

۱۵۱ ۶۲۲۸

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



برنامه ریزی و مدیریت زنجیره تأمین (برنامه ریزی و سیستم های زنجیره تأمین) (جلد اول)

تألیف:

عابد رضا سراج

(کارشناس ارشد مدیریت صنعتی (تولید) دانشگاه آزاد اسلامی)

جواد خمیس آبادی

(دکتری مدیریت صنعتی (تولید) دانشگاه آزاد اسلامی)

تحت نظارت:

محمد رضا کاباران زاد قدیم

(دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)



Email : simaye.danesh@yahoo.com

Telegram : [telegram.me/simayedaneshpub](https://t.me/simayedaneshpub)

سرشناسه	سراج، علیرضا، ۱۳۵۶ -
عنوان و نام پدیدآور	برنامه‌ریزی و مدیریت زنجیره تامین: (برنامه‌ریزی سیستم‌های زنجیره تامین) / تألیف علیرضا سراج، جواد خمیس آبادی؛ تحت نظارت محمدرضا کابارن‌زاد قدیم.
مشخصات نشر	تهران: سیمای دانش، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	ج۳: مصور.
شابک	دوره ۱- 978-600-120-370-1 ج. ۱- 978-600-120-371-81 ج. ۲- 978-600-120-372-52 ج. ۳- 978-600-120-373-22 ج. ۴- 978-600-120-374-93
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه.
عنوان دیگر	(برنامه‌ریزی سیستم‌های زنجیره تامین)
موضوع	تدارکات بازرگانی -- مدیریت
موضوع	Business logistics -- Management
موضوع	تدارکات صنعتی -- مدیریت
موضوع	Industrial procurement -- Management
موضوع	کالارسانی -- مدیریت
موضوع	Delivery of goods -- Management
موضوع	توزیع کالا -- مدیریت
موضوع	Physical distribution of goods -- Management
شناسه ده	خمیس آبادی، جواد، ۱۳۶۵ -
شنا	کابارن‌زاد قدیم، محمدرضا، ۱۳۴۲ -
رد بندی کن	۱۳۹۶ ب ۴/۳۸/HD۵
رده	۶۵۸/۵
شماره شابک	۴۷۷۸۹۴۲

برنامه‌ریزی و مدیریت زنجیره تامین (برنامه‌ریزی سیستم‌های زنجیره تامین) (جلد اول)

تألیف:	علیرضا سراج - جواد خمیس آبادی
تحت نظارت:	محمدرضا کابارن‌زاد قدیم
ناشر:	انتشارات سیمای دانش
ناشر همکار:	انتشارات آذر
نوبت چاپ:	اول/ ۱۳۹۶
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
حروفچینی:	موسسه مهراد
لیتوگرافی:	باختر
چاپخانه:	فرشیوه
مطبع:	روشنک
شابک دوره:	۹۷۸-۶۰۰-۱۲۰-۳۷۰-۱
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۱۲۰-۳۷۱-۸
قیمت:	۲۹۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات سیمای دانش محفوظ است.

انتشارات سیمای دانش: خیابان انقلاب - ابتدای خیابان ۱۲ فروردین
پلاک ۳۱۸ - تلفن: ۶۶۴۶۴۷۷۹
فروشگاه سیمای دانش: ۶۶۴۶۰۵۴۵
انتشارات آذر: ۶۶۴۶۵۸۳۰
کتابفروشی عصر دانش: ۶۶۴۹۳۷۰۱
کتابفروشی پرهمام: ۶۶۴۶۸۲۳۵

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۱	فصل اول: خرید و مدیریت عرضه
۲	سوالات کلیدی برای تصمیم گیرنده در بخش تامین
۵	خرید و مدیریت عرضه
۸	واژگان مدیریت عرضه
۹	عرضه و تهیه و توزیع
۱۲	اندازه هزینه‌های سازمان و اهمیت مالی
۱۳	تاثیر سود-خبرو
۱۴	اثر بازگشت بر دارایی
۱۵	کاهش سرمایه‌گذاری موجودی
۱۶	سهام تامین
۱۶	سهام عملیات در مقابل استراتژیک عرضه
۱۸	سهام مستقیم و غیر مستقیم عرضه
۲۰	منابع اطلاعاتی
۲۱	تاثیر بر بازدهی
۲۱	تاثیر بر موقعیت رقابتی / رضایت مشتری
۲۲	تاثیر بر ریسک سازمانی
۲۳	تاثیر بر شکل

۲۴	زمینه آموزش
۲۴	استراتژی مدیریت
۲۶	طبیعت سازمان
۲۷	سازمان دولتی یا خصوصی
۲۹	سازمان خصوصی
۲۹	محصولات یا تولید کنندگان خدمات
۳۱	مأموریت، چشم انداز و استراتژی سازمان
۳۲	اندازه سازمان
۳۳	مکان های منفرد یا مبدغان
۳۴	توان مالی
۳۴	شهرت
۳۵	اتحادیه ها و شرایط لازم تامین
۳۶	آموزش
۳۷	اتحادیه های حرفه ای
۴۰	چالش های پیش رو
۴۰	مدیریت زنجیره ی تامین
۴۱	سنجش
۴۱	مدیریت خطر
۴۲	تداوم پذیری
۴۳	رشد و تأثیر

۴۴	کمک موثر به موفقیت سازمانی
۴۵	سازماندهی این مطالعه
۴۶	نتیجه گیری
۴۶	سوالاتی برای بحث و مرور
۴۸	منابع
۴۹	مورد ۱-۱ معدن Qmont
۴۹	مکان های دور
۵۰	اطلاعات حسابداری
۵۱	توسعه و تحقیق داده ها
۵۳	اقدامات بعدی
۵۳	مورد ۱-۲ اریکا کارسون
۵۵	مورد ۱-۳ دانشگاه جنوب شرقی
۵۵	بخش خرید
۵۸	مسأله ماشین مسطح
۵۹	گزینه های هدر
۶۱	فصل دوم: استراتژی تامین
۶۲	سوالات کلیدی برای تصمیم گیرنده ی تامین
۶۳	سطح برنامه ریزی استراتژیکی
۶۶	چالش های عمده در اهداف و استراتژی های زنجیره ی تامین
۶۷	برنامه ریزی استراتژیکی در مدیریت عرضه

۶۹	مدیریت ریسک
۶۹	ریسک عملیاتی: زنجیره‌ی وقفه و تاخیر
۷۰	ریسک مالی: تغییرات در قیمت
۷۱	ریسک اعتباری
۷۱	ریسک‌های مدیریت تامین
۷۳	زمینه‌ی شرکتی
۷۵	اجزای استراتژیکی
۷۶	کیفیت
۷۶	تضمین برنامه‌های کیفی
۷۷	چقدر؟
۷۹	چه کسی؟
۷۹	چه زمان؟
۸۰	چه قیمتی؟
۸۰	کجا؟
۸۰	چگونه؟
۸۱	چرا؟
۸۲	نتیجه‌گیری
۸۲	مروری بر سوالات
۸۳	منابع
۸۵	مورد ۱-۲ مبدل‌های حرارتی اسپارتان

- ۸۵میدل‌های حرارتی اسپارتمان
- ۸۶فرآیند ساخت
- ۸۷توسعه‌ی مواد
- ۸۸استراتژی کسب و کار جدید
- ۹۰چالش‌های جدید برای دپارتمان مواد
- ۹۱تحقیق موردی ۲-۲ شرکت سابور
- ۹۱سابور
- ۹۱فیلتر هوا و مارکونیل
- ۹۳فروش فیلتر هوا
- ۹۳تامین مارکونیل
- ۹۴پیشنهادات ارائه دهنده‌ها برای قرارداد های طولانی مدت
- ۹۶۱۵ آپریل
- ۹۶تحقیق موردی ۳-۲ شرکت موتور فورد: چارچوب کسب و کار هماهنگ
- ۹۷شرکت موتور فورد
- ۹۷چهارچوب کسب و کار مرتبط (ABF)
- ۱۰۰پایان دادن به برنامه
- ۱۰۳فصل سوم: زنجیره تامین
- ۱۰۴سوالات کلیدی برای تصمیم گیران زنجیره تامین
- ۱۰۶اهداف مدیریت تامین
- ۱۱۴ساختارهای سازمانی برای مدیریت عرضه

- ۱۱۴..... سازمان‌هایی در اندازه‌های کوچک و متوسط
- ۱۱۶..... سازمان‌های بزرگ
- ۱۱۸..... ساختارهای عرضه متمرکز و غیر متمرکز
- ۱۱۸..... ساختار عرضه پیوندی
- ۱۲۱..... تخصص در کار عرضه
- ۱۲۲..... تامین منبع و مدیریت کالا
- ۱۲۳..... مدیریت مواد
- ۱۲۳..... مدیریت
- ۱۲۴..... پژوهش عرضه
- ۱۲۶..... ساختار برای هزینه‌های مستقیم و غیر مستقیم
- ۱۲۷..... مدیریت تغییرات سازمانی در عرضه
- ۱۲۸..... تغییرات در جهت متمرکز
- ۱۲۹..... تغییرات در جهت عدم تمرکز
- ۱۲۹..... سازماندهی گروه عرضه
- ۱۳۰..... مأمور اصلی خرید (CPO)
- ۱۳۱..... مشخصات CPO
- ۱۳۲..... روند CPO
- ۱۳۳..... روابط گزارش
- ۱۳۵..... فعالیت‌ها و مسئولیت‌های عرضه
- ۱۳۵..... چه دستاوردی دارد

۱۳۷.....	فعالیت‌های زنجیره تامین
۱۳۹.....	نوع مشارکت
۱۴۰.....	مشارکت در فعالیتهای شرکت
۱۴۰.....	تاثیر بخش صنعت در فعالیتهای تامین
۱۴۲.....	گروه‌های عرضه
۱۴۳.....	تیم‌های پیشرو و مدیریت
۱۴۴.....	تیم‌های عملکرد قابل
۱۴۵.....	تیم‌های منابع
۱۴۶.....	گروه‌های مدیریت کالا
۱۴۷.....	انواع دیگر تیم‌های عرضه
۱۴۷.....	تیم با مشارکت تامین کننده
۱۴۸.....	تیم‌هایی با مشارکت مشتری
۱۴۹.....	هماهنگی تامین با مشتریان داخلی
۱۴۹.....	محل همکاری تولید کنندگان در سازمان خرید
۱۵۰.....	شورای تامین کننده
۱۵۰.....	شورای تامین
۱۵۱.....	کنسرسیوم
۱۵۴.....	نتیجه گیری
۱۵۴.....	سوالات بحث و بررسی
۱۵۵.....	منابع

۱۵۷.....	مورد ۱-۳ آسانسور آیووا.....
۱۵۷.....	آسانسورهای آیووا.....
۱۵۹.....	مدیریت خرید و عرضه.....
۱۶۰.....	تجزیه و تحلیل هزینه‌های شرکت.....
۱۶۲.....	پیشنهاد MIS.....
۱۶۳.....	آماده‌سازی برای جلسه.....
۱۶۴.....	مورد ۲-۳ راجه‌هاست.....
۱۶۵.....	دانشگاه مورد.....
۱۶۶.....	پیشنهاد اجاره تجهیزات.....
۱۶۸.....	تصمیم.....
۱۷۱.....	فصل چهارم: فرایند و فناوری تدارکات.....
۱۷۲.....	پرسش‌های کلیدی برای تصمیم‌گیرندگان تدارکات.....
۱۷۵.....	فرایند مدیریت تدارکات.....
۱۷۶.....	استراتژی و اولویت‌بندی اهداف.....
۱۷۹.....	اطمینان از تکامل فرایند.....
۱۸۰.....	جریان اطلاعات.....
۱۸۱.....	گام‌هایی در فرایند تدارکات.....
۱۸۲.....	۱. تشخیص نیازها.....
۱۸۳.....	۲. توصیف نیازها.....
۱۸۴.....	پیشنهاد و جریان یک تقاضا.....

۱۸۷.....	انواع تقاضاها
۱۸۸.....	تقاضای مسافرتی
۱۸۹.....	صورت حساب مصالح
۱۹۰.....	تقاضای فهرست/انبار
۱۹۰.....	درگیری اولیه‌ی تدارکات و پشتیبانی کنندگان
۱۹۱.....	۳. تشخیص منابع بالقوه
۱۹۱.....	صدور RFX
۱۹۲.....	درخواست اطلاعات (RFI)
۱۹۲.....	درخواست
۱۹۲.....	درخواست نقل قول
۱۹۳.....	تقاضا برای پیشنهاد (RFP)
۱۹۳.....	تقاضا برای مزایده
۱۹۴.....	۴. انتخاب پشتیبانی کنندگان و تعیین شروط
۱۹۴.....	۵ آماده‌سازی و تعیین مکان سفارشات خرید
۱۹۵.....	فرمت
۱۹۷.....	مسیر یابی
۱۹۸.....	سفارشات خرید باز و پوشیده
۱۹۹.....	توافق خدمات اصلی
۲۰۰.....	۶. پیگیری و تقویت
۲۰۳.....	هزینه و سود دسترسی

۲۰۳.....	۷. پذیرش و بازرسی
۲۰۴.....	حذف یا کاهش بازرسی
۲۰۵.....	۸. پاک نمودن صورت حساب و پرداخت
۲۰۸.....	هماهنگ کردن عرضه و حساب قابل پرداخت
۲۰۹.....	تخفیف‌های نقدی و صورتحساب‌های تاخیری
۲۱۱.....	۹. نگهداری از سوابق و روابط
۲۱۲.....	پیوند داده‌ها، تصمیم‌گیری
۲۱۳.....	مدیریت ارتباطات، مدارکات
۲۱۴.....	فلو چارت فرایند عرضه
۲۱۵.....	هزینه استراتژیک
۲۱۵.....	تدارکات اولیه و درگیری پشتیبانی کننده
۲۱۶.....	هزینه‌های غیر استراتژیک
۲۱۶.....	سفارشات کوچک
۲۱۹.....	کاهش تعداد درخواستهای فوری
۲۲۰.....	کارت‌های خرید شرکت
	موجودی عرضه کننده یا فروشنده (SMI / VMI)، خرید بدون لیست و یا قرار دادهای
۲۲۲.....	سیستمی
۲۲۲.....	قرار دادهای سیستمی
۲۲۶.....	سیستم‌های اطلاعاتی و فرایند عرضه
۲۲۷.....	مزایای فناوری سیستم‌های اطلاعاتی

۲۲۸.....	گزینه‌های فناوری
۲۳۱.....	انواع سیستم‌های اطلاعاتی
۲۳۴.....	سیستم‌های سطح دانش
۲۳۵.....	اینترنت و اکسترانت
۲۳۶.....	تأثیر گذاری بر اساس فناوری
۲۳۶.....	سیستم‌های تدارکات الکترونیکی
۲۳۸.....	ساده‌سازی روند دریافت، صورتحساب و پرداخت
۲۴۰.....	طرح کد کالا
۲۴۲.....	کاتالوگ الکترونیکی یا آنلاین
۲۴۴.....	تبادل الکترونیکی داده‌ها (EDI)
۲۴۶.....	تجارت الکترونیک
۲۴۸.....	مزایده معکوس آنلاین
۲۴۹.....	مزایده‌های معکوس
۲۵۰.....	چه موقع از مزایده معکوس استفاده کنیم
۲۵۰.....	برگزاری رویدادهای حراج معکوس
۲۵۲.....	مسائل مرتبط با مزایده‌ی معکوس
۲۵۲.....	مشکلات بالقوه‌ی استفاده از مزایده آنلاین
۲۵۳.....	شناسایی فرکانس رادیویی (RFID)
۲۵۴.....	تأثیرات برای عرضه
۲۵۸.....	سیاست و دستورالعمل

۲۶۰.....	نتیجه گیری
۲۶۱.....	سوالاتی برای بازبینی و بحث
۲۶۲.....	منابع
۲۶۴.....	مورد ۴ - ۱ فناوری شفاف بین المللی
۲۶۴.....	پیش زمینه‌ی شرکت
۲۶۶.....	خرید در BTI
۲۶۷.....	ترانزیستور MJ10012
۲۶۸.....	نتیجه گیری
۲۶۹.....	مورد ۴ - ۲ کالج همینگوی
۲۶۹.....	کالج همینگوی
۲۷۰.....	سیستم برنامه ریزی منابع
۲۷۱.....	اجرای مدول خرید
۲۷۲.....	تمرین
۲۷۳.....	جدول اعمال مراحل کار
۲۷۳.....	جایگزین
۲۷۵.....	مورد ۴ - ۳ شرکت اتوبوسرانی پرتلند
۲۷۵.....	اتوبوسرانی پرتلند
۲۷۷.....	اجزای فلز
۲۷۸.....	مزایده‌ی معکوس
۲۸۰.....	آماده شدن برای مزایده‌ی معکوس

۲۸۳	فصل پنجم: ساخت یا خرید، تأمین داخلی و برون سپاری
۲۸۴	سؤالات کلیدی برای تصمیم گیران عرضه
۲۸۴	تولید یا خرید
۲۸۸	دلایل ساخت به جای خرید
۲۹۰	دلایل خرید از بیرون
۲۹۲	منطقه خاکستری در خرید یا تولید
۲۹۳	قرارداد فرعی
۲۹۵	تأمین داخلی یا خارج
۲۹۷	تأمین داخلی
۲۹۹	برون سپاری (تأمین از خارج)
۳۰۳	برون سپاری عرضه و استدلالها
۳۰۵	نقش عرضه در تأمین داخلی یا برون سپاری
۳۰۶	نتیجه گیری
۳۰۶	سوالاتی برای مرور و بحث
۳۰۷	منابع
۳۰۹	مورد ۱-۵ شرکت B & L
۳۰۹	سابقه شرکت B & L
۳۰۹	گیره پایه
۳۱۰	تصمیمات برون سازی
۳۱۲	مورد ۲-۵ خودروسازی راندات

- ۳۱۲..... رانداات ولدوايد
- ۳۱۴..... فرصت برون سپاری
- ۳۱۴..... GREVEN- E روکش
- ۳۱۶..... آماده شدن برای ملاقات
- ۳۱۷..... مورد ۳-۵ آلیشیا وانگ
- ۳۱۷..... سابقه کلی شرکت
- ۳۱۸..... حوزه عرضه
- ۳۱۸..... عمل در حال حاضر: خرید و فروش از خارج
- ۳۱۹..... تغییر پیشنهادی: تولید رانداات در خانه
- ۳۲۱..... فصل ششم: شناسایی و مشخصات نیاز
- ۳۲۲..... سوالات کلیدی برای تصمیم گیران کلین
- ۳۲۳..... معیارهای نیاز در طرح ارزشی
- ۳۲۳..... رده بندی نیازها
- ۳۵۲..... نیازهای تکراری و غیر تکراری؟
- ۳۵۳..... معادلهای تجاری
- ۳۵۵..... عرضه اولیه و مشارکت تأمینکننده
- ۳۵۵..... روشهای تشریح
- ۳۵۷..... نام تجاری (برند)
- ۳۵۹..... «یا برابر»
- ۳۵۹..... مشخصات

۳۶۱.....	مشخصات خصوصیات فیزیکی و شیمیایی
۳۶۱.....	مشخصات مواد و روش تولید
۳۶۲.....	مشخصات وظیفهای و عملکردی
۳۶۳.....	توصیف با طرح مهندسی
۳۶۳.....	روش های گوناگون توصیف
۳۶۴.....	توصیفات با درجات بازاری
۳۶۴.....	توصیفات توسط نمونه
۳۶۵.....	ترکیبی از روش های توصیف
۳۶۵.....	منابع داده مشخصات
۳۶۵.....	استانداردهای فردی
۳۶۶.....	مشخصات استاندارد
۳۶۸.....	الزامات قانونی، دولتی و محیط زیستی
۳۶۹.....	استاندارسازی و تسهیل
۳۷۱.....	نتیجه
۳۷۲.....	سوالاتی برای بحث و بررسی
۳۷۳.....	منابع
۳۷۴.....	مورد ۱-۶ شرکت مورن (الف)
۳۷۴.....	سابقه شرکت
۳۷۵.....	سابقه خط انتقال
۳۷۸.....	اطلاعات اضافی

مورد ۲-۶ شرکت مورن(ب)..... ۳۸۰

انتخاب ساخت و ساز..... ۳۸۱

یادداشت..... ۳۸۲

مورد ۳-۶ Carson Manor..... ۳۸۴

کارسون مانور..... ۳۸۴

بخش تأمین و خرید(PSD)..... ۳۸۵

مطالعه کارسین مانور..... ۳۸۷

www.ketab.ir

مدیریت خرید و عرضه در جهان به طور فزاینده‌ای قابل مشاهده است که در آن عرضه تعیین کننده عمده بقا و موفقیت شرکت‌های بزرگ است. تأثیرات عملکرد زنجیره تامین نه تنها روی ریسک عملیاتی و مالی است بلکه بروی ریسک اعتباری نیز می‌باشد. گسترش زنجیره تامین در سطح جهانی در کشورهای در حال توسعه، مسئولیت‌های جدیدی، برای منبع و عرضه کننده، نه تنها برای نظارت بر نگرانی‌های سیاسی و امنیتی زیست محیطی و اجتماعی، بلکه برای تاثیرگذاری روی آنها، به ارمغان می‌آورند. بنابراین، کار مدیر تامین امروزه فراتر از محدوده کارایی زنجیره تامین و ارزش پولی صرف سده رای، جستجو مزیت رقابتی در زنجیره تامین است. مهار و بهبود هزینه خود یک چالش است؛ دیگری افزایش درآمد است. نه تنها گروه تامین کننده باید به طور مستقیم در ترازنامه و سود و زیان مشارکت کننده. بلکه باید عملکرد دیگر اعضای تیم شرکت‌ها را ارتقا دهد. راهی داخلی برتر و مدیریت دانش نیاز به انطباق با سطح خارجی در شبکه تامین جهت اطمینان از شایستگی نیازهای آینده عملیاتی و استراتژیک سازمان با بازارهای آینده دارد. لذت خرید و مدیریت در میزان چالش‌های آن و فرصت برای رسیدن به سهم با شکوه موجود است.

برای بیش از ۸۰ سال این متن و پیشینیان آن از علت وجود مدیریت خرید و تامین دفاع کرده‌اند. بر اساس این اعتقاد که عرضه و تامین کننده به شیوه‌ای موثر به اهداف سازمانی و استراتژی کمک می‌کنند، و این و نسخه‌های قبلی بر روی نحوه‌ی به

واقعیت رساندن آن هدف متمرکز شده‌اند. بنابراین، نمونه‌ها در متن و بیش از ۴۰ زنجیره تامین زندگی واقعی استطاعت این شانس برای اعمال آخرین تحقیقات و تحولات نظری در زمینه مسائل، فرصت‌ها، تصمیم‌گیری و مشکلات زندگی واقعی را داده‌اند. پیشرفت مداوم در MIS و تکنولوژی روش‌های جدیدی برای بهبود بهره‌وری و اثربخش عرضه ارائه کرده‌اند. نیاز به امنیت و محیط جدید، و شفافیت و جستجو برای معیارهای عرضه معنی‌دار نیز چالش‌های رودرروی مدیران عرضه در سراسر جهان را پیچیده کرده است. در این نسخه، تمرکز بر تصمیم‌گیری در زنجیره تامین بطور قابل توجه‌ای تقویت شده است.

در این نسخه، تمرکز بر تصمیم‌گیری در زنجیره تامین به شدت مدت توجه است. همچنین توالی فصل بر اساس ترتیب زمانی درآمد کسب تنظیم شده است. معیارها برای تصمیمات تامین در این سه دسته مشخص شده‌اند: (۱) استراتژیک، (۲) عملیاتی، و (۳) افزوده. این دسته سوم شامل ترازنامه رخدادهای صورت سود و زیان، تمام ابعاد ملاحظات خطر، زیست محیطی، و اجتماعی که در حال گسترش ارتباطات است که تصمیمات عرضه را به چالشی پیچیده‌تر تبدیل می‌کند. از زمان نسخه ششم این متن بیش از ۳۰ سال پیش، هارولدای. فیرون نویسنده این متن بوده است. به عنوان بنیانگذار گروه زنجیره تامین در دانشگاه ایالتی آریزونا، نخستین سردبیر مجله بین‌المللی مدیریت زنجیره تامین و مدیر تولید محتوا اولین مدیر تحقیقات CAPS.

حال فیرون یکی از پیشگامان واقعی این زمینه برای دهه‌ها بوده است. در این نسخه،
 حال شرکت نکرده است، اگر چه سهم گذشته وی هنوز هم در سراسر این متن
 مشهود است. تغییر دوم در نویسندگی برای این نسخه نقش میشل آر. لینرز به عنوان
 اولین نویسنده شش نسخه قبلی، و اف. فریزر جانسون که جای لینرز را در صندلی
 PMAC مدیریت، خرید در دانشکده کسب و کار ریچارد ایوی گرفته است. آنا فلین به
 عنوان یک عضو ارزشمند از تیم نویسنده ذکر شده است. کتابی با چنین متن و
 مواردی بستگی به تحقیقات، نواد و نگارش بدنه‌ی دانش در این زمینه دارد. بنابراین،
 باید از همکاران دانشگاهی خود برای گذراندن مرزهای نظری مدیریت عرضه تشکر
 کنیم. برای پیشنهادات خاص خود در مورد مقاله، قدردانی ما متوجه‌ی کیسی
 کلیندنیست، دانشگاه دولتی کالیفرنیا در فولرتون، ویلیام مگروگان، دانشگاه کالج
 دانشگاه ماریلند، جایانت جایارام، دانشگاه کارولینای بنی و جان هانسون، دانشگاه
 سن دیگو، که بررسی‌های دقیق و پیشنهادات متعددی برای بهبود این کار ارائه
 داده‌اند. در مورد بسیاری از پزشکان، ما مایل به قدردانی برای اثبات کارها و ارائه
 مطالب خود در مورد موارد این متن هستیم. همچنین بسیاری از نویسندگان مطالعات
 خود را به ما عرضه کرده‌اند، به طوری که در حدود نیمی از تمام موارد در این نسخه
 جدید است.

همکاران به ترتیب حروف الفبا عبارتند از: کالین اشتون، لوئیس بیبن، لاری برگلاند، خورخه کولازو، نانسی دای، نیکی دا سیلوا، دیو. کی. دوتا، تونی فرانکولینی، مائیش کومار، متیو دی. لینال، لوئیس مافتی-لینرز، لین مورفوپولوس، الیزابت انیل، پرومبا ساندرام راوی، صهیب ریاض، فرانک تنگ، راب ترنر، دیو وانت، اسد ولی، و مارشا واتسون. تولید هر متنی پیچیده‌تر از آن است که نویسندگان اعتراف می‌کنند. آماده‌سازی مقاله اصلی تا حد زیادی به ایلین کارسون محول شد، که به وضوح در نسخه‌های قبلی نیز دیده است. از مک گرو هیل / اروین، ربکا مان، دیک هرچر، لی استون، و بسیاری دیگر که به نرم خود به تلاش‌های ما در این متن کمک کرده‌اند تشکر می‌کنیم. کاتلین لیتل، این متن و بسیاری از نسخه‌های قبلی را فهرست‌بندی کرده است. حمایت دین کارول استفان و هم‌نارانش ما در دانشکده کسب و کار ریچارد ایوی بسیار استقبال شده است. کمک موسسه مدیریت عرضه در حمایت از بهبود مستمر آموزش و پرورش عرضه نیز بسیار قابل ارزش است.