۵	قابلیت یا توانمندی GSCM
۱۵۳	موانع جهت دستیابی به مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۵۳	موانع درونی
۱۵۵	متغیرهای موثر در مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۵۷	تولید سبز
۱۶۰	توسعه مدیریت زنجیره تامین سبز

۱۷۱	فصل ۷: زنجیره تامین ناب و چابک
۱۷۲	منشا ناب بودن
۱۷۷	خصوصیات زنجیره ی تامین ناب
۱۷۸	حذف اتلاف
۱۸۶	تضمین کیفیت
۱۸۸	خصوصیات زنجیره ی تامین چابک
۱۹۱	استراتژی زنجیره ی تامین ناب و چابک

www.ketab.ir