

لجستیک در زنجیره تامین با رویکرد مدل سازی در صنعت خودروسازی

مؤلف:

معصومه نظری

کارشناسی ارشد مدیریت، صنعتی گرایش تحقیق در عملیات

دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهرری



موسسه فرهنگی انتشاراتی آفتاب گیتی

سرشناسه: معصومه نظری، ۱۳۵۵

عنوان و نام پدیدآورندگان: لجستیک در زنجیره تامین با رویکرد مدل سازی در صنعت خودروسازی، معصومه نظری.

مشخصات نشر: تهران: آفتاب گیتی، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۲۱۵ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۹۱-۷۳-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ۲۰۳.

موضوع: تدارکات بازرگانی- مدیریت

موضوع: Business logistics- Management

موضوع: اتومبیل ها - صنعت تجارت

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ ج۳ عن/HD۳۸/۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۵

شماره کتابشناسی: ۵۱۳۷۶۲۷



مؤسسه فرهنگی انتشاراتی آفتاب گیتی

نشر و پخش همرا: ۰۹۱۲۳۳۴۲۰۶۲

آدرس: میدان انقلاب بازار بزرگ کتاب طبقه زیر همکف واحد ۲۲

شناسنامه کتاب

عنوان: لجستیک در زنجیره تامین با رویکرد مدل سازی در صنعت خودروسازی

نویسنده: معصومه نظری

صفحه آرای و تنظیم: معصومه نظری

نشر و بخش: مؤسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

چاپ: پاسارگاد

طراح جلد: هوشنگ اسدزاده

قیمت: ۱۹۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۹۱-۷۳-۳

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

فهرست

۱۲	 مقدمه
۱۴	 فصل یک: برون سپاری خدمات لجستیک
۱۴	 مقدمه
۱۴	 برون سپاری
۱۶	 مزایا و معایب برون سپاری
۱۷	 دلایل استفاده از برون سپاری
۱۹	 فرایند برون سپاری فعالیت لجستیک سازمان
۲۱	 لجستیک :
۲۵	 اهداف لجستیک
۲۷	 اهمیت لجستیک در دنیای صنعتی امروز
۲۷	 اهمیت اقتصادی لجستیک
۲۸	 اهمیت مدیریتی لجستیک
۳۰	 رابطه بین اجزای لجستیک
۳۱	 عرضه خدمات لجستیکی
۳۱	 بین المللی شدن عملیات لجستیکی
۳۳	 فرصتها و تنگناها برای ارائه دهندگان خدمات لجستیکی در اروپای جدید
۳۴	 راهبردهای لجستیک برای اروپای مرکزی و شرقی
۳۵	 فصل دوم: یکپارچگی و لجستیک
۳۵	 مقدمه

۳۵	ضرورت مدیریت یکپارچه لجستیک
۳۶	یکپارچگی لجستیکی درونی، عمودی و افقی
۳۸	یکپارچگی لجستیکی درونی
۳۹	یکپارچگی لجستیکی عمودی
۴۱	یکپارچگی لجستیک بنگاه
۴۴	لجستیک و یکپارچگی بین دیار تمانی
۴۶	شرایط محیط، ساختار سازمانی و یکپارچگی لجستیک
۴۷	لجستیک: ارکار کرد تا فر آیند
۴۸	بیکربندی های لجستیک
۵۰	یکپارچگی لجستیک و خرید
۵۱	یکپارچگی و رضایت مندی یا خدمت به مشتری
۵۲	فصل سوم: انتخاب تامین کننده مناسب لجستیکی
۵۲	مقدمه
۵۲	انتخاب تامین کننده
۵۴	تامین کننده خدمات لجستیک:
۵۵	شیوه های گوناگون انتخاب تامین کننده مناسب :
۵۹	روشهای ارزیابی عملکرد
۶۲	فصل چهارم: زنجیره تامین
۶۲	تاریخچه زنجیره تامین
۶۵	مدیریت زنجیره تأمین
۶۵	زنجیره تأمین

۶۶	تعریف مدیریت زنجیره تأمین
۶۹	مدیریت زنجیره تأمین و مفاهیم آن
۷۱	شکل‌گیری مدیریت زنجیره تأمین
۷۲	ذخیره تأمین جهانی
۷۳	هماهنگی بین جریان‌ها
۷۳	سطوح مدیریت زنجیره تأمین
۷۳	زنجیره تأمین داخلی و خارجی
۷۴	انواع رویکردها به مدیریت زنجیره تأمین
۷۵	فرآیندهای مدیریت زنجیره تأمین
۷۵	مدیریت زنجیره تأمین لارج
۷۵	زنجیره‌های تأمین ترکیبی
۷۸	تعریف مدیریت زنجیره تأمین لارج
۸۰	پارادایم‌های تشکیل‌دهنده مدیریت زنجیره تأمین لارج
۸۰	مدیریت زنجیره تأمین ناب
۸۴	مدیریت زنجیره تأمین چابک
۸۹	مدیریت زنجیره تأمین تاب‌آور
۹۳	مدیریت زنجیره تأمین سبز
۹۳	مفهوم مدیریت زنجیره تأمین سبز
۹۷	محیط زیست
۹۷	انواع محیط زیست
۹۹	زنجیره تأمین سبز و توسعه پایدار
۹۹	توسعه پایدار

۱۰۰	مدیریت زنجیره تامین پایدار
۱۰۱	مسئولیت اجتماعی سازمان
۱۰۱	تعریف مسئولیت اجتماعی
۱۰۲	سیستم مدیریت زیست محیطی
۱۰۲	استاندارد ارزیابی عملکرد زیست محیطی
۱۰۲	مزایای بکارگیری استاندارد
۱۰۳	مدیریت زنجیره تامین و بهره‌وری سبز
۱۰۳	سبز کردن زنجیره تامین چیست؟
۱۰۴	اهمیت مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۰۵	مولفه های زنجیره تامین سبز
۱۰۵	طراحی سبز
۱۰۶	سیستم مدیریت زیست محیطی تامین کنندگان
۱۰۷	بسته بندی سبز
۱۰۸	موضع سازی سبز
۱۰۹	تولید سبز
۱۰۹	لجستیک معکوس
۱۱۰	دلایل استفاده از لجستیک معکوس
۱۱۲	آموزش و پژوهش
۱۱۳	مدیریت زیست محیطی
۱۱۳	توزیع و بازاریابی سبز
۱۱۴	قیمت گذاری سبز
۱۱۵	ترفیع سبز
۱۱۵	ائتلافهای سبز
۱۱۶	محصول سبز

۱۱۶	خرید سبز
۱۱۷	بهره وری سبز
۱۱۸	موانع دستیابی به زنجیره تامین سبز
۱۲۰	مزایای مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۲۱	دلایل پذیرفتن مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۲۲	عوامل تاثیر گذار بر پذیرش GSCM
۱۲۳	اقدامات مدیریت زنجیره تامین لارج
۱۲۴	اقدامات مدیریت زنجیره تامین تاب
۱۲۸	اقدامات مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۲۹	اقدامات مدیریت زنجیره تامین تاب آور
۱۳۰	اقدامات مدیریت زنجیره تامین سبز
۱۳۵	اهداف مدیریت زنجیره تامین
۱۳۶	اهمیت مدیریت زنجیره تامین
۱۳۶	گستره مدیریت زنجیره تامین
۱۳۷	بهینه سازی زنجیره تامین
۱۳۹	پوست: ارزیابی و بررسی مدل‌های MADM و MCDM
۱۳۹	تصمیم گیری های چند معیاره (MCDM)
۱۴۰	ارزیابی و بررسی مدل های MADM
۱۴۱	تصمیم گیری های چند معیاره فازی (FMCDM)
۱۴۲	مروری بر مفاهیم و تعاریف تئوری فازی
۱۴۲	مجموعه های فازی
۱۴۳	ریاضیات فازی

۱۴۵	نمایش یک مجموعه فازی
۱۴۵	سیستم های فازی
۱۴۶	روش اعداد مثلثی
۱۴۷	عملیات جبری روی اعداد فازی مثلثی
۱۴۸	تکنیک دلفی
۱۴۹	مراحل تکنیک دلفی برای "غربال شاخص ها"
۱۵۰	مراحل تکنیک دلفی برای "پیش بینی"
۱۵۰	تهیه و تدوین شاخصهای اولیه
۱۵۰	تهیه و تدوین شاخصهای نهایی
۱۵۱	تکنیک تصمیم گیری چند معیار
۱۵۲	معرفی فرایند AHP فازی
۱۵۳	تعیین ضرایب وزنی با روش یانگ و چانگ
۱۵۵	روش بررسی سازگاری گوگوس و بوچر
۱۵۷	معرفی فرایند تاپسیس فازی
۱۵۸	مراحل تاپسیس فازی
۱۵۹	روش تحلیل پوششی داده ها
۱۶۰	دومشخصه اساسی برای تکنیک DEA
۱۶۰	ماهیت مدل مورد استفاده
۱۶۱	بازده به مقیاس الگوی مورد استفاده
۱۶۲	نمونه ای از مثال حل شده
۱۶۳	مقدمه
۱۶۴	بیان مسئله

۱۶۵	اهداف تحقیق
۱۶۶	روش تحقیق
۱۶۶	تکنیک ها و ابزار جمع آوری داده ها
۱۶۷	تجزیه و تحلیل داده ها
۱۶۹	فرایند سلسله مراتبی فازی FAHP
۱۶۹	تعیین ضرائب وزنی باروش تحلیل توسعه یانگ وچانگ
۱۷۲	رتبه بندی ارائه کنندگان خدمات لجستیک با تکنیک تاپسیس فازی FTOPSIS
۱۷۵	تعیین رتبه بندی ارائه کنندگان خدمات لجستیکی براساس کارایی با تحلیل پوششی داده ها
۱۷۹	نتیجه گیری
۱۸۳	نمونه دیگری از مثال حل شده
۱۸۳	مقدمه
۱۸۵	چارچوب نظری و ادبیات پژوهش
۱۸۸	روش تحقیق
۱۸۹	تکنیک دیمتل
۱۹۰	مدل سازی تفسیری ساختاری
۱۹۲	تجزیه و تحلیل داده ها
۱۹۲	شناسائی و تعیین روابط شاخص های ارزیابی عملکرد 3PLS
۱۹۴	نقشه روابط معنادار و تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری
۱۹۶	تعیین روابط و سطح بندی ابعاد و شاخص ها
۲۰۱	نتیجه گیری
۲۰۳	منابع

درده های اخیر لجستیک برای سازمانها به عنوان موضوعی اجتناب ناپذیر درآمده و در سبد هزینه های سازمانها، نقش تعیین کننده ای پیدا کرده است، بطوریکه فعالیت های لجستیکی میتواند تاثیر چشمگیری بر کارایی و اثربخشی بگذارد (دونالد و اترز، لجستیک جهانی).

ارائه خدمات لجستیک کارا و اثربخش، یک موضوع حیاتی برای عملکرد بالای سازمان هاست. محیط شدت رقابتی امروز، درکنار نیازها و تقاضای متغیر مشتریان، سازمان ها را مجبور کرده است که فرایندهای لجستیک خود را بصورت مستمر مورد ارزیابی، به رد و مهندسی مجدد قرار دهند. اقدامات لجستیک کمک شایانی به سازمان ها در برآورده کردن انتظارات و نیازمندیهای مشتریان می نماید. خروجی های فرایند لجستیک که توسط سازمان های بیرونی برای یک سازمان فراهم میشود (از قبیل مکان تحویل، زمان تحویل، زمان انتظار برای تحویل، خدمات پس از فروش) بسادگی بوسیله مشتریان نهایی قابل لمس و ارزیابی است و نهایتا عادت خرید مشتریان نهایی را شکل میدهند. بنابراین سازمان ها، باید در فرایند ارائه خدمات، انتخاب تامین کننده مناسب برای اقدامات لجستیک خود مبدور دارند. این وسیله ضمن بدست آوردن فرصت ها و مزایای بسیار، سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند (راسخ نیا، ۱۳۹۱).

هدف لجستیک حداقل کردن هزینه های سازمان با ایجاد مطلوبیت زمانی و مکانی برای کالا می باشد و این هدف با کمی کنکاش در تمام روش های لجستیکی قابل رویت است. روش هایی مانند لجستیک ناب، برون سپاری، خدمات مجازی، لجستیک معکوس، مدیریت زنجیره تامین، لجستیک یکپارچه و سایر موارد، ها و روش های لجستیکی به دنبال ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان و افزایش بهره وری و کاهش هزینه های لجستیکی بعنوان بخش مهمی از هزینه های تولید یا سازمان میباشند. این بدان معناست که توجه به لجستیک در سازمان، ضامن ادامه بقا و بی توجهی به این بخش از سازمان موجب کاهش سهم بازار، کاهش سودآوری و زوال سازمان خواهد گردید (مرکز مطالعات و پژوهشهای لجستیکی). از آنجا که لجستیک را بیشتر بعنوان یک کارکرد پشتیبانی تلقی میکنند و نه یک کارکرد اصلی، لذا بعنوان جایگزینی مسلم برای برونی سازی مطرح بوده است. از نظر بسیاری از شرکتها، لجستیک دیگر فعالیتی نیست که

تحت مدیریت مستقیم آنها باشد بلکه فعالیتی است که آنها از متخصصین خارجی خریداری میکنند. شرکت های دیگر دارای یک عملیات لجستیکی درون سازمانی بوده اما همواره این عملیات را با خدمات قراردادی تکمیل کرده اند. شیوه خرید این خدمات میتواند تاثیری مهم بر کارایی و کیفیت جامع سیستم لجستیکی یک شرکت داشته باشد. امار حمل و نقل بار، تنها بخشی از تصویر ارائه میدهند؛ زیرا علاوه بر این که شرکتهای مسئولیت بخش عمده حمل و نقل را به مقاطعه کاران تفویض میکنند، فعالیتهای مربوط از قبیل انبارداری، کنترل موجودی، جابه جایی مواد و پردازش سفارشات را خارجی میکنند. این مسئله دقیقاً براساس یکی از اصول اساسی لجستیک است که میگوید باید مدیریت حمل و نقل و نگهداری موجودی و دیگر فعالیتهای مربوطه دقیقاً هماهنگی داشته باشند. بنابراین، برون سپاری لجستیک یک فرایند دو بعدی بوده است یعنی شرکتهای هم طیف خدماتی را که از خارج برون سپاری میکنند وهم حجم حمل و نقل واگذار شده به آژانس های خارجی را افزایش می دهند. هیچ راهبرد مطلوبی وجود ندارد. مسیر (برون سپاری) که یک شرکت در برون سپاری بگیرد، بیانگر شرایط خاص آن شرکت است. شرکتهای همواره بطور فزاینده ای نیاز به خدمات لجستیکی یکپارچه مطابق شرایط خود بوده اند. (آرمون، یکپارچگی و افزایش بهره وری).

در این تحقیق، ابتدا بمنظور شناسایی کردن متغیرها مهم در فرایند انتخاب تامین کننده مناسب اقدامات حمل و نقل و انبارداری دستا بندی، به مطالعه ادبیات موضوع، مجلات تخصصی، سایت های تخصصی، مصاحبه با استادان دانشگاهی آشنا با موضوع تحقیق و خبرگان مربوطه در صنعت میپردازیم. دلیل استفاده از منطق فازی در این تحقیق، تمایل محققان به مدنظر قراردادن ابهام و عدم قطعیت وجود در محیط تصمیم گیری می باشد. در گام اول ابتدا به معیارهای شناسایی شده با فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی وزن داده و سپس با تاپسیس فازی معیارها را برا اساس وزن بدست آمده رتبه بندی کرده و در گام نهایی با فرایند تحلیل پوششی داده ها آنها را رتبه بندی کرده و کارآمدترین گزینه ها را انتخاب میکنیم.