



انتشارات ایمان روز

مبانی زنجیره تأمین

دکتر علیرضا جهانی

عضو هیات علم و پژوهش و آموزش عالی مهاباد

مهندس موهن بیعی ساوجی

سرشناسه :	جهانی، علیرضا، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور :	مبانی زنجیره تامین/علیرضا جهانی، سوگل ربیعی.
مشخصات نشر :	تهران: ادیبان روز، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری :	۴۵۶ص.
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۵۹-۲
وضعیت فهرست نویسی :	فیا
یادداشت :	کتابنامه.
موضوع :	تدارکات بازرگانی
موضوع :	Business logistics
موضوع :	تدارکات بازرگانی -- مدیریت
موضوع :	Business logistics -- Management
شناسه افاده :	ربیعی ساوجی، سوگل، ۱۳۶۸ -
ردیفی کنده :	HD۳۸/۵/ج۹م۲ ۱۳۹۶
ردیفی دستی :	۶۵۸/۵
شماره شناسنامه ملی :	۴۶۶۴۸۲۵

مؤلفین :	جهانی، علیرضا - سوگل ربیعی
گرافیکست و صفحه آرا :	مرتضی عزادار پناه
طراح جلد :	علیرضا جهانی
نظرسنجار :	دامون - علیرضا
شمارگان :	۱۰۰۰
قیمت :	۱۹۵۰۰ تومان
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۵۹-۲
تاریخ انتشار :	۹۶
نوبت چاپ :	اول
چاپ و صحافی :	طوس

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می باشد و هرگونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

تلفن : ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

خرید اینترنتی از طریق:

www.adibanbook.com

www.adibanbook.ir



انتشارات ادیبان روز

پیشگفتار

گسترش بازارها و محصولات، رقابت‌ها را از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره‌های تامین کشانده و تمرکز بر بهبود عملکرد این زنجیره‌ها، تنها مسیر دستیابی به مزایای رقابتی در بازار جهانی کسب و کار امروز است. در این رابطه، نگرش مدیریت زنجیره تامین از استراتژی‌های قوی برای افزایش رقابت پذیری شرکت‌ها و زنجیره‌های تامین‌شان تلقی می‌شود، بطوریکه پس از معرفی واژه مدیریت زنجیره تامین در اواخر دهه ۸۰ میلادی، گسترش قابل ملاحظه‌ای در روند بکارگیری این رویکرد پدیدار گشته و این اعتقاد در میان اکثر سازمان‌ها بوجود آمده است که رقابت تنها در سطح مابین سازمان‌ها مطرح نبوده و این زنجیره‌های تامین هستند که با یکدیگر رقابت می‌کنند.

طبق تعریف، یک زنجیره تامین شبکه‌ای از سازمان‌ها با ارتباطات بالادستی و پائین‌دستی در فرآیندهای مختلف است که کلیه فعالیت‌ها مرتبط با جریان‌های مواد (و نیز جریان‌های مالی و اطلاعاتی مرتبط با آن) از مرحله تهیه مواد اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف‌کننده را شامل شده و از طریق عرضه محصولات نهایی و خدمات به مشتریان، تولید ارزش می‌نماید. بدین ترتیب عناصر یک زنجیره تامین شامل تامین‌کنندگان مواد و قطعات، سازندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان عمده، خرده‌فروشان و مصرف‌کنندگان نهایی می‌شوند. مدیریت زنجیره تامین نیز به معنای یکپارچه‌سازی واحدهای سازمانی درون زنجیره و ایجاد هماهنگی در جریان‌های مواد، اطلاعات و مالی با هدف تامین نیازهای مشتریان و دستیابی به مزیت رقابتی قابل اتکا و بلندمدت است. مطلب مهم در این تعریف این است که کلیه فعالیت‌های موردنیاز در طول یک زنجیره تامین، 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 تامین در میان شرکت‌های مختلف صنعتی و خدماتی است که با هدف کاهش هزینه‌ها و افزایش سهم بازار و رقابت‌پذیری آنها صورت می‌گیرد. این رویکرد، فلسفه‌ای بر مبنای این باور و عقیده است که عملکرد هر سازمان موجود در یک زنجیره، به طور مستقیم یا غیر مستقیم روی عملکرد سایر اجزای زنجیره و نیز عملکرد کلی زنجیره اثرگذار خواهد بود.



بدین ترتیب دو جزء اصلی یک زنجیره تأمین، یکپارچه‌سازی واحدهای سازمانی درون زنجیره و هماهنگ‌سازی جریان‌های درون زنجیره است.

هدف از این کتاب آشنایی دانشجویان در رشته‌های گوناگون بویژه گرایش‌های فناوری اطلاعات و نیز مدیریت با مقوله زنجیره تأمین و موارد مرتبط با آن بویژه در عصر اطلاعات می‌باشد. به همین منظور سعی شده است تا بصورت مختصر، مهمترین نکات این حوزه برای مخاطبان گردآوری شده و در قالب مجموعه‌ای به ترتیب ذیل تقدیم علاقه‌مندان گردد. لازم به ذکر است که این کتاب و بنای اصلی این کتاب بر پایه خلاصه‌ای از کتاب مدیریت زنجیره تأمین استاد ارجمند و فرزانه، جناب آقای دکتر ابراهیم تیموری گردآوری گردیده و جهت تکمیل مطالب، مباحثی در حوزه‌های گوناگون برای آشنایی بیشتر مخاطبان اضافه گردیده است. فصولی نیز در حوزه لجستیک، کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیره‌های تأمین، سیستم‌های اطلاعاتی زنجیره تأمین، زنجیره‌های تأمین نیز، انتخاب تأمین‌کنندگان و تولید در کلاس جهانی اضافه گردیده است تا مخاطب این کتاب هر چه بیشتر با رویکردهای نوین این عرصه آشنایی یابد. در پایان بر خود وظیفه می‌دانم که از زحمات و تلاش‌های مدیریت و کارکنان صبور و محترم انتشارات ادیبان روز، بویژه جناب آقای مهندس صلاحی، نهایت تقدیر، تشکر و سپاسگزاری را بعمل آورم. از مخاطبان گرامی، بویژه اساتید گرامی دانشجویان عزیز تقاضا می‌کنم انتقادات و پیشنهادات خود را از طریق ایمیل shahsavari@mehralborz.ac.ir یا اینجانب در میان بگذارند.

دکتر میرزا جعفری

فصل اول

آشنایی با مدیریت زنجیره تأمین

۱۳

۱۴ ۱-۱- تعریف زنجیره تأمین

۱۵ ۲-۱- تعریف مدیریت زنجیره تأمین

۱۶ ۳-۱- تاریخچه

۱۷ ۴-۱- هدف زنجیره تأمین

۱۹ ۵-۱- فازهای تصمیمی در یک زنجیره تأمین

۲۰ ۶-۱- دو دیدگاه متفاوت در فرایندهای زنجیره

۲۳ ۷-۱- فرایند های اصلی زنجیره تأمین

۲۵ ۱- پنج سطح عملکرد مدیریت زنجیره تأمین

۲۵ ۹-۱- انتخاب تامین کننده

۲۶ ۱۰-۱- مشکل زنجیره تأمین

۲۷ ۱۱-۱- شاخه های کلیدی زنجیره تأمین

۲۸ ۱۲-۱- اندازه گیری عملکرد

۲۹ ۱-۱۲-۱ شاخص های اندازه گیری عملکرد

۲۹ ۲-۱۲-۱ انواع طرح های سیستم های زنجیره

۳۰ ۳-۱۲-۱ شاخص های کلیدی عملکرد برای مدیریت زنجیره تأمین

۳۰ ۱۳-۱- عدم قاطعیت زنجیره تأمین

۳۱ ۱۴-۱- مکان در مدیریت زنجیره تأمین

۳۳ ۱۵-۱- مزایای زنجیره تأمین

فصل دوم

لجستیک

۳۵

۳۶ ۱-۲- تاریخچه

۳۷ ۲-۲- مفهوم لجستیک

۳۹ ۳-۲- عوامل و اجزای لجستیک

۳۹ ۱-۳-۲ رابطه بین اجزای لجستیک

۴۱ ۲-۳-۲ ضرورت مدیریت یک پارچه لجستیک



۴۳	۳-۳-۲- پیش بینی
۴۴	۴-۳-۲- مدیریت موجودی
۴۴	۵-۳-۲- حمل و نقل
۴۴	۶-۳-۲- جابجایی مواد
۴۵	۷-۳-۲- انبارداری و مدیریت انبار
۴۵	۸-۳-۲- بسته بندی
۴۷	۴-۲- شناسایی تصمیمات مورد توجه در لجستیک
۴۸	۵-۲- نقش لجستیک در زنجیره تأمین
۵۰	۶-۲- برون ساری
۵۳	۱-۶-۲- مزایای برون ساری
۵۳	۲-۶-۲- معایب برون ساری
۵۷	فصل سوم مشتری مداری در مدیریت زنجیره تأمین
۵۸	۱-۳- ارزش مشتری
۵۹	۱-۱-۳- ابعاد ارزش مشتری
۶۲	۲-۱-۳- معیارهای اندازه گیری ارزش مشتری
۶۶	۲-۳- فناوری اطلاعات و ارزش مشتری
۶۹	فصل چهارم هماهنگی در زنجیره تأمین
۷۰	۱-۴- تأثیر عدم هماهنگی بر عملکرد زنجیره تأمین
۷۲	۲-۴- موانع ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین
۷۵	۳-۴- اهرم های مدیریتی برای ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین
۷۶	۴-۴- ایجاد مشارکت های راهبردی و اعتماد در زنجیره تأمین
۷۹	فصل پنجم طراحی شبکه در زنجیره تأمین
۸۰	۱-۵- تصمیمات مربوط به طراحی شبکه در زنجیره تأمین
۸۲	۱-۱-۵- عوامل مؤثر بر تصمیمات طراحی شبکه

۸۳	۵-۱-۲- چارچوبی برای تصمیمات طراحی شبکه
۸۴	۵-۲- طراحی شبکه تأمین
۸۶	۵-۳- جمع‌آوری داده‌ها برای طراحی شبکه زنجیره تأمین
۸۷	۵-۴- طراحی شبکه توزیع
۸۷	۵-۴-۱- کانال توزیع
۸۸	۵-۴-۲- عوامل تأثیرگذار بر روی طراحی شبکه‌های توزیع
۸۹	۵-۴-۳- تصمیمات مربوط به طراحی شبکه توزیع
۹۲	۵-۴-۴- راهبردهای رایج برای طراحی یک شبکه توزیع
۹۶	۵-۵- انتخاب راهبرد شبکه توزیع
۹۸	۵-۴-۵- شبکه‌های توزیع در عمل

۹۹	فصل ششم مدیریت موجودی
۱۰۰	۶-۱- انواع موجودی
۱۰۱	۶-۱-۱- موجودی چرخه‌ای
۱۰۷	۶-۱-۲- موجودی اطمینان
۱۱۲	۶-۱-۳- موجودی در راه
۱۱۲	۶-۱-۴- موجودی فصلی
۱۱۲	۶-۲- تعیین سطح بهینه دسترسی به محصول

۱۱۵	فصل هفتم اثر شلاق چرمی و تسهیم اطلاعات
۱۱۶	۷-۱- تعریف اثر شلاق چرمی
۱۱۷	۷-۲- عوامل ایجادکننده اثر شلاق چرمی
۱۱۹	۷-۳- راه‌های کاهش اثر شلاق چرمی
۱۲۰	۷-۴- تسهیم اطلاعات
۱۲۱	۷-۵- بازی نوشابه
۱۲۲	۷-۵-۱- خرده فروش

۱۳۵	۷-۵-۲- عمده فروش
۱۳۹	۷-۵-۳- کارخانه نوشابه سازی
۱۳۱	۷-۵-۴- درسهای مهم مسأله

فصل هشتم حمل و نقل در زنجیره تأمین

۱۳۹	۸-۱- عوامل مؤثر بر تصمیمات حمل و نقل
۱۴۱	۸-۲- گزینه های طراحی شبکه حمل و نقل
۱۴۲	۸-۲-۱- مناسب سازی هزینه های طراحی شبکه حمل و نقل
۱۴۴	۸-۱- حمل و نقل متناسب
۱۴۶	۸-۴- مباحث تاکتیکی و عملیاتی حمل و نقل در مدیریت زنجیره تأمین
۱۴۶	۸-۴-۱- مسیریابی
۱۴۷	۸-۴-۲- انواع مسیریابی: زمان بندی، سیله نقلیه
۱۴۹	۸-۴-۳- روش تخصیص تعمیم یافت
۱۵۰	۸-۴-۴- تعیین توالی مشتریان درون مسیر
۱۵۱	۸-۴-۵- چند اصل برای مسیریابی و زمان بندی
۱۵۲	۸-۵- حمل و نقل دریایی و نقش بنادر در لجستیک زنجیره تأمین
۱۵۴	۸-۵-۱- چگونگی شکل گیری بنادر نسل سوم
۱۵۶	۸-۵-۲- نقش بنادر نسل سوم در لجستیک و مدیریت زنجیره تأمین

فصل نهم انتخاب تأمین کنندگان

۱۶۴	۹-۱- ارزیابی و انتخاب تأمین کنندگان
۱۶۶	۹-۲- فرآیند مرحله ای انتخاب تأمین کنندگان

فصل دهم فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۷۹	۱۰-۱- نقش فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۱۷۵	۱۰-۱-۱- شبکه ها و زنجیره های تأمین
۱۷۵	۱۰-۱-۲- کاربردهای فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۱۷۶	۱۰-۱-۳- عوامل مؤثر در استفاده از فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۱۷۷	۱۰-۲- شرایط لازم برای رسیدن به اهداف فناوری اطلاعات
۱۸۳	۱۰-۳- فرایندهای عمده زنجیره تأمین و نقش فناوری اطلاعات در بهبود آنها
۱۸۵	۱۰-۴- استراتژی‌های زنجیره تأمین در بازارهای B2B
۱۸۶	۱۰-۴-۱- سیر تکاملی بازارهای B2B
۱۸۸	۱۰-۴-۲- سیر تکاملی مدیریت زنجیره تأمین
۱۹۰	۱۰-۳-۲- ارتباط بین مبادلات B2B و مدیریت زنجیره تأمین
۱۹۲	۱۰-۴-۴- ادغام استراتژی‌ها برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SME)

فصل یازدهم سیستم‌های اطلاعاتی زنجیره تأمین

۱۹۵	۱۱-۱- مدیریت زنجیره تأمین سنتی و الکترونیکی
۲۰۲	۱۱-۲- هوشمندی زنجیره تأمین
۲۰۲	۱۱-۳- سیستم‌های اطلاعاتی زنجیره تأمین
۲۰۳	۱۱-۳-۱- سیستم‌های دارایی‌های ثابت و سبک استهلاک
۲۰۳	۱۱-۳-۲- سیستم انبار (موجودی کار)
۲۰۴	۱۱-۳-۳- سیستم خرید
۲۰۶	۱۱-۳-۴- سیستم فروش
۲۰۷	۱۱-۴- مدیریت زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک
۲۰۸	۱۱-۴-۱- مزایای استفاده از تجارت الکترونیک در زنجیره تأمین
۲۰۸	۱۱-۴-۲- تجارت الکترونیک در برنامه ریزی منابع سازمان

فصل دوازدهم زنجیره تأمین سبز

۲۰۹	۱۲-۱- محیط زیست
۲۱۰	۱۲-۲- برقراری استاندارد زیست‌محیطی ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۱	۱۲-۲-۱- بهره‌وری سبز و ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۲	۱۲-۲-۲- مزایای استاندارد ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۲	۱۲-۳- مدیریت زنجیره تأمین سبز



۲۱۳	۱۲-۳-۱- مولفه های زنجیره تامین سبز
۲۱۵	۱۲-۳-۲- سبز کردن زنجیره تامین چیست؟
۲۱۸	۱۲-۳-۳- تامین کنندگان و مدیریت زنجیره تامین سبز
۲۱۸	۱۲-۴- زنجیره تامین سبز، رضایت شغلی کارکنان، بهره‌وری عملیاتی و عملکرد سازمانی
۲۲۱	فصل سیزدهم تولید در کلاس جهانی
۲۲۲	۱-۱- تعریف
۲۲۴	۱۳-۲- فلسفه تولید در کلاس جهانی
۲۲۵	۱۳-۳- فلسفه های اساسی مدیریت تولید در کلاس جهانی
۲۲۸	۱۳-۴- الگوهای درآمدی تولید
۲۳۰	۱۳-۵- ابزارها و روش های تولید در کلاس جهانی
۲۳۱	۱۳-۵-۱- نگهداری بهره ور TQM
۲۳۴	۱۳-۵-۲- مدیریت کیفیت فراگیر TQM
۲۳۴	۱۳-۵-۳- مهندسی مجدد فرایندهای تسبیح کا BP
۲۳۴	۱۳-۵-۴- شش سیگما
۲۳۵	۱۳-۵-۵- برنامه ریزی مواد مورد نیاز (MRP)
۲۳۵	۱۳-۵-۶- برنامه ریزی منابع ساخت (MRPII)
۲۳۶	۱۳-۶- تولید الکترونیکی
۲۳۷	۱۳-۶-۱- توانمند سازی ابزار برای تولید الکترونیکی
۲۳۷	۱۳-۶-۲- ابزارهای انتقال داده ها و اطلاعات
۲۴۰	۱۳-۶-۳- کیفیت الکترونیکی
۲۴۲	۱۳-۶-۴- کانبان الکترونیکی
۲۴۲	۱۳-۶-۵- نگهداری و تعمیرات الکترونیکی
۲۴۳	۱۳-۶-۶- الگو برداری الکترونیکی
۲۴۳	۱۳-۷- ویژگیهای شرکت هایی که در کلاس جهانی تولید می کنند چیست؟