

مدیریت زنجیره تامین

نویسندگان: آیدین خوشنویس حسینی، رفیع جان محمدی لرد، مهدی اسدبک



موسسه انتشاراتی اسدزاده

سیرشناسه	آیدین، آیدین
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت زنجیره تامین
وضعیت ویراست	0
مشخصات نشر	تهران اسدزاده
مشخصات ظاهری	206 وزیری
شابک	978-622-712305-0
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	در زمینه فنی و مهندسی نرم افزار
شناسه افزوده	رضا، رضا
شناسه افزوده	مهدی، مهدی
شماره کتابداسی ملی	۵۹۹۶۶۱۴



موسسه انتشاراتی اسدزاده

تهران. میدان انقلاب. بازار بزرگ کتاب. واحد ۲۲. نشر و پخش همراه ۰۹۱۲۳۳۷۴۷۱۵ - ۰۶۶۴۸۰۴۶۸ - ۰۷۸۲ - ۰۹۱۹۱۳۹۰

عنوان: مدیریت زنجیره تامین

نویسندگان: آیدین خوشنویس حسینی، رضا جان محمدی لرد، مهدی اسدیک

صفحه آرابی و طراحی جلد: نوژن گرافیک

ویرایش: شورای بررسی موسسه انتشاراتی اسدزاده

نشر و پخش: موسسه فرهنگی انتشاراتی اسدزاده

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: پاسارگاد

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

شابک: ۰ - ۵ - ۷۱۲۳۰ - ۶۲۲ - ۹۷۸

فهرست مطالب

عنوان صفحه

فصل اول : کلیات تحقیق

مقدمه ۳

تعریف مدیریت زنجیره تأمین ۴

زنجیره تأمین ۴

اهمیت و ضرورت موضوع پژوهش ۵

اهداف پژوهش ۷

هدف اصلی کتاب ۸

اهداف برنی پژوهش ۹

فرآیندهای اصلی ۹

مدیریت اطلاعات ۱۰

مدیریت لجستیک چیست ۱۰

مدیریت لجستیک ۱۱

مدیریت روابط ۱۱

کلمات کلیدی پژوهش ۱۳

فرضیه ۱۳

جامعه آماری ۱۶

سوالات تحقیق ۱۷

فصل دوم : ادبیات تحقیق

مقدمه ۲۱

تحولات مدیریت (تاریخچه) ۲۲

تاریخچه مدیریت زنجیره تأمین ۲۲

مدیریت موجودی کالا ۲۳

تدارکات ۲۵

ارسال به موقع کالا ۲۷

رقابت بینر ۳۰

موضوعات کلیدی ۳۱

سیستم های پشتیبانی کار تیمی ۳۱

یک راهبرد جامع برای مزیت پایدار بلند مدت ۳۲

بعد الکترونیکی مدیریت زنجیره تأمین ۳۵

چشم انداز مدیریت راهبردی ۳۹

مزیت رقابتی پایدار ۴۰

تمرکز راهبردی ۴۱

فرایندهای اساسی کسب و کار را یکپارچه سازی کنید ۴۳

کانون توجه راهبرد ۴۵

فرصتهای راهبردی درزنجیره تامین و یکپارچگی چرخه سفارش ۵۱

راهبردهایی برای مزیت رقابتی ۵۶

ناوری اطلاعات برای پشتیبانی فرایند ۵۷

مدیریت دانش راهبردی ۶۲

الگوهای اندیشه و عمل ۶۲

الگوها به عنوان نمونه نه به عنوان عامل محدود کننده ۶۳

۶۳ فناوری و الگوها

انفهم ماتیک شناختی ۶۵

پشتیبانی فناوری از الگوها ۶۷

راهبرداولیه ۶۸

یک راهبرد جامع برای مزیت پایدار به مدت ۷۱

فرصت برای لجستیک ۷۱

مزیت رقابتی از طریق افراد و فناوری ۷۳

حمل و نقل الکترونیکی ۷۴

تدارکات الکترونیکی ۷۶

وضعیت تدارکات الکترونیکی ۷۷

دسترسی الکترونیکی به منابع ۷۷

تهیه الکتریکی مواد اولیه ۷۸

مواردی از شیوه‌های برتر ۸۲

تأکید روی آموزش الکترونیکی ۸۲

خدمات پشتیبانی در موقع ارائه طریق ۸۲

فرار دادن مدیریت مواد اولیه در اینترنت ۸۳

سازمان‌دهی، کلید ورود به اینترنت است ۸۳

کنفرانس اینترنتی ۸۴

فصل سوم: روش انجام پژوهش

مقدمه ۸۷

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات ۸۸

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری ۹۱

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ۹۲

روش انجام پژوهش ۹۳

جامعه آمار و نمونه پژوهش ۹۴

قابلیت اعتماد به پرسش‌نامه ۹۵

فصل چهارم: SPSS

مقدمه ۹۷

SPSS ۹۸:

پایانی و روایی پرسش نامه ۱۱۶

فصل پنجم : نتیجه گیری

خلاصه و نتیجه گیری ۱۱۹

ضمائم

سوالات پرسش نامه ۱۲۴

منابع ۱۲۷

www.ketab.ir

مقدمه:

رویکرد جدیدی که در سالهای اخیر بر مدیریت عملیات حاکم شده، رویکرد مدیریت زنجیره تامین (SCM) است. زنجیره تامین شبکه ای از تسهیلات و مراکز توزیع است که وظایف تهیه و تدارک مواد خام، تبدیل آن به محصولات نهایی و واسطه ای و توزیع این محصولات نهایی به مشتریان را انجام می دهد. زنجیره های تامین در سازمانهای تولیدی و خدماتی وجود دارند، هرچند که پیچیدگی زنجیره ممکن است از صنعتی به صنعت دیگر، و از شرکتی به شرکت دیگر شدیداً تغییر کند.

برای محیط همیشه در حال تغییر این دوران و تغییر در شیوه تعاملات شرکتها با تامین کنندگان و مشتریان و پیچیدگی بازارها، کاهش دوره عمر محصولات و اهمیت یافتن زمان پاسخگویی به مشتریان و افزایش انعطاف پذیری، زنجیره تامین عاملی حیاتی برای رقابت پذیری سازمان ها می باشد. بنابراین شناخت زنجیره تامین و اجرای آن کمک به تعالی سازمان و عملکرد بهتر می کند.

در این کتاب سعی شده است که این رویکرد جدید در مدیریت عملیات به طور تقریباً کاملی معرفی شود. و بنابراین هدف پژوهش این است که این موضوع را که بسیار گسترده و وسیع است تا حدی معرفی و خواننده را با آن آشنا کند.

کلمات کلیدی کتاب: مدیریت، رویکرد، زنجیره تأمین، مشتریان