

به نام خدا

مدیریت زنجیره عرضه / تامین

Supply Chain Management

تألیف:

دکتر محمد حسن جادو

(دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین المللی جانا)

ایران ابادری

(دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان)

انتشارات گیوا

سرشناسه :	حدادی، محمدحسین، ۱۳۳۵ -
عنوان و نام پدیدآور :	مدیریت زنجیره عرضه / تامین = Supply Chain Management /
تالیف محمدحسین حدادی، ایران ابادری.	
مشخصات نشر :	تهران: گיוا، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری :	۱۹۴ ص.
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۱-۶۶۰-۰۰
وضعیت فهرست نویسی :	فیپا
موضوع :	تدارکات بازرگانی
موضوع :	تدارکات بازرگانی -- مدیریت
موضوع :	توزیع کالا -- مدیریت
شناسه افزوده :	ابادری، ایران، ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره :	۵/۳۸AHD
رده بندی یویی :	۷/۶۵۸
ماره کتابخانه ملی :	۶۰۳۳۰۴۱

آدرس: تهران، میدان انزلی، ابتدای کارگر جنوبی، کوچه مهدیزاده، پلاک ۱.

طبقه ۴. تلفن: ۹۲۳۲۱۴، ۹۲۳۲۱۰، ۶۶۱۲۳۰۲۱.

عنوان کتاب :	مدیریت زنجیره عرضه / تامین
مؤلف :	دکتر محمدحسین حدادی / ایران ابادری
ناشر :	انتشارات گویا
صفحه آرا :	آدینه کبرایی
طراح جلد :	یکتا شیرکوند
سال و نوبت چاپ :	زمستان ۱۳۹۸ / اول
شمارگان :	۱۰۰۰
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۱-۶۶۰-۰۰
قیمت :	۳۵۰,۰۰۰ ریال

حق چاپ و نشر، بر اساس قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان، برای ناشر محفوظ است.

پیشگفتار

کتابی که پیش رو دارید حاصل تلاشی مجدانه به منظور تدوین و تالیف دانسته‌ها و تجربیات نگارنده در راستای بهبود و گسترش علوم مدیریت زنجیره عرضه (تامین) در ایران است. این کتاب مطابق با آخرین یافته‌ها و همگام با مراجع معتبر علمی دنیا تالیف شده و مهم‌ترین هدف آن ارائه اطلاعات جدید، همسو با نشریات معتبر، مجامع علمی، پایگاه‌های اطلاعاتی و کتب منتشره به علاقمندان است.

نگارنده تلاش‌ها و دلسوزی‌های پیشگامان علوم تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک در ایران را ارج نهاده و ضمن پاس‌داشت مقام آنان نگاهی به فرموده حکیم عمر خیام داشته که چنین می‌گوید دانسته‌ی بشری مرز نمی‌شناسند و دانش نگارندگان نیز بی‌تناسب نیست!

هرگز دل من ز عالم محروم نشد کم ماند ز اسرار که معلوم نشد

هفتاد و دو سال فکر کردم شب و روز معلوم شد که هیچ، معلوم نشد

لذا از دانشجویان عزیز، همکاران گرامی و خوانندگان محترم استدعا دارم که با رهنمودهای ارزشمند خود ما را در جهت رفع نقایص احتمالی یاری نمایند.

انگیزه خود از تالیف این کتاب برای تسهیل بیشتر در موضوع ذکر شده در دهه اخیر است.

فهرست مطالب

۱۵	فصل اول: زنجیره عرضه
۱۵	مقدمه
۱۶	تعریف زنجیره عرضه
۱۸	تاریخچه مدیریت زنجیره عرضه
۱۹	پیدایش مدیریت زنجیره تامین
۲۰	تحولات مدیریت زنجیره تامین
۲۱	زنجیره عرضه مدیریت آن
۲۳	اصول بهینه سازی مدیریت همکاری SCM
۲۴	زنجیره عرضه از زبان پژوهشگران
۲۴	سیستم مدیریت زنجیره عرضه
۲۶	فرایندهای مدیریت زنجیره (SCM)
۲۸	اهداف مدیریت زنجیره تامین
۲۹	فرایندهای اصلی زنجیره عرضه
۳۱	مفهوم زنجیره تامین
۳۱	اجزای زنجیره تامین
۳۲	هدف زنجیره تامین
۳۳	زنجیره‌های تامین خارجی
۳۴	پنج سطح عملکرد مدیریت زنجیره تامین
۳۵	مدیریت زنجیره عرضه و تجارت الکترونیک
۳۵	مدیریت زنجیره عرضه سنتی و الکترونیکی
۳۶	مشکلات زنجیره تامین
۳۶	اثر شلاق چرمی
۳۷	علل وقوع اثر شلاق چرمی
۳۷	اقداماتی برای مقابله با شلاق چرمی
۳۸	ضعف‌ها و مشکلات زنجیره عرضه کالا در کشور ما
۳۸	مزایا و منافع زنجیره تامین
۳۹	مدیریت روابط زنجیره تامین

۴۰.....	هفت مرحله برای کارآمد ساختن زنجیره تامین:
۴۱.....	هفت اصل مدیریت زنجیره تامین
۴۲.....	انواع زنجیره عرضه چیست؟
۴۴.....	پنج عملکرد برای مدیریت در برابر چالش‌های زنجیره عرضه کدامند؟
۴۶.....	پنج فرایند مدیریت زنجیره عرضه چیست؟
۴۹.....	فصل دوم: پیش‌بینی تقاضا و برنامه‌ریزی
۴۹.....	پیش‌بینی تقاضا در یک زنجیره عرضه
۴۹.....	روش‌های پیش‌بینی تقاضا
۵۰.....	روش‌های کمی و روش‌های کیفی
۵۲.....	مدیریت قراردادها AGREEMENT PLANNING در زنجیره عرضه
۵۲.....	برنامه‌ریزی زنجیره تامین
۵۳.....	اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی
۵۳.....	هدف از برنامه‌ریزی
۵۴.....	انواع برنامه‌ریزی
۵۷.....	دیدگاه‌های متداول در انواع در برنامه‌ریزی زنجیره عرضه:
۵۹.....	گام‌های برنامه‌ریزی:
۵۹.....	مراحل عمده برنامه‌ریزی
۶۰.....	برنامه‌ریزی موثر
۶۰.....	محاسن برنامه‌ریزی در زنجیره عرضه
۶۱.....	محدودیت‌های برنامه‌ریزی (محدودیت‌ها و معایب)
۶۱.....	دام‌های مهم برنامه‌ریزی موفق:
۶۳.....	فصل سوم: مدیریت موجودی
۶۳.....	مدیریت موجودی در زنجیره عرضه
۶۳.....	نقش موجودی
۶۴.....	آشنایی با برنامه‌ریزی و کنترل موجودی‌ها
۶۵.....	تفاوت میان کنترل موجودی و مدیریت موجودی در چیست؟
۶۶.....	تکنیک‌ها و روال‌های ابتدایی برای کنترل موجودی
۶۶.....	چالش‌های متداول در رابطه با کنترل موجودی
۶۶.....	نمونه‌هایی از اشتباه در کنترل موجودی

۶۷	یک کنترل موجودی خوب چه شکلی است؟
۶۷	مشکلات عدم وجود کنترل موجودی مناسب در سازمان‌ها
۶۷	مدیریت عدم قطعیت در زنجیره عرضه موجودی اطمینان
۷۱	موجودی اطمینان
۷۲	لجستیک چیست؟
۷۳	تعریف لجستیک:
۷۴	لجستیک و مدیریت زنجیره ی عرضه
۷۶	چرا لجستیک مهم است؟
۷۶	تأثیر هوش مصنوعی در زنجیره عرضه و لجستیک

فصل چهارم: نقش سیستم‌های اطلاعاتی

۷۹	نقش سیستم‌های اطلاعاتی - فناوری اطلاعات
۸۱	فرآیندهای کاری بین - رده‌های سازمانی
۸۲	سیستم‌های کاربردی سازمانی
۸۲	یکپارچگی فرایندهای سازمانی و سیستم‌های سازمانی
۸۲	داده - اطلاعات و دانش
۸۴	کاربرد پورتال‌های سازمانی در مدیریت زنجیره عرضه
۸۷	سیستم‌های اطلاعاتی در تصمیم‌گیری مدیران در زنجیره عرضه
۸۷	تعریف سیستم‌های اطلاعات:
۸۸	سیستم‌های اطلاعاتی
۸۸	اهمیت اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی
۸۹	انواع سیستم‌های اطلاعاتی
۹۰	نقش سیستم‌های اطلاعاتی در تصمیم‌گیری مدیران
۹۱	مزایای استفاده از سیستم‌های اطلاعات
۹۲	سیستم پردازش مبادلات

فصل پنجم: مدیریت جریان مواد

۹۵	مدیریت جریان مواد در یک زنجیره عرضه
۹۵	جریان مواد
۹۶	جریان اطلاعات
۹۶	جریان پول

۹۶	سیستم مدیریت جریان مواد (MFM)
۹۷	هزینه‌یابی جریان مواد در مدیریت زنجیره عرضه
۹۸	نرم افزار مدیریت زنجیره تامین
۱۰۰	هدف از نصب نرم افزار مدیریت زنجیره تامین (SCM) چیست؟
۱۰۱	موانع بر سر راه نصب نرم افزار مدیریت زنجیره عرضه کدامند؟
۱۰۵	فناوری اطلاعات و مدیریت زنجیره تامین
۱۰۷	فصل ششم: اجرای رابطه همکاری
۱۰۷	اجرای رابطه همکاری
۱۰۹	حس مشارکت و نمادهای موجود در روابط بین اعضای یک زنجیره عرضه
۱۱۰	عملکرد های مدیریت زنجیره تامین
۱۱۱	طراحی شبکه در یک زنجیره عرضه
۱۱۳	تقسیم‌بندی مسایل طراحی شبکه
۱۱۳	مدل‌های طراحی شبکه
۱۱۴	شبکه‌های توزیع ملی و دولتی
۱۱۴	توسعه شبکه‌های توزیع و لجستیک در کشور
۱۱۵	سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری برای مدیریت زنجیره عرضه
۱۱۵	کاربرد سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند در مدیریت زنجیره عرضه
۱۱۶	سیستم:
۱۱۶	چرخه سیستم:
۱۱۷	اطلاعات:
۱۱۷	سیستم‌های اطلاعاتی و فن آوری اطلاعات:
۱۱۸	تحلیل گر سیستم‌ها:
۱۱۸	مدیران پایگاه داده:
۱۱۹	متخصصان شبکه:
۱۱۹	برنامه نویس ها:
۱۱۹	اپراتورها:
۱۱۹	سیستم اطلاعات مدیریت:
۱۲۰	تأثیر هوش مصنوعی بر روی سیستم‌های اطلاعات مدیریت:
۱۲۱	تعاریف هوش مصنوعی

سیستم‌های اطلاعات هوشمند چیست؟	۱۲۲
چالش‌ها:	۱۲۳
برنامه‌های کاربردی	۱۲۴
مقایسه انواع سیستم‌های اطلاعاتی	۱۲۴
موج جدید تکنولوژی در زنجیره ی تامین	۱۲۵
وسایل نقلیه ی خودران در حمل و نقل	۱۲۶
مدیریت انبار داری	۱۲۶
رباتیک در عملیات انبارداری	۱۲۶
بلاکچین در زنجیره تامین	۱۲۷
پذیرش تغییرات	۱۲۷
مدیریت روابط تامین کننده در زنجیره عرضه	۱۲۸
انواع روابط بین سازه‌ها در شبکه تامین	۱۲۹
تجارت بازار	۱۳۰
استفاده از سازوکارهای بازار	۱۳۱
نکات مهم در برقراری روابط شراکشی	۱۳۱
انتخاب نوع روابط تجاری	۱۳۲
محصول و زنجیره عرضه	۱۳۳
تولید ایده	۱۳۳
غربال‌گری ایده‌ها	۱۳۴
توسعه‌ی مفهوم و آزمایش	۱۳۵
توسعه‌ی استراتژی بازاریابی	۱۳۵
تحلیل کسب‌وکار:	۱۳۵
توسعه محصول جدید	۱۳۶
آزمایش بازاریابی	۱۳۶
تجاری‌سازی	۱۳۶
ده روش برای یافتن ایده‌های محصول جدید	۱۳۷
چرا محصولات جدید شکست می‌خورند یا موفق می‌شوند	۱۳۸
بازاریاب‌ها چگونه ایده‌های آینده دار محصولات جدید را پیدا می‌کنند؟	۱۳۸
ارتباطات داخلی برای جمع‌آوری ایده‌های محصول جدید	۱۳۹

۱۳۹..... ایده‌های محصول جدید در فیلیپس

۱۴۰..... زنجیره عرضه و مشتریان

۱۴۳..... فصل هفتم: زنجیره ارزش مشتری

۱۴۳..... ارزش مشتری و مدیریت زنجیره عرضه

۱۴۵..... مفهوم ایجاد ارزش برای مشتری چیست؟ چه نقشی در مدیریت زنجیره عرضه دارد؟

۱۴۶..... ارزش چیست؟

۱۴۶..... هزینه‌های مشتری

۱۴۷..... منابع ارزش

۱۴۷..... رصابت مشتریان

۱۴۷..... ارزش از طریق رهبر، حصول

۱۴۸..... ارزش از طریق اهمیت مشتری

۱۴۸..... ارزش از طریق آمیخته بازاریابی

۱۴۸..... آشنایی با مفهوم ارزش مشتری (CUSTOMER LIFETIME VALUE)

۱۴۹..... BASE POTENTIAL

۱۴۹..... GROWTH POTENTIAL

۱۵۰..... NETWORKING POTENTIAL

۱۵۰..... LEARNING POTENTIAL

۱۵۲..... سیر تکامل فناوری-اداری

۱۵۳..... تعریف اتوماسیون اداری

۱۵۴..... مزایا و معایب اتوماسیون اداری

۱۵۵..... انواع کاربردها یا زیرسیستم‌های اتوماسیون اداری

۱۵۶..... ارگونومیک

۱۵۷..... بهینه کردن زنجیره عرضه چیست؟

۱۵۸..... اهداف پروژه‌های بهینه کردن زنجیره عرضه:

۱۵۹..... فصل هشتم: مفهوم بهینه کردن

۱۵۹..... مفهوم بهینه کردن زنجیره عرضه

۱۵۹..... مقدمه‌ای بر بهینه کردن زنجیره عرضه و الگوریتم‌های موجود

۱۶۰..... فرایند بهینه کردن زنجیره عرضه چیست؟

۱۶۱..... چرا فرایند بهینه کردن زنجیره عرضه اهمیت دارد؟

۱۶۱	افزایش درآمد
۱۶۱	کاهش هزینه ها
۱۶۲	مدل سازی مسئله:
۱۶۲	بهینه سازی مسئله:
۱۶۲	استقرار مسئله:
۱۶۲	الگوریتم های بهینه سازی
۱۶۳	بهینه کردن روش تولید محصول در زنجیره عرضه
۱۶۳	کاربرد پورتال های سازمانی در مدیریت زنجیره عرضه
۱۶۵	پیاده سازی ارتباطات مشارکتی:
۱۶۵	مرکز رقابت:
۱۶۶	سیستم های اطلاعات هوشمند
۱۷۰	مدیریت زنجیره عرضه هوشمند
۱۷۰	زنجیره عرضه: امروز و فردا
۱۷۱	رویکرد وسیع تر برای مدیریت داده ها در زنجیره های ارزش
۱۷۲	فناوری برای بازیابی و نجات:
۱۷۴	موضوعات بین الملل در مدیریت زنجیره عرضه
۱۷۴	چالش های کشورهای متحد و مدیریت زنجیره عرضه جهانی
۱۷۷	فصل نهم: هزینه یابی کیفیت
۱۷۷	هزینه یابی کیفیت
۱۷۹	مدل اقتصادی هزینه یابی کیفیت
۱۷۹	شرکت های با فرآیندهای سنتی
۱۸۰	شرکت های با فرآیند در حال توسعه
۱۸۳	عوامل های مربوط به هزینه
۱۸۴	عوامل دولتی
۱۸۴	عوامل رقابتی
۱۸۵	کاهش هزینه زنجیره تامین
۱۸۵	تفاوت های زنجیره عرضه جهانی و محلی
۱۸۷	انتخاب زنجیره عرضه جهانی یا محلی؟
۱۸۷	مسافت:

- ۱۸۷..... برآورد پیچیدگی ها:
- ۱۸۷..... نگرانی های اقتصادی و سیاسی:
- ۱۸۸..... نارسایی زیرساختی:
- ۱۸۸..... تأمین جهانی
- ۱۸۸..... چالش های تأمین جهانی
- ۱۸۹..... ابعاد تأمین جهانی
- ۱۸۹..... مدیریت تقاضا
- ۱۹۱..... منابع و تأخذ:

www.ketab.ir