



رَبِّیُّنِیْنِ خِدْمَتِ

تالیف:

دکتر عادل آذر

استاد مدیریت صنعتی دانشگاه تربیت مدرس

دکتر سعیده منصوری



سرشناسه	آذر، عادل :
عنوان و نام پدیدآور	زنجریه تأمین خدمت/ مؤلفین عادل آذر، سعیده منصوری؛ [به سفارش]
مشخصات نشر	انجمن علمی مدیریت صنعتی ایران
مشخصات ظاهری	تهران؛ نگاه دانش، ۱۳۹۷
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۳۳۷-۱
وضعیت فهرست‌نویسی	۲۱۶ ص.: مصور، جدول، نمودار
یادداشت	فیبا
یادداشت	کتابنامه: ص. [۲۱۵]-۲۱۶
موضوع	واژه‌نامه
موضوع	تدارکات بازرگانی—مدیریت
شناسه افزوده	Business logistics—Management
رده‌بندی کنگره	منصوری، سعیده
رده‌بندی دیو	۱۳۹۷ ۹۷۸/۵/آ ۳۶ ز ۹ HD۳۸/۵
شماره کتابستاهای ملی	۶۵۸/۵
	۴۴۷۱۷۸۱

هدفمند بپاوانید

فریدالکترینی نگاه دانش

www.negahedanesh.com

انتخاب کتاب‌های نگاه دانش

[Telegram.me negahedanesh](https://t.me/negahedanesh)



انتشارات نگاه دانش

زنجریه، تأمین خدمت	♦ نام کتاب:
دکتر عادل آذر - دکتر سعیده منصوری	♦ مؤلفین:
نگاه دانش	♦ ناشر:
کبری صابری	♦ حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی (نگاه دانش):
اول ۱۳۹۷	♦ نوبت چاپ:
۴۵۰ نسخه	♦ تیراژ:
۱۵،۰۰۰ تومان	♦ قیمت:
باختر / طیف نگار	♦ لیتوگرافی / چاپ / مصافی:
۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۳۳۷-۱	♦ شابک:

ترجمه کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است و هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و برداشت تمام یا قسمی از اثر را به صورت چاپ، فتوکپی، جزو حق دست‌نویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرد.

انتشارات نگاه دانش؛ انقلاب - خ ۱۲ فروردین - ساختمان ناشران پلاک ۲۷۱ - طبقه ۲ - واحد ۴

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۲

تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

«طولانی‌ترین مسیر با اولین گام آغاز می‌شود...»

تقدیم به همکاران «این مسیر طولانی»

پیشگفتار

آنچه که مسلم است اهمیت بخش خدمات تحت تأثیر تحولات اقتصاد جهانی در سطح کشورهای توسعه یافته و حتی در اقتصادهای در حال توسعه به سرعت در حال افزایش است، که در برخی منابع علمی از آن با عنوان "اقتصاد خدمت" یاد می‌شود. به عنوان مثال، در حال حاضر کسب و کار بخش خدمات حدود ۸۰ درصد از رشد اقتصادی آمریکا و در چین ۴۰ درصد تولید داخلی را تشکیل می‌دهد. با این حال از نقطه نظر علمی، بررسی مفاهیم اصلی خرید و تأمین، هنوز هم ریشه در زمینه تولید دارد. این در حالی است که برخی از آنچه که افراد به عنوان مدیریت حوزه خدمات ادعا می‌کنند، در حقیقت، اصول و تکنیکهای مدیریت تولید است که گاهی به درستی نیز به کار گرفته نشده است. همچنین علی‌رغم عارفه و پر به سر دادن به موضوع خدمات و مدیریت زنجیره تأمین خدمت هنوز تعریف جامع و قابل قبولی از آن ارائه نشده است. این راستا به نظر می‌رسد که توسعه تعاریف قدیمی زنجیره تأمین که متکی بر جریان کالا تا مصرف کننده هستند، به سمت تعاریف خدمت‌محور، تا حدودی موفقیت‌آمیز بوده است، لذا این حوزه نیازمند گسترش دانش بیشتری می‌باشد.

در حال حاضر اغلب کتابهای موجود در زمینه زنجیره تأمین نیز با رویکرد تولیدی بوده و کتابی مختص به مدیریت زنجیره تأمین خدمت، دست کم تا زمان نگارش این کتاب، در دسترس قرار نگرفته است. لذا جای خالی تألیف کتابی با عنوان زنجیره تأمین خدمت به طور کامل احساس می‌شود. امید است به این وسیله حوزه زنجیره تأمین خدمت همچون زنجیره تأمین تولید مورد مذاقه و موشکافی، آنچنان که شایسته آن است قرار گرفته و شاهد گسترش منابع علمی فارسی زبان در این خصوص باشیم.

کتاب حاضر در هشت فصل تنظیم شده است. در فصل اول علاوه بر مقدمه‌ای در زمینه مدیریت زنجیره تأمین و مفهوم مدیریت زنجیره تأمین خدمت، کلیاتی در خصوص خدمت، مدیریت عملیات خدمات و مدیریت زنجیره تأمین خدمت مطرح گردیده است. تعریف خدمت و کالا و تفاوت‌های میان این دو مفهوم به

صورت پایه‌ای و انتقادی در قالب فصل دوم ارائه شده است. در فصل سوم دیدگاه‌های منطق غلبه محصول و منطق غلبه خدمت و نیز شناسایی خدمت و اکوسیستم آن، به عنوان مفاهیم ضروری که در منابع فارسی زبان کمتر به آن پرداخته شده است، مورد بحث قرار گرفته‌اند. فصل چهارم به صورت ویژه به تبیین مسیر تکاملی زنجیره تأمین خدمت و ابعاد مختلف آن پرداخته است. کاربردهای مفهوم دوگانگی مشتری-تأمین‌کننده در زنجیره تأمین خدمت به صورت عملی و مدیریتی در فصل پنجم ارائه شده است. نمونه‌ای کاربردی و چهارچوب زنجیره تأمین در خدمات مالی و بانکداری به همراه مطالعه موردی وضعیت پنج شرکت خدماتی با مدل خاص جانسون و منا (۲۰۰۸) در لایه‌های مختلف مدیریت زنجیره تأمین خدمت، جهت طرح ایده برای مطالعه زنجیره‌های تأمین خدمت سازمانهای گوناگون نیز در فصل ششم ارائه شده است. به منظور ارائه تصویری کلی و جامع از کاربرد رویکردهای متنوع مدلسازی و شبیه‌سازی در زنجیره تأمین و زنجیره تأمین خدمت، فصل هفتم به پیمایش مختصری بر رویکردهای موجود با تأکید بر معرفی کاربردهای مدلسازی عامل بیان پرداخته است. در فصل هشتم، تبیین مفهوم شبکه زنجیره تأمین مدنظر قرار گرفته است. همچنین در پایان کتاب، فهرست واژگان تخصصی در اختیار خوانندگان گرامی کتاب قرار گرفته است. این کتاب منبعی است برای همه کسانی که خواهان کسب دانش در مورد خدمت و زنجیره تأمین خدمت هستند. به صورت مشخص این کتاب برای افراد ذیل مناسب است:

- ❖ اساتید رشته مدیریت در کلیه مقاطع تحصیلات دانشگاهی: در تمامی گرایش‌های این رشته که علاقمند به تدریس و تدوین سرفصل‌های پژوهشی در مورد زنجیره تأمین خدمت و مدیریت عملیات خدمات هستند.
 - ❖ دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای کلیه گرایش‌های رشته مدیریت که می‌خواهند در خصوص شناسایی خدمت و مدیریت و مدلسازی زنجیره تأمین خدمت به مطالعه و تحقیق بپردازند.
 - ❖ مدیران سازمان‌های خدماتی که قصد شناخت، حل مسأله و مدلسازی زنجیره تأمین خدمت خود را دارند.
 - ❖ همچنین این کتاب می‌تواند به عنوان کتابی راهنما برای مهندسان که دربرابر برنامه‌نویسانی باشد که به دنبال ارائه راه‌حل‌های نرم‌افزاری به مدیران و سازمان‌های خدماتی هستند.
- بدون شک این نوشتار خالی از اشکال نبوده و انتقادات، پیشنهادات و نظرات اصلاحی کلیه اندیشمندان و صاحب‌نظران، زمینه غنای بیشتر محتوای کتاب را در چاپ‌های بعدی فراهم خواهد ساخت. لذا از کلیه خوانندگان محترم و اندیشمندان این حوزه درخواست می‌شود تا انتقادات، پیشنهادات و ایده‌های خود را درباره محتوای کتاب پیش رو از طریق ایمیل saeedeh.mansouri@modares.ac.ir با مؤلفان در میان بگذارند.

دکتر عادل آذر

دکتر سعیده منصوری

بهار ۱۳۹۷

ماهیت دوگانه زنجیره تأمین خدمت.....	۵۷
انواع زنجیره تأمین خدمت.....	۵۸
مرور ادبیات مدیریت زنجیره تأمین خدمت.....	۵۹
روندهای مطالعات زنجیره تأمین خدمت.....	۶۱
الف) پژوهش‌های زیربنایی.....	۶۲
ب) گام‌های بهبود.....	۶۲
ج) چهارچوب‌ها.....	۶۳
د) مدل‌ها.....	۶۵
ه) کاربرد مفهوم.....	۷۴
زیربناهای مفهومی موضوع.....	۷۵
تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای ساختار زنجیره تأمین خدمت و زنجیره تأمین تولید.....	۷۹
الف) معماری سازمانی زنجیره تأمین تولید و زنجیره تأمین خدمت.....	۷۹
ب) مدل عملیاتی.....	۸۲
ج) ارزشیابی عملکرد.....	۸۳
د) ثبات.....	۸۳
زمان خدمت.....	۸۴
تحول از کارخانه به شبکه خدمت جهانی.....	۸۶
تکنولوژی‌های اطلاعات و سیستم‌ها.....	۸۸
نقش مدیریت زنجیره تأمین خدمت در استراتژی و عملکرد شرکت.....	۸۹

فصل پنجم: دوگانه مشتری - تأمین کننده و زنجیره تأمین در عرفه در سازمان‌های خدماتی

تعریف خدمات در مبحث.....	۹۲
دوگانگی مشتری - تأمین کننده.....	۹۴
کاربردهای دوگانگی مشتری - تأمین کننده در زنجیره تأمین.....	۹۷
کاربردهای عملی.....	۱۰۰
کاربردهای مدیریتی.....	۱۰۴
موضوعات بنیادین تأمین.....	۱۰۴
یکپارچگی زنجیره تأمین.....	۱۰۵
مشارکت.....	۱۰۷
توسعه تأمین کننده (فروشنده).....	۱۰۸
نقش فناوری اطلاعات.....	۱۰۸
رویکرد زنجیره تأمین در طراحی خدمات.....	۱۰۹

فصل اول: مقدمه‌ای بر مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت زنجیره تأمین خدمت

مدیریت زنجیره تأمین.....	۷
تاریخچه مدیریت زنجیره تأمین.....	۱۱
تعاریف مدیریت زنجیره تأمین.....	۱۳
مدیریت عملیات خدمات.....	۱۵
نقش فزاینده خدمت در اقتصاد کشورها و مشارکت مدیریت تأمین.....	۱۷
چالش تعریف SCM.....	۱۷
مدیریت زنجیره تأمین خدمت.....	۲۰
چرا "خدمت" به عنوان بخشی از زنجیره تأمین دیده می‌شود؟.....	۲۱

فصل دوم: خدمت و کالا چرا؟ چیستی

تعریف خدمت و کالا.....	۲۳
تفاوت‌های ماهوی خدمات و کالاها.....	۲۳
آیا تعاریف فوق از خدمت و کالا کفایت می‌کند؟.....	۲۴
نقدی بر تعریف ویژگی‌های کالاها و خدمات.....	۲۶
اسطوره‌ها، چشم‌اندازها، و وارونگی‌ها.....	۲۶
ناملموس بودن.....	۲۸
ناهمگونی.....	۳۱
تفکیک‌ناپذیری.....	۳۳
نابودشدنی.....	۳۵

فصل سوم: اکوسیستم خدمت - مفاهیم GDL و SDL

مطالعه مجدد مدیریت زنجیره تأمین.....	۳۹
باقی‌مانده‌های تحقیقات خدمات.....	۴۰
دیدگاه منطق غلبه محصول.....	۴۰
دیدگاه منطق غلبه خدمت.....	۴۲
سازه‌های منطق غلبه خدمت.....	۴۵
خدمت چیست؟.....	۴۶
قضایای بنیادین منطق غلبه خدمت و معرفی چند مفهوم کلیدی.....	۴۷
انجام تحقیق از دیدگاه منطق غلبه خدمت.....	۴۹
اکوسیستم خدمت.....	۵۲

فصل چهارم: سیر تکاملی مدیریت زنجیره تأمین خدمت - آناتومی، مولفه‌ها و ابعاد آن

تعریف زنجیره تأمین خدمت.....	۵۵
------------------------------	----

فصل ششم: نمونه‌های کاربردی مدیریت زنجیره

تأمین خدمت

- چهارچوب زنجیره تأمین در خدمات مالی و صنعت بانکداری ۱۱۱
- معمای نقدینگی ۱۱۲
- بکارگیری درس‌های CB برای بانکداری خرده‌فروشی ۱۱۳
- منبعی که به طور مؤثر مخارج تأمین‌کننده را کاهش می‌دهد ۱۱۵
- ایجاد تغییرات عملیاتی و هدف‌گذاری برای فعالیت‌های پشستاز ۱۱۸
- تحويل با استفاده از مسیرهای بهینه‌شده برای کاهش هزینه‌های حمل و نقل ۱۱۹
- بهینه کردن پلشرهای موجود زنجیره تأمین ۱۲۰
- چهارچوب زنجیره تأمین بانکداری ۱۲۵
- تحقیقات کاربردی برای چهارچوب زنجیره تأمین بانکداری ۱۲۶
- مطالعه موردی وضعیت لجستیک شرکتی با مدل زنجیره تأمین John & Mena-2008 ۱۲۷
- خلاصه وضعیت شرکت‌ها با توجه به فرایندهای مدل زنجیره تأمین ۱۲۸
۱. مدیریت جریان اطلاعات ۱۲۸
 ۲. مدیریت ارتباط با مشتری ۱۲۹
 ۳. مدیریت ارتباط با تأمین‌کننده ۱۳۰
 ۴. مدیریت تقاضا ۱۳۲
 ۵. مدیریت تولید ۱۳۲
 ۶. تکمیل سفارش ۱۳۳
 ۷. مدیریت جریان مالی ۱۳۴
 ۸. مرجوعی‌ها و تاریخ انقضا ۱۳۵
 ۹. توسعه محصول ۱۳۵
 ۱۰. مدیریت ریسک ۱۳۶
- نتیجه مطالعات موردی شرکت‌های خدماتی ۱۳۶

فصل هفتم: کاربرد مدل‌سازی و شبیه‌سازی در

زنجیره تأمین و زنجیره تأمین خدمت

- تصویر کلی مدل‌سازی و شبیه‌سازی برای کاربردهای کسب و کاری ۱۳۹
- چرا مدل‌سازی و شبیه‌سازی در کسب و کار انجام می‌شود؟ ۱۴۰
- کسب و کارها چگونه مدل‌سازی و شبیه‌سازی را انجام می‌دهند؟ ۱۴۲
- جنبه‌های مشترک تمامی رویکردهای مدل‌سازی ۱۴۳
- طرح یک مثال از زنجیره تأمین ۱۴۴
- پیمایشی بر رویکردهای مدل‌سازی ۱۴۸

- پویایی سیستم‌ها ۱۴۸
- یک مدل پویایی سیستم‌ها ۱۴۹
- استفاده از مدل‌های پویایی سیستم ۱۵۳
- رویکرد شبیه‌سازی رویداد گسسته ۱۵۴
- مثالی از یک زنجیره تأمین DES ۱۵۵
- استفاده از شبیه‌سازی رویداد گسسته ۱۵۸
- رویکرد شبیه‌سازی مشارکتی ۱۵۹
- مثال شبیه‌سازی مشارکتی برای زنجیره تأمین ۱۵۹
- استفاده از شبیه‌سازی مشارکتی ۱۶۲
- رویکرد بهینه‌سازی ۱۶۳
- مثالی از مدل بهینه‌سازی ۱۶۳
- استفاده از مدل‌های بهینه‌سازی ۱۶۶
- رویکردهای بهینه‌سازی عامل بنیان ۱۶۶
- رویکرد مدل‌سازی آماری ۱۶۷
- مثالی از یک مدل آماری ۱۶۷
- کاربرد مدل‌های آماری ۱۶۹
- رویکرد تحلیل ریسک ۱۷۰
- یک مثال تحلیل ریسک برای زنجیره تأمین ۱۷۰
- حل مدل تحلیل ریسک ۱۷۱
- کاربرد مدل تحلیل ریسک ۱۷۲
- مدل‌سازی عامل بنیان و رویکرد شبیه‌سازی ۱۷۲
- یک مدل زنجیره تأمین عامل بنیان ۱۷۳
- کاربرد مدل‌های عامل بنیان ۱۷۹
- چگونه مدل‌سازی عامل بنیان در چیست؟ ۱۸۰
- ABMS چیست؟ باید مورد استفاده قرار گیرد؟ ۱۸۰
- چه زمانی از مدل‌ها استفاده می‌شود؟ ۱۸۱
- ویژگی‌های مدل‌های عامل بنیان چیست؟ ۱۸۲
- رویکردهای مدل‌سازی ترکیبی ۱۸۳
- کاربرد مدل‌سازی عامل بنیان زنجیره تأمین ۱۸۵
- مزایا و کاربردهای ABMS در مدل‌سازی ۱۸۹
- گام‌های روش‌شناسی تحقیق عامل بنیان بر مبنای SD ۱۹۰

فصل هشتم: شبکه زنجیره تأمین

- شبکه زنجیره تأمین ۱۹۳
- درک شبکه‌های زنجیره تأمین ۱۹۵
- شناسایی محور اصلی و تنظیم استراتژی کسب و کار ۱۹۶
- طبقه‌بندی بازیگران زنجیره تأمین ۱۹۹
- بکارگیری مدل برای یک شبکه SC ۲۰۲
- فهرست واژگان تخصصی ۲۰۵
- منابع و مآخذ ۲۱۵