

مفاهیم و ابزارهای کارآمد مدیریت تولید و عملیات



محمد کاظم کورنجاهی

مریم جوهری شیرازی

سرشناسه: کشورشاهی، محمدکاظم، ۱۳۶۴ -
 عنوان و نام پدیدآور: مفاهیم و ابزارهای کارآمد مدیریت تولید و عملیات / مؤلفان محمدکاظم کشورشاهی،
 مریم جوهری شیرازی.
 مشخصات نشر: یزد: کتاب آرای پیشگام، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری: ۳۲۸ ص: جدول، نمودار.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۰۶-۳۲-۴
 وضعیت فهرست نویسی: فیا
 موضوع: تدارکات بازرگانی
 موضوع: logistics Business
 موضوع: تدارکات بازرگانی -- مدیریت
 موضوع: Management -- logistics Business
 موضوع: مدیریت تولید
 موضوع: management Production
 موضوع: تولید -- برنامه ریزی
 موضوع: planning Production
 شناسه: فزوده: جوهری شیرازی، مریم، ۱۳۶۲ -
 شناسه افیو: Maryam Shirazi
 رده بندی کنگر: ۷/۱۳۹۸/ت/۳۸/۵ HD
 رده بندی دیویی: ۶۵۰/۵
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۲۰۰۰
 شماره مجوز نشر کتاب: ۴۷-۱۸



یزد، خیابان فرخی، پاساژ ۱۱۰، طبقه زرگانی، انتشارات کتاب آرای پیشگام
 ۰۹۱۰۳۸۴۷۶۶۰ - ۰۳۱ - ۰۹۳۶۰۰۰۰

مفاهیم و ابزارهای کارآمد مدیریت تولید و عملیات

مؤلفین: دکتر محمدکاظم کشورشاهی - دکتر مریم جوهری شیرازی

ناشر: انتشارات کتاب آرای پیشگام

نوبت چاپ: اول / بهار ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

صفحه آرای: موسسه تبلیغاتی اعتبار کویر

طراح جلد: محمد کشورشاهی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۰۶-۳۲-۴

قیمت: ۳۹۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای مؤلفین کتاب محفوظ است.

▲ فهرست مطالب ▼

صفحه	عنوان
۱۵	♦ پیشگفتار
۲۱	♦ فصل اول: بررسی سیستم مدیریت زنجیره تامین و مسائل مرتبط با آن
۲۱	مقدمه
۲۲	۱-۲ تاریخچه مدیریت زنجیره تامین
۲۴	۱-۳ تعریف و نقش زنجیره تامین
۲۵	۱-۴ عناصر کلیدی زنجیره تامین
۲۷	۱-۵ انواع زنجیره تامین
۳۰	۱-۶ تعریف مدیریت زنجیره تامین
۳۱	۱-۷ فازهای اصلی مدیریت زنجیره تامین
۳۱	۱-۸ فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تامین
۳۳	۱-۹ اصول مدیریت زنجیره تامین
۳۴	۱-۱۰ مشکلات زنجیره تامین و منابع آنها
۳۸	۱-۱۱ پنج عملکرد برای مدیریت در برابر چالش های زنجیره تامین
۴۰	۱-۱۲ مدیریت زنجیره تامین سبز مفهوم سبز و اهمیت آن
۴۲	۱-۱۳ اصول مدیریت زنجیره ای تامین سبز
۴۶	۱-۱۴ مدیریت زنجیره ای تامین پایدار
۴۹	۱-۱۵ تشریح مدیریت زنجیره ای تامین سبز
۵۲	۱-۱۶ موانع و مزیت های مدیریت زنجیره ای تامین سبز
۵۵	۱-۱۷ طراحی سبز
۵۸	۱-۱۸ عملیات سبز
۶۳	۱-۱۹ طراحی پیکره بندی زنجیره ای تامین

۶۷	۲۰-۱ تصمیمات پیکره‌بندی زنجیره‌ی تأمین
۷۱	۲۱-۱ مسائل و مدل‌های پیکره‌بندی
۷۲	۲۲-۱ راه‌حل‌های پیکره‌بندی
۷۳	۲۳-۱ مباحث کلیدی در طراحی پیکره‌بندی زنجیره‌ی تأمین
۷۴	۲۴-۱ تأثیر خط‌مشی‌های عمومی بر پیکره‌بندی

♦ فصل دوم: تشریح مدیریت ارتباط با مشتریان و سیستم‌های مرتبط با آن

۷۷	مقدمه
۷۸	۱-۲ تاریخچه CRM
۷۹	۲-۲ تعریف و تشریح CRM
۸۱	۳-۲ فرایند و مسیر تکوین CRM موفق
۸۳	۴-۲ معیارهای موفقیت CRM
۸۴	۵-۲ بهترین درمناز: بدترین دشمنان یک شرکت
۸۶	۶-۲ حالات اصلی بازنده مشتری
۹۱	۷-۲ بازتاب‌های غیررسمی و غیرقابل‌کم مشتری
۹۲	۸-۲ چهار مرحله در تکامل وفاداری مشتری
۹۸	۹-۲ ده اصل غیرقابل انکار در وفاداری مشتری
۱۰۵	۱۰-۲ کلیدهای وفاداری و پایداری مشتری
۱۰۵	۱۱-۲ شکایات معمول مشتریان، علت‌ها و روش‌های رفع و اصلاح آنان
۱۰۷	۱۲-۲ دلایل عدم توجه کافی شرکت‌ها به مشتری و جلب رضایت آنها
۱۰۸	۱۳-۲ نتیجه‌گیری

♦ فصل سوم: تشریح سیستم عملکرد کیفیت و ارتباط آن با صدای مشتری (VOC، QFD)

۱۱۱	مقدمه
۱۱۳	۱-۳ تاریخچه QFD
۱۱۳	۲-۳ تعریف و تشریح QFD
۱۱۵	۳-۳ دیدگاه‌های مختلف در مورد QFD
۱۱۶	۴-۳ مزایا و منافع حاصل از QFD
۱۱۹	۵-۳ تیم QFD
۱۲۰	۶-۳ صدای مشتری (Voice Of Customer)

۱۲۰	۳-۶-۱ نمودار علت و معلول
۱۲۳	۳-۶-۲ جدول صدای مشتری
۱۲۵	۳-۷-۱ مراحل و بخش های مختلف سیستم QFD
۱۲۵	۳-۷-۱-۱ ماتریس اول، ماتریس خانه کیفیت (ماتریس برنامه ریزی محصول)
۱۲۵	۳-۷-۲-۱ ماتریس دوم، ماتریس طراحی محصول
۱۲۵	۳-۷-۳-۱ ماتریس سوم، ماتریس طرح ریزی فرایند
۱۲۶	۳-۷-۴-۱ ماتریس چهارم، ماتریس برنامه ریزی کنترل فرایند
۱۲۷	۲-۸-۱ مراحل تکمیل خانه کیفیت
۱۳۲	۲-۱-۱ نتیجه گیری

♦ فصل چهارم: بررسی مفهوم چابکی و تشریح ابعاد آن

۱۳۷	مقدمه
۱۳۷	۴-۱-۱ مروری بر مفهوم چابکی
۱۳۸	۴-۲-۱ ظهور چابکی
۱۴۱	۴-۳-۱ تاریخچه چابکی
۱۴۴	۴-۴-۱ تعاریفی از چابکی و تولید چابک
۱۵۰	۴-۵-۱ محرکهای چابکی
۱۵۲	۴-۶-۱ توانمند سازهای چابکی
۱۵۴	۴-۷-۱ مدلهای چابکی
۱۶۵	۴-۸-۱ سنجش چابکی سازمانی

♦ فصل پنجم: بررسی ابعاد شش سیگما

۱۷۹	مقدمه
۱۸۲	۵-۱-۱ اساس تئوری شش سیگما
۱۸۶	۵-۲-۱ جنبه های شش سیگما
۱۸۶	۵-۲-۱-۱ دیدگاه آماری
۱۸۸	۵-۲-۲-۱ دیدگاه تجاری
۱۸۹	۵-۳-۱ اهداف شش سیگما
۱۸۹	۵-۴-۱ متدلوژی های شش سیگما
۱۹۱	۵-۵-۱ ابزارهای شش سیگما

۱۹۲	۶-۵ مزایای گزارش شده از اجرای شش سیگما
۱۹۲	۱-۶-۵ بخش تولید
۱۹۲	۲-۶-۵ بخش مالی
۱۹۳	۳-۶-۵ بخش بهداشت
۱۹۴	۴-۶-۵ بخش ساخت و مهندسی
۱۹۴	۵-۶-۵ بخش تحقیق و توسعه
۱۹۵	۷-۵ اصول ششگانه شش سیگما
۱۹۸	۸-۵ سه مسیر اصلی در اجرای شش سیگما
۲۰۱	۹-۵ در اجرای شش سیگما حضور چه افرادی ضروری است؟
۲۰۳	۱۰-۵ عوامل کلیدی اجرای موفقیت‌آمیز شش سیگما

♦ فصل ششم: مدیریت ارزش

۲۰۹	مقدمه
۲۱۰	۱-۶ راهبران ارزش
۲۱۲	۲-۶ دسته بندی
۲۱۵	۳-۶ دیدگاه حل مشکل در برابر دیدگاه ارزش
۲۱۸	۴-۶ ارزش چیست؟

♦ فصل هفتم: ارزیابی عملکرد سازمانی

۲۲۳	مقدمه
۲۲۴	۱-۷ تعاریف موجود ارزیابی عملکرد
۲۲۶	۲-۷ گذشته و حال ارزیابی عملکرد
۲۲۸	۳-۷ اهداف ارزیابی عملکرد
۲۲۹	۴-۷ علل مختلف ارزیابی عملکرد
۲۲۹	۵-۷ خصوصیات یک الگوی مناسب برای ارزیابی
۲۳۱	۶-۷ کارت امتیازی متوازن
۲۳۳	۷-۷ ابعاد کارت امتیازی متوازن
۲۳۷	۸-۷ خاستگاه کارت امتیازی متوازن
۲۳۸	۹-۷ نتایج حاصل از کارت امتیازی متوازن
۲۳۸	۱۰-۷ ارزیابی عملکرد سازمانی با مدل EFQM

- ۱۱-۷ بررسی اجمالی معیارها در مدل EFQM و نحوه امتیاز دهی به آنها ۲۴۱
- ۱۲-۷ بررسی اجمالی منطق RADAR و فرآیند کلی ارزیابی در مدل EFQM ۲۴۴
- ۱۳-۷ تشریح مفاهیم بنیادین سرآمدی در مدل EFQM ۲۴۸
- ۱۴-۷ سطوح مختلف سرآمدی در مفاهیم بنیادی مدل EFQM ۲۵۷
- ۱۵-۷ تشریح معیارها و زیر معیارها در مدل EFQM ۲۵۹

♦ منابع و مآخذ ۲۶۱



از شاخص‌ترین پدیده‌های ناشی از انقلاب اطلاعات، تحول در شیوه‌های سنتی کسب و کار و جایگزینی آن با سیستم‌های نوین و ابزارهای جدید در مدیریت است. در این کتاب به ابزارهای کارآمد مدیریت تولید و عملیات در عصر حاضر اشاره دارد. مدیریت تولید و عملیات به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها اطلاق می‌شود که منابع را در جهت نیل به اهداف سازمان به کالاهای و خدمات مورد نیاز تبدیل می‌کند.

مسلم است که در این میان، نقش دانش استفاده از این ابزارها بسیار حیاتی است. در سازمان‌هایی که محصول قابل لمس باشد از واژه مدیریت تولید استفاده می‌شود مانند تلویزیون که در این سازمان تولیدی یا کالاگرا می‌باشد. در سازمان‌هایی که محصول ملموس و قابل رویت نباشد از واژه مدیریت عملیات استفاده می‌شود و سازمان کارگرا یا خدمت‌گراست.

تفاوت سازمان‌های تولیدی یا خدماتی شامل موارد زیر است:

- (۱) کالاهای نسبت به خدمات آشکار و ملموس‌تر می‌باشند.
- (۲) کالاهای دارای تماس کمتری با مشتری نسبت به خدمات هستند.
- (۳) در تولید کالاهای یکپارچگی ورودی‌ها و خروجی‌ها نسبت به خدمات بیشتر است.
- (۴) در تولید خدمات بیشتر از نیروی انسانی و در تولید کالا بیشتر از ماشین‌آلات استفاده می‌شود.

(۵) ارزیابی بهره‌وری در تولید کالاهای راحت‌تر از خدمات است.

(۶) تولید و تحویل کالا بر خلاف خدمات همزمان انجام نمی‌شود.

البته لازم به ذکر است دستیابی و کاربرد این ابزار یکی از پرهزینه‌ترین فعالیت‌های هر سازمان است و در نهایت فرصت را جهت سودآوری سازمان فراهم می‌کند.

در واقع هدف از این کتاب، کمک به شرکت‌ها، مدیران و دانشجویان و علاقه‌مندان به مباحث مدیریت تولید و عملیات می‌باشد و هماهنگ‌سازی بخش‌های مختلف کسب و کار است.

مباحث مورد بحث این کتاب هفت فصل زیر می‌باشد:

فصل اول: بررسی سیستم مدیریت زنجیره تأمین (SCM).

فصل دوم: معرفی بررسی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM).

فصل سوم: معرفی سیستم آرایش عملکرد کیفیت: (QFD)، ارتباط آن با صدای مشتری (VOC).

فصل چهارم: معرفی و بررسی مفهوم چابکی.

فصل پنجم: شش سیگما.

فصل ششم: مدیریت ارزش.

فصل هفتم: ارزیابی عملکرد سازمانی.

در این فصول سعی شده است با نگاهی جامع به موضوع، برخی از مهم‌ترین مباحث مرتبط مفاهیم و ابزارهای کارآمد مدیریت تولید و عملیات پیشرفته و مناسب کاربردی آن بیان شود.

امید است مطالب، برای خوانندگان عزیز مورد استفاده قرار گیرد.

از تمامی خوانندگان خواهشمندیم که هرگونه نقد و یا انتقادی مربوط به این کتاب را با

ایمیل keshvarshahi@pishgaman.com در میان بگذارند.