

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت زنجیره تأمین

گردآوری: دکتر ابراهیم تیموری
مهندس مهدی احمدی

سرشناسه : تیموری، ابراهیم، ۱۳۴۶-

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت زنجیره تامین/ گردآوری ابراهیم تیموری، مهدی احمدی.

مشخصات نشر : تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران، ۱۳۸۸.

مشخصات ظاهری: ح، ۴۴۰ ص: مصور، جدول، نمودار.

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۴۵۴-۱۹۴-۰۰

فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : کتابنامه.

موضوع : تدارکات بازرگانی

شناسه افزوده : احمدی، مهدی، ۱۳۶۱-

شناسه افزوده : دانشگاه علم و صنعت ایران

رده بندی کنگره : ۶۵۸/۵ : HD۳۸/۱۱۳۸۸

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۵

شماره کتابشناسی ملی: ۱۷۹۱۹۲۶

• مرکز انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران-تهران-نارمک صندوق پستی

۷۱۳۴۰۱۲۵-دورنویس: ۷۷۲۴۰۴۲۵-تلفن: ۱۶۸۴۶۱۳۱۱۴

• فروشگاه: میدان رسالت-خیابان هنگام-خیابان دانشگاه علم و صنعت

- دانشگاه علم و صنعت ایران-تلفن: ۷۷۲۴۰۳۸۳

وب سایت: Publication.iust.ac.ir



دانشگاه علم و صنعت ایران

نام کتاب : مدیریت زنجیره تامین

گردآوری: دکتر ابراهیم تیموری- مهندس مهدی احمدی

چاپ اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال

شماره انتشارات: ۵۰۴

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران

حق چاپ برای دانشگاه علم و صنعت ایران محفوظ است .

فهرست مطالب

بخش ۱: مقدمه‌ای بر مدیریت زنجیره تامین

فصل ۱-۱: تعاریف و مفاهیم مدیریت زنجیره تامین

- ۳
۴
۴
۹
۱۰
۱۵
۲۶
۲۹
۳۶
۳۹
- ۱-۱-۱ زنجیره تامین چیست؟
۱-۱-۲ مدیریت زنجیره تامین چیست؟
۱-۱-۳ فازهای اصلی مدیریت زنجیره تامین
۱-۱-۴ دو نگاه متفاوت به فرآیندهای زنجیره
۱-۱-۵ سازگاری راهبردی در زنجیره تامین
۱-۱-۶ بسط و توسعه حیطه سارباری راهبردی
۱-۱-۷ هدایت گران عملکردی زنجیره تامین
۱-۱-۸ خلاصه مطالب
۱-۱-۹ تمرین‌ها

فصل ۲- خدمات لجستیکی و ارزش مشتری در مدیریت زنجیره تامین

- ۴۱
۴۲
۴۵
۵۱
۵۹
۶۰
۶۸
- ۲-۱ بسته‌ی خدمت
۲-۲ چرخه سفارش و چرخه تکمیل موجودی
۲-۳ مدیریت خدمات لجستیکی به مشتری
۲-۴ ارزش مشتری
۲-۵ ابعاد ارزش مشتری
۲-۶ معیارهای اندازه‌گیری ارزش مشتری

فصل ۳- ایجاد هم‌آهنگی در یک زنجیره تأمین

۱-۳) پایین بودن سطح هماهنگی در زنجیره تأمین و اثر شلاق چرمی

۲-۳) تأثیر عدم هماهنگی بر عملکرد زنجیره تأمین

۳-۳) موانع ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین

۴-۳) راهبردهای مدیریت برای ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین

۵-۳) ایجاد شارکت‌های راهبردی و اعتماد در زنجیره تأمین

۶-۳) چند نکته در مورد ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین

۷-۳) خلاصه مطالب

۸-۳) تمرین‌ها

بخش ۲: طراحی شبکه در زنجیره تأمین

فصل ۴- طراحی شبکه در زنجیره تأمین

۱-۴) اهمیت تصمیمات مربوط به طراحی شبکه در زنجیره تأمین

۲-۴) عوامل موثر بر تصمیمات طراحی شبکه

۳-۴) چارچوبی برای تصمیمات طراحی شبکه

۴-۴) جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای طراحی شبکه زنجیره تأمین

۵-۴) مدل‌سازی و حل مسئله طراحی شبکه

۱-۵-۴) مدل‌های ریاضی دقیق

۲-۵-۴) مدل‌های شبیه‌سازی

۶-۴) معتبرسازی داده‌ها و مدل

۷-۴) خلاصه مطالب

۸-۴) تمرین‌ها

فصل ۵- راهبردهای توزیع در زنجیره تأمین

- ۱۳۱ (۱-۵) نقش توزیع در زنجیره تأمین
- ۱۳۳ (۲-۵) عوامل تأثیرگذار بر طراحی شبکه‌های توزیع
- ۱۳۹ (۳-۵) تصمیمات مربوط به طراحی شبکه توزیع
- ۱۴۱ (۴-۵) چند استراتژی رایج برای طراحی یک شبکه توزیع
- ۱۵۰ (۵-۵) انتخاب استراتژی شبکه توزیع
- ۱۶۳ (۶-۵) شبکه‌های توزیع در عمل
- ۱۶۵ (۷-۵) خلاصه مطالب
- ۱۶۶ (۸-۵) تمرین‌ها
- ۱۶۸

بخش ۳: مدیریت موجودی در زنجیره تأمین

فصل ۶- انواع موجودی‌ها در زنجیره تأمین

- ۱۷۱ (۱-۶) موجودی‌های
- ۱۷۴ (۱-۱-۶) نقش موجودی چرخه‌ای در زنجیره تأمین
- ۱۷۴ (۲-۱-۶) اقتصاد به مقیاس به منظور صرفه‌جویی در هزینه‌های ثابت
- ۱۷۶ (۳-۱-۶) اقتصاد به مقیاس به منظور بهیچیری از تخفیف‌های مقداری
- ۱۸۵ (۲-۶) موجودی اطمینان
- ۲۰۳ (۱-۲-۶) نقش موجودی اطمینان در زنجیره تأمین
- ۲۰۳ (۲-۲-۶) تعیین سطح مناسب موجودی اطمینان
- ۲۰۴ (۳-۲-۶) عوامل تأثیرگذار بر میزان موجودی اطمینان
- ۲۱۴ (۳-۶) موجودی فصلی
- ۲۳۳ (۴-۶) موجودی در راه
- ۲۳۴ (۵-۶) تخمین هزینه‌های موجودی در عمل
- ۲۳۷ (۵-۶) خلاصه مطالب
- ۲۴۰ (۶-۶) تمرین‌ها

فصل ۷- تعیین سطح بهینه دسترسی به محصول

- ۲۴۷ (۱-۷) اهمیت سطح دسترسی به محصول
- ۲۴۸ (۲-۷) تعیین سطح بهینه دسترسی به محصول
- ۲۴۸ (۳-۷) اهرم‌های مدیریتی برای بهبود سوددهی زنجیره تأمین
- ۲۶۰ (۴-۷) قراردادهای زنجیره تأمین و تأثیر آنها بر سوددهی زنجیره
- ۲۷۲ (۵-۷) تعیین سطح بهینه دسترسی به محصول در عمل
- ۲۷۸ (۶-۷) خلاصه مطالب
- ۲۷۹ (۷-۷) تمرین‌ها

فصل ۸- اثر شلاق جرمی و تسهیم اطلاعات

- ۲۸۵ (۱-۸) بازی نوشتاری
- ۲۸۶ (۲-۸) اثر شلاق جرمی پیوسته
- ۲۸۹ (۳-۸) عوامل ایجادکننده اثر شلاق جرمی
- ۲۹۰ (۴-۸) کمی کردن اثر شلاق جرمی
- ۲۹۲ (۵-۸) راه‌های کاهش اثر شلاق جرمی
- ۲۹۵ (۶-۸) تسهیم اطلاعات
- ۲۹۷ (۷-۸) خلاصه مطالب
- ۳۰۱ (۸-۸) تمرین‌ها

بخش ۴: مدیریت حمل و نقل و فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین

فصل ۹- مباحث راهبردی حمل و نقل در مدیریت زنجیره تأمین

- ۳۰۷ (۱-۹) نقش حمل و نقل در یک زنجیره تأمین
- ۳۰۸ (۲-۹) فاکتورهای تأثیرگذار بر تصمیمات حمل و نقل
- ۳۰۹ (۳-۹) روش‌های حمل و نقل و مشخصات عملکردی آنها
- ۳۱۳ (۴-۹) گزینه‌های طراحی مربوط به شبکه حمل و نقل
- ۳۲۲ (۵-۹) مقایسات هزینه‌ای مربوط به طراحی حمل و نقل
- ۳۲۶ (۶-۹) حمل و نقل متناسب
- ۳۲۶ (۷-۹) چند نکته در مورد تصمیمات حمل و نقل در عمل
- ۳۳۸ (۸-۹) خلاصه مطالب
- ۳۳۹

فصل ۱۰- مباحث تاکتیکی و عملیاتی حمل و نقل در مدیریت زنجیره تأمین

۱-۱۰ مسیریابی وسیله نقلیه

۲-۱۰ مسیریابی و زمان‌بندی وسیله نقلیه

۱-۲-۱۰ روش ماتریس صرفه جویی‌ها

۲-۲-۱۰ روش تخصیص تعمیم‌یافته

۳-۲-۱۰ تعیین توالی مشتریان درون مسیرها

۳-۱-۱۰ چند اصل برای مسیریابی و زمان‌بندی بهتر

۱-۱۰ تعیین توالی مسافرت‌ها

۵-۱۰ خلاصه مطالب

۶-۱۰ تمرین‌ها

فصل ۱۱- فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۱-۱۱ نقش فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۲-۱۱ اهداف فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۳-۱۱ شرایط لازم برای رسیدن به اهداف فناوری اطلاعات

۴-۱۱ فرآیندهای عمده زنجیره تأمین و نقش فناوری اطلاعات در بهبود آنها

۵-۱۱ چند نکته در مورد پیاده‌سازی فناوری اطلاعات در عمل

۶-۱۱ خلاصه مطالب

۷-۱۱ تمرین‌ها

پیوست ۱: منابع و مآخذ

پیوست ۲: واژگان کلیدی

پیشرفت‌های اخیر در زمینه فناوری، بخصوص فناوری اطلاعات، شرکت‌ها و موسسات انتفاعی و غیرانتفاعی را با فضای کاملاً متفاوتی روبرو کرده است. به گونه‌ای که تلاش‌های مضاعف این موسسات و نهادها در پیاده‌سازی روش‌ها و رویکردهای نوین در جهت دستیابی به کارایی و اثربخشی بیشتر را با نتایج بهبود دهنده‌ی اندکی مواجه کرده است. وابستگی زیاد به شبکه تأمین و شبکه توزیع و فروش کالاها و خدمات باعث شده است تا شرکت‌ها، موسسات، و نهادهای دولتی و غیردولتی، خدماتی و تولیدی، انتفاعی و غیرانتفاعی، همه و همه در راستای دستیابی به اهداف و مأموریت‌های خود با رعایت کارایی و اثربخشی لازم، به فکر استفاده از رویکردهای نوینی افتند که می‌تواند آنها را در این زمینه یاری کند. تبدیل تهدیدات و مشکلات کسب و کار به فرصت‌هایی که از طریق برقراری ارتباطات منسجم با سایر شرکاء زنجیره می‌تواند شکل بگیرد و هماهنگی‌های لازمه را می‌طلبد، خود گواهی بر این مدعاست که دیگر این شرکت‌ها نیستند که با یکدیگر رقابت می‌کنند بلکه زنجیره‌های تأمین هستند که با یکدیگر به رقابت می‌پردازند.

با توجه به مقدمه فوق، روم‌آیین و نگارش کتاب‌های متعدد که جنبه‌های مهم فلسفه مدیریت زنجیره تأمین را به خوبی روشن کند و ابزارها، تکنیک‌ها، روش‌ها و مدل‌های مختلف در حوزه‌های متعدد آن را تشریح نماید، بر هیچ کس پوشیدنی نیست. کتاب حاضر به عنوان مقدمه‌ای بر فلسفه مدیریت زنجیره تأمین با هدف تعریف واژگان و مبانی مفهومی مصداقی بکارگیری این فلسفه در دنیای واقعی تلاش می‌کند تا ذهن خوانندگان را آماده‌ی کتاب‌های تخصصی‌تر در هر یک از زمینه‌های ذکر شده در قالب فصول آن نماید. به همین خاطر فصل‌بندی کذب به گونه‌ای است که به صورت خلاصه سعی در باز کردن فضای ذهنی خوانندگان محترم در ارتباط با موضوع مدیریت زنجیره تأمین می‌نماید و از این لحاظ فاقد عمق تخصصی در هر یک از حوزه‌های مطروحه همگی مدیریت موجودی در زنجیره تأمین یا مدیریت حمل و نقل در زنجیره تأمین است.

این کتاب مشتمل بر چهار بخش است و سعی می‌کند چهار عامل تأثیرگذار بر عملکرد زنجیره‌های تأمین را در قالب موجودی، حمل و نقل، تسهیلات، و اطلاعات تشریح نماید. در قسمت ابتدایی کتاب سعی می‌شود رابطه این چهار عامل با عملکرد زنجیره‌های تأمین در قالب شاخص‌های کارایی و پاسخگویی به مشتریان تبیین شود.

این کتاب می‌تواند برای کلیه مدیران ارشد و میانی سازمان‌ها، دانشجویان رشته‌هایی از قبیل مهندسی صنایع، مدیریت بازرگانی و رشته‌های مرتبط در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مفید باشد.

ابراهیم تیموری

مهدی احمدی