

سیستم سفارشات، خرید،

انبارداری و توزیع

نویسندگان:

دکتر علی اصغر انواری رستگاری

استاد و عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس

مهرداد بنداری

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر

سرشناسه

: انواری رستمی، علی اصغر، ۱۳۴۵ -

عنوان و نام پدید آور

: سیستم سفارشات، خرید، انبارداری و توزیع / نویسندگان علی اصغر انواری رستمی، مهرداد بنداری.

مشخصات نشر

: تهران: ترمه، ۱۳۹۲.

مشخصات ظاهری

: ۲۹۶ ص.

شابک

: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۳۵۲-۹

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

موضوع

: خرید - مدیریت

موضوع

: بازرگانی - مدیریت

موضوع

: انبارداری

موضوع

: توزیع کالا - مدیریت

شناسه اف رده

: بنداری، مهرداد، ۱۳۴۴ -

رده بندی کد حره

: ۱۳۹۲ س ۹ الف ۵/۳ HD

رده بندی دیویی

: ۶۵۰/۲۲۶۸

شماره کتابشناسی

: ۳۳۴۴۱



انتشارات ترمه

- ♦ نام کتاب: سیستم سفارشات، خرید، انبارداری و توزیع
- ♦ مؤلفان: دکتر علی اصغر انواری رستمی - مهرداد بنداری
- ♦ صفحه آرائی: اعظم قیطاسی
- ♦ طراح جلد: روجا غمگسار
- ♦ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲
- ♦ ناشر: انتشارات ترمه
- ♦ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
- ♦ چاپ و صحافی: رسام/چاوش
- ♦ قیمت: ۱۱۰,۰۰۰ ریال
- ♦ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۳۵۲-۹

آدرس ناشر: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردین، پلاک ۲۹۰

تلفن: ۶۶۴۱۷۴۶ - ۶۶۹۶۳۳۰۱

دفتر فروش انتشارات ترمه: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردین- خ وحید نظری، پلاک ۱۲۶

تلفن: ۶۶۴۰۱۷۸۳ - فکس: ۶۶۴۹۶۶۲۸

www.termehpub.ir

Info @ termehpub.ir

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کل یا جزء، به هر صورت

اچاپ، کپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است.

دکتر علی اصغر انواری رستمی لیسانس و فوق لیسانس خود را در رشته مدیریت بازرگانی از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سالهای ۱۳۶۷ و ۱۳۶۹ اخذ و پس از ۲ سال تحقیق در زمینه DSS در دانشگاه هوکاید و ژاپن، در سال ۱۳۷۷ موفق به دریافت درجه (PhD) مدیریت بازرگانی در گرایش تحقیق در عملیات و کاربردهای آن در تصمیم‌گیریه‌های چند معیاری بازرگانی- مالی از دانشگاه اوزاکای (Osaka) ژاپن گردید. از مرداد ماه ۱۳۷۸ تا کنون به عنوان عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس به تدریس در مقطع کارشناسی ارشد و دکترا و تحقیق مشغول است. دکتر انواری رستمی مدیر پیش از ۲۰ پروژه تحقیقاتی در سطح ملی بوده و راهنمایی و یا مشاوره بیش از ۱۰۰ دانشجوی کارشناسی ارشد و بیش از ۱۰۰ دانشجوی دکتری را برعهده داشته است.

دکتر انواری رستمی در سال ۲۰۰۸ دوره فرصت مطالعاتی خود را در دانشگاه McMaster کانادا سپری کرد و در سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸ به عنوان پژوهشگر برتر و در سال ۱۳۸۸ به عنوان استاد نمونه انتخاب شد. دانشگاه تربیت مدرس برگزیده شد. همچنین کاندید دریافت جایزه استاد برجسته تحقیقاتی *Oxford Journal* در سال ۲۰۰۷ بوده است. ایشان سخنران بیش از ۷۰ کارگاه، سمینار و دوره تخصصی- حرفه‌ای در وزارتخانه‌ها و سازمانهای مختلف کشور بوده و دارای ۱۷ کتاب تالیفی و بیش از ۱۲۰ مقاله علمی در مجله‌های معتبر داخلی و خارجی و کنفرانسهای ملی و بین‌المللی می‌باشند.

دکتر انواری رستمی عضو هیئت تحریریه چندین مجله و ژورنال علمی پژوهشی از جمله مجله‌های بررسیهای حسابداری و حسابرسی دانشگاه تهران، مدرس علوم انسانی تربیت مدرس، مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، چشم انداز مدیریت صنعتی دانشگاه شهید بهشتی، مطالعات مدیریت انتظامی و مطالعات مدیریت ترافیک دانشگاه علوم انتظامی، پژوهشهای مدیریت منابع سازمانی و ... بوده‌اند. از جمله مجله‌های معتبر داخلی که ایشان در آنها دارای مقالاتی می‌باشند عبارتند از مجله‌های مدرس علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس، بررسیهای حسابداری و حسابرسی دانشگاه تهران، دانشور علوم انسانی دانشگاه شاهد، دانش مدیریت دانشگاه تهران، مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، مدیریت صنعتی دانشگاه تهران، مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران، پژوهشنامه بازرگانی وزارت بازرگانی، پژوهشنامه اقتصادی وزارت امور اقتصادی و

دارایی، چشم انداز مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی، مطالعات مدیریت انتظامی، مطالعات مدیریت ترافیک، توسعه مدیریت وزارت نیرو، فصلنامه پژوهشهای مدیریت منابع سازمانی و... اشاره کرد. برخی از مهمترین مجله های خارجی معتبر که ایشان در آنها مقالاتی را به چاپ رسانده اند عبارتند از :

Expert Systems with Applications (ISI, JCR), Journal of Business Economics and Management (ISI, JCR), Journal of Management Decision (ISI), African Journal of Business Management (ISI), Journal of Operations Research Society of Japan (ISI, JCR), World Applied Sciences Journal (ISI), Public Organization Review: A Global Journal (SCOPUS), Archives Des Sciences (ISI, JCR), Asian Pacific Financial Markets (SCOPUS), Singapore Management Review (SCOPUS), Middle East Scientific Research (ISI), Journal of Finance India (ECONLIT), Journal of Academy of Business and Management (Ulrich), International Journal of Humanities (ISC), Elixir Financial Management, International Journal of Operational Research (SCOPUS).

برخی از سوابق اجرایی دکتر انواری رستنی عبارتند از مدیر گروه حسابداری و مالی دانشگاه تربیت مدرس، رئیس سابق مرکز مطالعات و تحقیقات مدیریت ایران، مدیرکل سابق دفتر پژوهشهای کاربردی و فناوری دانشگاه تربیت مدرس، مدیر آموزش و پژوهشی سابق مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران، عضو شورای پژوهش دانشگاه تربیت مدرس، عضو سابق شورای دانشگاه تربیت مدرس، عضو و دبیر شورای پژوهشی مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران، عضو گروههای تخصصی تحصیلات تکمیلی مدیریت، حسابداری، و مدیریت فناوری اطلاعات دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، عضو سابق کمیته بهره‌وری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، نماینده ایران در سازمان ملی بهره‌وری آسیایی در سال ۲۰۰۴ جهت ایجاد شبکه بهترین تجارب آسیایی، مشاور اسبق اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی ساوه، عضو سابق گروه مدیریت مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی، عضو سابق صاحب‌نظر کار گروه شورای تحول اداری استانداری تهران، عضو سابق کمیته پژوهش مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهرداری تهران، عضو سابق شورای شهر تویوناکا، اوزاکای ژاپن، عضو مدرسان بخش فارسی موسسه بین‌المللی آموزش زبان برلین آمریکا در منطقه غرب ژاپن،

مفسر فارسی به ژاپنی و ژاپنی به فارسی کانون وکلا و شرکت کانسای سوویکو کایشای ژاپن، و دبیر اولین و دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فرایندهای سازمانی. برای اطلاع بیشتر به آدرس اینترنتی ذیل مراجعه نمایید:

http://www.modares.ac.ir/Schools/hum/Academic_Staff/~ANVARY

مهرداد بنداری مدرک لیسانس خود را در رشته اقتصاد نظری از دانشگاه شهید بهشتی تهران در سال ۱۳۷۱ و مدرک فوق لیسانس خود را در رشته مدیریت بازرگانی در سال ۱۳۷۴ از دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز اخذ نموده‌اند. از سال ۱۳۷۵ به عنوان استاد و عضو هیئت علمی فعالیت خود را در دانشگاه‌های آزاد اسلامی شروع نموده و هم‌اکنون مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر و دانشگاه‌های علمی کاربردی می‌باشند. ایشان دارای ۱۰ کتاب تألیفی بود و ده‌ها مقاله و سمینار با ارائه مقاله شرکت جسته و هم‌اکنون به کار تدریس و پژوهش به صورت تمام‌وقت اشتغال دارند. همچنین در کنار تدریس و پژوهش، چندین سال به عنوان مشاور در بخش تدکات و سفارشات خارجی در فازهای مختلف پارس جنوبی دارای تجربه مفید بوده و در خصوص سیستم‌های خرید و انبارداری علاوه بر جنبه‌های نظری و تئوریک، بطور عملی و ملموس در پروژه‌های عظیم کشوری فعالیت نموده‌اند.

پیشگفتار

سازمانهای امروزی، سیستمهای اجتماعی پیچیده و بازی هستند که در همکنشی می‌کنند و با محیط، منابع مورد نیاز خود را تأمین نموده، این منابع را از طریق فرایندهای مختلف و متنوع کارآمد به کالاها یا خدماتی ارزشمند برای مشتریان تبدیل می‌کنند به نحوی که زمینه حداکثر کردن مطلوبیت و یا نيل کارا و موثر به هدفهای مهم و متضادشان را به نحوی بهینه فراهم نمایند. سازمانها با نگرشی سیستمی فعالیتهای مختلفی نظیر تأمین ورودی‌ها، پردازش ورودی‌ها و تبدیل آنها به خروجی‌ها یا کالاها و خدماتی ارزشمند را به اجرا در آورده و در نهایت این خروجی‌ها یا سادها را از طریق سیستمهای توزیع کارآمد در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهند. آنها همچنین کارآمدی این فرایند را از طریق سیستمهای بازخوردی مناسب نظارت و کنترل می‌کنند تا اقدامات اصلاحی لازم را در مواقع مناسب به اجرا در آورند.

با نگاهی گذرا به فرایند سیستمی سازمانهای سازمانهای مذکور می‌توان به سادگی به اهمیت و نقش برجسته سیستمهای خرید و انبارداری و ذخیره‌سازی کالاها، و توزیع کالاها و خدمات پی برد به نحوی که امروزه بهره‌وری عملکرد سازمانها به شدت به کارآمدی فعالیت‌های سیستمهای خرید، انبارداری و توزیع آنها وابسته است. چرا که بخش بزرگتری از منابع مالی و اقتصادی (بودجه) سازمانها در سیستمهای تأمین و نگهداری و توزیع سازمان درگیر است. چون منابع هنگفتی به عنوان موجودی کالا در انبارها نگهداری و ذخیره‌سازی می‌شود، لذا هر گونه کوتاهی در این خصوص به شدت می‌تواند بر بهره‌وری عملکرد سازمان موثر واقع شود. از طرفی نیز، ارائه مناسب کالاها و خدمات به مشتریان به وجود سیستمهای توزیع مناسبی است که مشتریان را راضی و وفادار به خود نگاه دارد و از این طریق بر بهره‌وری عملکرد سازمان تأثیر بگذارد.

با توجه به اهمیت و نقش دانش و مهارت‌های نوین خرید، انبارداری و توزیع در سازمانهای کشور، درصدد تهیه و تدوین منبع درسی جامع و مناسبی در چارچوب سرفصل‌ها و ریز محتوای درس سیستم سفارشات، خرید و انبارداری مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری کشور بر آمدیم. این مجموعه جهت تدریس این درس در دانشگاههای سراسر کشور تهیه و تدوین گردیده است.

محتوای این درس طی چهار بخش و چند فصل تدوین شده است. بخش اول کتاب به سیستم‌های خرید و سفارشات، بخش دوم به سیستم‌های یکپارچه زنجیره تامین، بخش سوم به سیستم‌های نگهداری و ذخیره‌سازی (انبارداری)، و بخش چهارم به سیستم‌های توزیع اختصاص یافته است.

از آنجا که معتقدیم بهبود مستمر این مجموعه در گرو همفکری استادان، دانشجویان، اندیشمندان و دست‌اندرکاران علوم سفارشات، خرید و انبارداری است، از هرگونه نقطه نظر، انتقاد و اصلاح پیشاپیش استقبال نموده و از ارائه‌دهندگان آن قدردانی می‌نماییم. امید است که مجموعه حاضر گامی هر چند کوچک در راستای بسط و توسعه و اعتلای دانش خرید، انبارداری و توزیع در کشور به شمار آید و مورد رضای حق قرار گیرد.

علی اصغر انواری رستمی

مهرداد بنداری

مرداد ماه ۱۳۹۲

بخش اول - سیستم‌های خرید و سفارشات

۳	نقش و اهمیت و جایگاه مدیریت خرید در بازرگانی و اقتصاد
۴	علتها، ضرورتها و اثرهای خرید داخلی و خرید خارجی (بین‌المللی)
۴	تعریف بازرگانی/ تجارت، تجارت داخلی و خارجی (بین‌المللی)
۴	تعریف ترافیک تجاری و تراز پرداختها
۵	اثرهای خرید داخلی
۵	علتها و ضرورتها و اثرهای خرید خارجی (بین‌المللی)
۵	اثرهای خرید خارجی
۶	مهمترین سیاستهای مبادلاتی بازرگانی ایران در مقررات عمومی صادرات و واردات
۷	نقش مدیریت خرید و تدارکات در یک سازمان بازرگانی و تولیدی
۷	تعریف و انواع مختلف سازمانها
۷	مهمترین دلایل گسترش و تحول در خرید
۸	مهمترین دلایل خرید در سازمانها
۸	مهمترین وظایف و اهداف بخش خرید در سازمانهای بازرگانی و تولیدی
۹	فرایندهای اجرای وظیفه‌های خرید و سفارشات در سازمانها
۱۱	نقشهای اصلی مدیریت خرید
۱۱	نقشهای سنتی خریدار
۱۱	نقشهای نوین خریدار
۱۲	مهارتهای مورد نیاز جدید خریدار جهت ایفای نقشهای نوین
۱۲	مهمترین اطلاعات مرتبط با بخش خرید
۱۳	شناخت منابع عرضه کالاها و انتخاب فروشندگان در مدیریت خرید
۱۴	روشهای تعیین و برآورد قیمت خرید
۱۶	ارزش کاربردی و ارزش ظاهری در کالا و نقش آنها در مدیریت خرید
۱۹	تصمیم در مورد تولید یا خرید کالاهای مورد نظر در مدیریت خرید
۲۰	زمان مناسب در مدیریت خرید و تدارکات
۲۱	انواع مختلف روشهای خرید
۲۲	نکته‌های خاص در مورد خریده‌های دولتی و تعاونی در مدیریت خرید

۲۳	قانون برگزاری مناقصات
۲۳	فصل اول کلیات
۲۳	فصل دوم - سازماندهی مناقصات
۲۴	فصل سوم - برگزاری مناقصات
۲۵	مشخصات فنی، کیفیت کالا، خصوصیات ویژه و استانداردها در مدیریت خرید
۲۶	استفاده از روشهای مطلوب به منظور دریافت کالاها با کیفیت مندرج در قراردادها
۲۷	ارزایی عملکرد سیستمهای خرید و سفارشات
۲۹	مراحل کلی انجام معامله/ خرید داخلی
۲۹	مراحل کلی انجام معاملات/ خرید خارجی (واردات)
۳۲	مراحل انجام صادرات
۳۴	عوامل مؤثر بر اولویت بندی خریدها
۳۵	تعهد ارزی
۳۶	سیاهه تجاری
۳۹	صورت بسته بندی
۴۱	وکالت نامه ترخیص کالا
۴۱	مراحل، اسناد و مدارک ثبت سفارش
۴۲	مذاکرات تجاری (خرید)
۴۲	معاملات و مواقعی که نیازمند مذاکره ایم
۴۲	ارکان مذاکرات تجاری
۴۲	عوامل مؤثر بر قدرت و تمایل فروشنده به چانه زنی
۴۳	عوامل مؤثر بر قدرت چانه زنی خریدار
۴۳	دوره های مذاکرات تجاری
۴۳	۱۰ گام در برگزاری مذاکرات تجاری موفق
۴۳	اقدامات و مراحل انجام کار در مذاکرات تجاری
۴۴	مراحل زمانی مذاکرات تجاری
۴۴	فرایند کامل یک مذاکره تجاری موفق
۴۵	رهنمودهای اساسی در مذاکرات تجاری
۴۶	تکنیکهای مذاکرات تجاری موفق
۴۷	تاکتیکهای مذاکرات تجاری موفق
۴۷	ضرورت بررسی تطبیقی سبکهای مذاکره در جهان
۴۷	روشهای مذاکره

۴۸	قراردادهای خرید
۴۹	عناصر اصلی قراردادهای خرید
۴۹	الف) پیشنهاد
۵۰	ب) تکنیک پیشنهاد از مذاکرات مقدماتی
۵۰	ج) خاتمه پیشنهاد
۵۱	د- قبول
۵۲	هـ- قبول مشروط
۵۵	ش- رد قبول
۵۵	ک- پیشنهاد بدون ذکر مهلت برای قبول (پرفرمای بدون ذکر اعتبار و مهلت)
۵۸	محتویات قرارداد خرید
۵۸	الف - اصول کلی قراردادها
۶۰	ب - مشکلات در قراردادهای خرید
۶۰	ج) محتویات قرارداد خارجی (خرید و فروش بین الملل)
۶۰	۱- ذکر مشخصات کامل طرفین قرارداد
۶۲	۲- موضوع قرارداد (مشخصات کالا و با خدمات)
۶۳	۳- قیمت و بهای کالا
۶۴	۴- مدت قرارداد (مهلت اجرای قرارداد)
۶۵	۵- مبدا، حمل کالا و مقصد نهایی کالا و ذکر وجه حمل مربوطه (ذکر کشور و شهر و بندر مبدا و مقصد حمل و ذکر وسیله یا وسایل حمل کالا)
۶۶	۶- ذکر این مطلب در قرارداد که حمل به دفعات مجزا یا یکبار انجام میگیرد
۶۹	۷- اسنادی که فروشنده باید تسلیم نماید
۷۰	☐ بارنامه
۷۱	☐ سیاهه بازرگانی یا فاکتور تجاری
۷۱	☐ گواهی مبدا، ساخت کالا
۷۱	☐ لیست بسته بندی
۷۱	☐ سند بیمه
۷۲	۸- شرایط مخصوص
۷۴	۱۰- فسخ احتمالی قرارداد
۷۴	۱۱- حکمیت و حل و فصل اختلافات
۷۴	۱۲- فورس ماژور
۷۵	۱۳- تعداد نسخ قرارداد و زبان قرارداد

۷۷	قوانین حاکم بر قراردادهای خارجی
۷۸	□ قانون محل اقامت خوانده
۷۸	□ قانون محل انعقاد قرارداد
۷۸	جایگاه و نقش کارت بازرگانی در خرید
۸۰	مدارک و شرایط لازم برای صدور کارت بازرگانی
۸۲	مدارک و شرایط لازم برای تمدید کارت بازرگانی
۸۴	موارد ابطال کارت بازرگانی
۸۵	نقش اتاق بازرگانی، صنایع و معادن در خرید
۸۵	نقش مراکز ته و توزیع در خرید
۸۶	تعریف معاملات رزی
۸۶	اعتبار اسنادی پروانه ارزش و الحاقات ارزی
۸۸	ضمانت نامه‌های ارزی
۸۹	بیمه، بیمه نامه و الحاقی بیمه
۹۰	انواع متداول بیمه نامه‌های دریایی
۹۱	اسناد حمل کالا
۹۲	بارنامه حمل کالا
۹۲	انواع بارنامه‌های حمل کالا
۹۵	راه‌نامه کامیون - راه‌نامه راه‌آهن
۹۹	نمانکلاتور / تعرفه‌های بین المللی
۹۹	مقاصد مختلف ترخیص کالا
۹۹	اسناد و مدارک ترخیص کالا
۱۰۰	اطهارنامه گمرکی
۱۰۰	کالاهای وارده به گمرک امانات پستی (فرم پته گمرکی)
۱۰۱	درخواست تعیین تعرفه از گمرک ایران
۱۰۲	کارت حق العمل کاری ترخیص کالا
۱۰۴	اصطلاحات متداول در تجارت بین المللی: اینکوئترمز
۱۰۹	گمرک و اصطلاحات گمرکی
۱۱۱	مقررات عمومی صادرات و واردات
۱۱۱	انواع اسناد گمرکی
۱۱۲	فرایند ترخیص کالا در گمرک

بخش دوم - سیستم‌های یکپارچه زنجیره تأمین

عرضه و مدیریت زنجیره تأمین / عرضه

زنجیره عرضه / تأمین	۱۱۵
عوامل مؤثر بر توجه به زنجیره عرضه / تأمین	۱۱۵
مدیریت زنجیره عرضه / تأمین	۱۱۶
ریسک در زنجیره تأمین و اثر شلاق چرمی	۱۱۶
مهمترین سئوالات و تصمیمات در زنجیره تأمین	۱۱۷
طرح تأمین کالا در پروژه‌ها	۱۱۹
فعالیت‌های اصلی مراحل پنجگانه طرح تأمین کالا در پروژه‌ها	۱۱۹
فعالیت‌های تفصیلی مراحل پنجگانه طرح تأمین کالا در پروژه‌ها	۱۲۰
☐ فعالیت‌های مرحله اول PPP	۱۲۰
☐ فعالیت‌های مرحله دوم PPP	۱۲۰
☐ فعالیت‌های مرحله سوم PPP	۱۲۰
☐ فعالیت‌های مرحله چهارم PPP	۱۲۱
☐ فعالیت‌های مرحله پنجم PPP	۱۲۱
نمونه ای از فرآیندهای مدیریت تدارکات تأمین زیرساخت‌های پتروشیمی	۱۲۲
شرح وظایف واحد تأمین در پروژه‌های EPC	۱۲۲

بخش سوم - سیستم‌های نگهداری و ذخیره سازی کالاها (انبارداری)

تعریف، هدف و اهمیت انبار و انبارداری	۱۲۹
انواع انبار و موجودیهای انبار	۱۳۰
مزایای وجود سیستم انبارداری	۱۳۰
انتظارات مدیریت از سیستم کنترل موجودی سازمان	۱۳۱
اصول انبارداری	۱۳۱
انواع مختلف طبقه بندی کالاها	۱۳۳
• طبقه بندی کالاها براساس نوع بسته‌بندی	۱۳۴
• طبقه بندی کالاها براساس میزان دوام	۱۳۵
• طبقه بندی انواع کالاهای صنعتی و مصرفی	۱۳۵
ب) کالاهای مصرفی :	۱۳۸
تعرفه وجدول طبقه‌بندی کالاها	۱۴۰
☒ سیستم طبقه‌بندی شورای همکاری‌های گمرکی (CCCN)	۱۴۱

۱۴۲	سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالا (HS)
۱۴۳	تعریف، فواید و انواع روشهای کدگذاری کالاها
۱۴۶	سیستمهای اطلاعاتی و نرم افزارهای انبار
۱۵۳	مراحل و گردش کار مربوط به کالا در سازمان
۱۵۴	روشهای مختلف انبار کردن کالاها در انبار
۱۵۵	نکات مورد توجه در چیندن اجناس در انبار
۱۵۵	شیوههای استفاده از اجناس در انبار
۱۵۵	انبارگردانی و کنترل انبارها
۱۵۶	دستورالعمل فرآیند انبارگردانی
۱۶۱	ارزیابی و قیمت گذاری اقلام انبارها
۱۶۱	سیستم برنامه ریزی و کنترل موجودیها
۱۶۲	نقش و اهمیت موجودیها
۱۶۳	مشخصههای اصلی در طراحی سیستم بهینه موجودی
۱۶۴	هزینهها و مدل های کنترل موجودیها
۱۶۵	سه تصمیم مهم در خصوص موجودی
۱۶۷	مهمترین روشهای سفارش دهی کالا
۱۶۸	سیستم مقدار سفارش (EOQ)
۱۷۱	شاخصهای کارایی مدیریت موجودی
۱۷۲	جایگاه، نقش و عملکرد بسته بندی و انبارداری
۱۷۳	انواع و ویژگیهای بسته بندی
۱۷۵	یکپارچه کردن بار UNITIZATION
۱۷۶	تعریف و ویژگیهای پالت و انواع آن
۱۷۶	تعریف و ویژگیهای کانتینر و انواع آن
۱۷۹	نشانهها و معنای اطلاعات بر روی بسته بندی کالاها در انبارها
۱۸۰	حفاظت و ایمنی انبارها
۱۸۰	نکات و توصیههای مهم مرتبط با حفاظت و ایمنی انبارها

بخش چهارم - سیستمهای توزیع

۱۹۱	تعریف توزیع و اهمیت آن برای اقتصاد و سازمانها
۱۹۲	بازاریابی، آمیخته بازاریابی و جایگاه توزیع در آن
۱۹۳	عناصر تشکیل دهنده شبکههای توزیع

عوامل مؤثر بر کیفیت عملکرد سیستم توزیع.....	۱۹۵
ساختار سیستمهای توزیع در قبل و بعد از انقلاب اسلامی.....	۱۹۵
مشکلات سیستم توزیع برون مرزی و درون مرزی کالاها و ارائه راه حل.....	۱۹۶
تعریف و نقش کانال های توزیع.....	۱۹۹
انواع کانالهای توزیع.....	۲۰۰
چهار عامل مؤثر در طراحی کانالهای توزیع.....	۲۰۱
پنج جریان اصلی در کانالهای توزیع.....	۲۰۱
فاکتورهای مؤثر در انتخاب کانال توزیع.....	۲۰۳
تعریف، نقش ها و وظایف کانال های توزیع.....	۲۰۴
سطوح کانال های توزیع.....	۲۰۵
مراحل طراحی کانال های توزیع.....	۲۰۵
تعارض در کانالهای توزیع.....	۲۰۷
سیستم های توزیع عمودی.....	۲۰۸
تعریف توزیع فیزیکی.....	۲۰۸
ماهیت و اجزای ترکیب هزینه های توزیع فیزیکی.....	۲۰۹
مدیریت توزیع فیزیکی.....	۲۱۱
آمیخته مدیریت توزیع فیزیکی.....	۲۱۲
جایگاه انبارها در سیستم توزیع.....	۲۱۵
مدیریت حمل و نقل (ترابری) در سیستمهای توزیع.....	۲۱۸
جایگاه بسته بندی در سیستم توزیع.....	۲۱۹
□ تعاریف بسته بندی.....	۲۱۹
□ کارکردهای بسته بندی.....	۲۲۱
□ عملکردهای چهار گانه بسته بندی.....	۲۲۲
□ مشخصات بسته بندی مناسب.....	۲۲۶
□ چالش های بسته بندی محصولات در ایران.....	۲۲۷
□ خلاقیت و هوشمند سازی طراحی بسته بندی.....	۲۲۸
نگرش سیستمی به مدیریت توزیع فیزیکی.....	۲۲۹
شبکه های توزیع بازار ایران.....	۲۳۰
توزیع کالا از طریق شبکه های توزیع عمده فروشی.....	۲۳۱
محاسن:.....	۲۳۱
معایب:.....	۲۳۱

۲۳۱	توزیع کالا از طریق شبکه شرکت‌های پخش
۲۳۲	مزیتها:
۲۳۲	معایب:
۲۳۲	مجتمع‌های تولیدی و شبکه‌های توزیع مستقل
۲۳۴	شبکه‌های توزیع مستقل و بازار تهران بزرگ
۲۳۵	نقش وزارت بازرگانی در توزیع
۲۳۵	☒ نقش اول: نقش اجرایی و دخالتی (عاملیت)
۲۳۶	☒ نقش دوم: نقش نظارتی و ارشادی وزارت بازرگانی
۲۳۷	کانال‌های توزیع کالا در ایران
۲۳۷	• کانال های توزیع و توزیع دولتی
۲۳۸	• بخش دولتی
۲۳۹	• بخش خصوصی
۲۳۹	☐ پروژه‌های سامانی نظام پخش کالا
۲۴۰	☐ پروژه‌های شبکه کردن اصناف
۲۴۱	☐ پروژه‌های ایجاد اتحادیه‌ها، تعاونیه‌ها
۲۴۲	☐ پروژه ایجاد شبکه‌های زنجیره‌ای خرید و فروش اصناف
۲۴۳	☐ پروژه‌های استقرار نظام طبقه‌بندی و خدمات شناسی کالا
۲۴۵	☐ پروژه تشکیل نهادهای غیردولتی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان
۲۴۶	☐ پروژه ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی اصناف و بازرسانان
۲۴۸	☐ ثبت مکانیزه نقل و انتقالات املاک و مستغلات
۲۴۸	☐ پروژه توسعه خدمات بازرگانی برای محصولات کشاورزی
۲۵۰	☐ طرح ساماندهی و ایجاد اعتماد برای سایت‌های فروش اینترنتی
۲۵۱	پیوست ۱- قانون برگزاری مناقصه‌ها
۲۵۱	قانون برگزاری مناقصه‌ها
۲۵۱	فصل اول - کلیات
۲۵۱	ماده ۱: کاربرد
۲۵۲	ماده ۲: تعاریف
۲۵۳	ماده ۳: طبقه بندی معاملات
۲۵۳	ماده ۴: طبقه بندی انواع مناقصات
۲۵۴	فصل دوم- سازماندهی مناقصات
۲۵۴	ماده ۵: کمیسیون مناقصه

ماده ۶: وظایف کمیسیون مناقصه	۲۵۵
ماده ۷: هیأت رسیدگی به شکایات	۲۵۵
ماده ۸: وظایف هیأت رسیدگی به شکایات	۲۵۵
فصل سوم - برگزاری مناقصات	۲۵۶
ماده ۹ - فرآیند برگزاری مناقصات	۲۵۶
ماده ۱۰ - تامین منابع مالی	۲۵۶
ماده ۱۱ - روشهای انجام مناقصه	۲۵۶
ماده ۱۲ - ارزیابی کیفی مناقصه گران	۲۵۷
ماده ۱۳ - فراخوان مناقصه	۲۵۸
ماده ۱۱ - اسناد مناقصه	۲۵۸
ماده ۱۵ - ترتیب تهیه و تسلیم پیشنهادها	۲۵۹
ماده ۱۶ - شرایط تسلیم و تحویل پیشنهادها	۲۵۹
ماده ۱۷ - توضیح و تشریح اسناد مناقصه	۲۶۰
ماده ۱۸ - گشایش پیشنهادها	۲۶۰
ماده ۱۹ - ارزیابی فنی بازرگانی پیشنهادها	۲۶۱
ماده ۲۰ - ارزیابی مالی و تعیین برنده مناقصه	۲۶۱
ماده ۲۱ - انعقاد قرارداد	۲۶۲
ماده ۲۲ - شرایط ارسال اسناد و مکاتبات	۲۶۲
ماده ۲۳ - مستند سازی و اطلاع رسانی	۲۶۲
ماده ۲۴ - تجدید و لغو مناقصه	۲۶۳
ماده ۲۵ - نحوه رسیدگی به شکایات	۲۶۴
ماده ۲۶ - نحوه برگزاری مناقصه محدود	۲۶۴
ماده ۲۷ - ترک تشریفات مناقصه	۲۶۴
ماده ۲۸ - ترکیب هیأت ترک تشریفات مناقصه	۲۶۵
ماده ۲۹ - موارد عدم الزام به برگزاری مناقصه	۲۶۷
ماده ۳۰ - نسخ قوانین	۲۶۸
فهرست منابع	۲۶۹