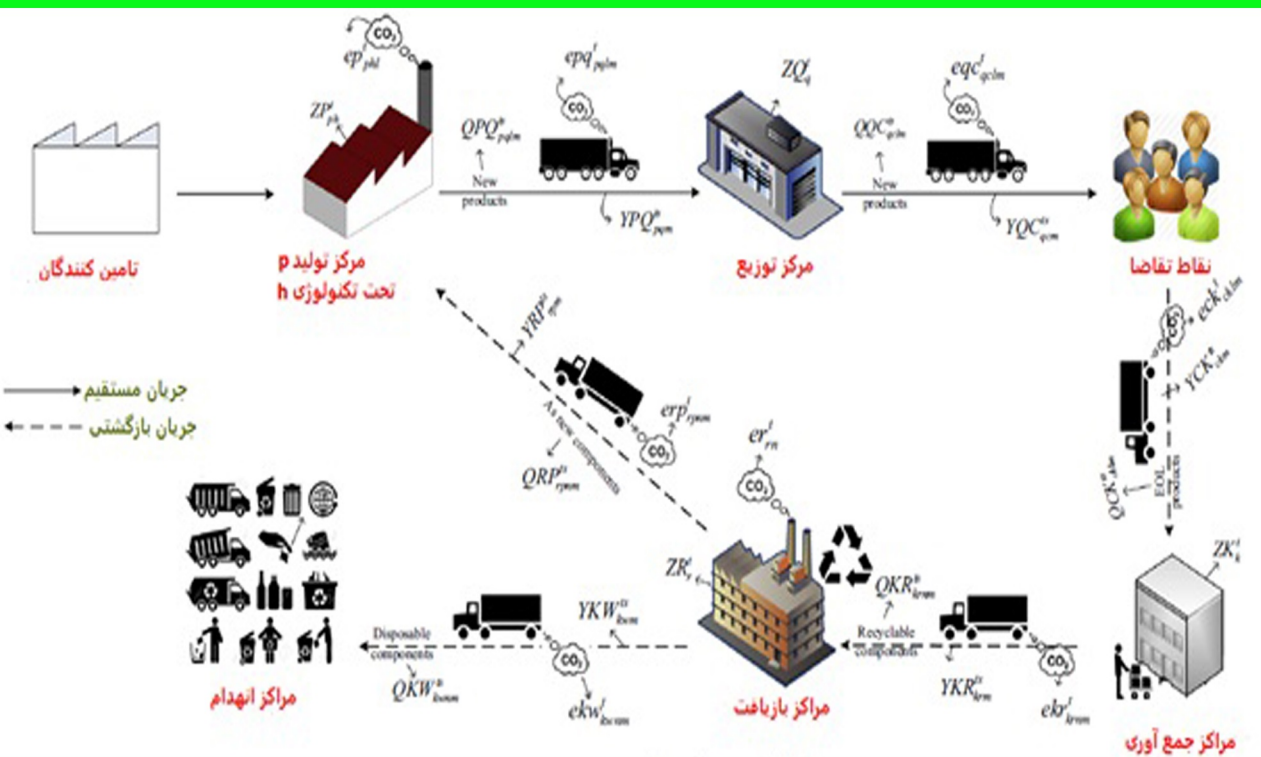


چابكى زنجيره تأمين

على اصغر باقري



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چابکی زنجیره تأمین

تالیف:

علی اصغر باقری

کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی



انتشارات موجک



سرشناسه: باقری، علی اصغر، ۱۳۵۵-

عنوان و نام پدیدآور: چابکی زنجیره تامین / تالیف علی اصغر باقری.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۳۱ ص.: مصور(رنگی)، جدول، نمودار.

فروست: انتشارات موجک شماره؛ ۱۰۷۲۸.

شابک: ۵-۳۰۰-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۵۲۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۱۲۳]-۱۳۱؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: تدارکات بازرگانی

موضوع: Business logistics

موضوع: تدارکات بازرگانی -- مدیریت

موضوع: Business logistics – Management

رده بندی کنگره: HD ۳۸/۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۱۰۱۷۸

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: چابکی زنجیره تأمین

تالیف: علی اصغر باقری

مشخصات ظاهری: ۱۳۱ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۲۰۰۰۰ ریال، شابک: ۵-۳۰۰-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق

چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب

بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

تقدیم به

پدر و مادر و همسر و دخترم و تمامی اساتید و معلمین عزیزی که سالیان زیادی برای اینجانب زحمت کشیدند و حق استادی به گردن حقیر دارند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار..... ۱

فصل اول: کلیات ۵

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۵

۲-۱ اهمیت موضوع ۸

۳-۱ اهداف ۱۱

۴-۱ تعریف واژگان کلیدی ۱۲

فصل دوم: مدیریت زنجیره تأمین ۱۵

۱-۲ زنجیره تأمین ۱۵

۲-۲ تاریخچه مدیریت زنجیره تأمین ۱۶

۳-۲ مفاهیم مدیریت زنجیره تأمین ۱۶

۴-۲ تعاریف مدیریت زنجیره تأمین ۱۷

۵-۲ اهداف مدیریت زنجیره تأمین ۲۰

۶-۲ پنج سطح عملکرد مدیریت زنجیره تأمین ۲۰

فصل سوم: چابکی زنجیره تأمین ۲۳

۱-۳ اهمیت چابکی زنجیره تأمین ۲۳

- ۲-۳ فرایندهای اصلی چابکی زنجیره تأمین ۲۵
- ۳-۳ مشکلات چابکی زنجیره تأمین ۲۵
- ۱-۳-۳ عدم اطمینان ۲۶
- ۲-۳-۳ عدم هماهنگی ۲۶
- ۴-۳ فواید اطلاعات در زنجیره تأمین ۲۷
- ۵-۳ انواع اطلاعات قابل اشتراک گذاری در زنجیره تأمین ۲۸

فصل چهارم: ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین ۲۹

- ۱-۴ معیارهای عملکرد زنجیره تأمین ۲۹
- ۲-۴ تقسیم بندی نیلی ۳۰
- ۳-۴ مدل چان ۳۰
- ۴-۴ مدل بیمون ۳۱
- ۵-۴ مدل گوناسکاران و دیگران ۳۱
- ۶-۴ مدل اسکور ۳۲
- ۷-۴ چابکی زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک ۳۴
- ۸-۴ مدیریت زنجیره تأمین سنتی و الکترونیکی ۳۵

فصل پنجم: دیدگاه‌های زنجیره تأمین ۳۷

- ۱-۵ همکاری در زنجیره تأمین ۳۷
- ۲-۵ تئوری سازمانی و مدیریت زنجیره تأمین ۳۸
- ۳-۵ دیدگاه انتخاب استراتژیک ۳۹
- ۴-۵ دیدگاه منبع محور ۳۹
- ۵-۵ دیدگاه مدیریت آگاهی (دانایی) ۴۰
- ۶-۵ ضعف‌ها و مشکلات زنجیره تأمین کالا در کشور ما ۴۲
- ۷-۵ مزایا و منافع زنجیره تأمین ۴۲

فصل ششم: زنجیره تأمین چابک ۴۵

- ۴۵..... ۱-۶ چابکی در زنجیره تأمین
- ۴۷..... ۲-۶ تعریف زنجیره تأمین چابک
- ۴۸..... ۳-۶ تولید چابک
- ۵۳..... ۴-۶ ادغام فرایندها
- ۵۳..... ۵-۶ حساسیت و پاسخ گویی به بازار
- ۵۴..... ۶-۶ مجازی سازی
- ۵۴..... ۷-۶ شبکه مداری
- ۵۴..... ۸-۶ ارکان و ویژگی های زنجیره تأمین چابک
- ۵۷..... ۹-۶ ایجاد زنجیره تأمین چابک
- ۶۱..... ۱۰-۶ مسیرهای چابکی در زنجیره تأمین

فصل هفتم: تصمیم گیری ۶۳

- ۶۳..... ۱-۷ مفهوم تصمیم گیری
- ۶۴..... ۲-۷ تصمیم گیری چیست؟
- ۶۴..... ۱-۲-۷ شهود
- ۶۴..... ۲-۲-۷ استدلال
- ۶۵..... ۳-۲-۷ به کارگیری استدلال و شهود
- ۶۵..... ۳-۷ تصمیم گیری مؤثر
- ۶۵..... ۴-۷ چه چیزی مانع تصمیم گیری مؤثر می شود؟
- ۶۷..... ۵-۷ تحلیل سلسله مراتبی (AHP)
- ۶۸..... ۶-۷ روش تحلیل سلسله مراتبی
- ۶۹..... ۷-۷ روش تحلیل سلسله مراتبی فازی AHP
- ۷۱..... ۸-۷ تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی: روش چانگ
- ۷۲..... ۹-۷ ایرادهای روش بسط یافته یافته چانگ

فصل هشتم: تحقیقات چابکی زنجیره تأمین ۷۳

۱-۸ پیشینه داخلی ۷۳

۲-۸ پیشینه خارجی ۷۸

فصل نهم: مطالعه موردی ۸۱

۱-۹ روش تحقیق ۸۱

۲-۹ نحوه گردآوری داده‌ها ۸۱

۳-۹ ابزار تحقیق ۸۲

۴-۹ جامعه آماری ۸۲

۵-۹ روش دلفی ۸۳

۶-۹ روایی و پایایی پرسشنامه ۸۵

فصل دهم: یافته‌ها ۸۹

۱-۱۰ توصیف داده‌ها ۸۹

۲-۱۰ تحلیل داده‌ها ۹۱

۱-۲-۱۰ شناسایی ۹۱

۲-۲-۱۰ رتبه بندی ۹۴

۳-۲-۱۰ اولویت بندی معیارهای اصلی با توجه به هدف ۹۴

فصل یازدهم: جمع بندی ۱۱۳

۱-۱۱ نتیجه گیری ۱۱۳

۲-۱۱ پیشنهادها ۱۱۹

منابع ۱۲۳

منابع فارسی ۱۲۳

منابع انگلیسی ۱۲۷

پیش‌گفتار

شرکت برای کسب پیروزی در محیط‌های تجاری که به سرعت در حال تغییر هستند بایستی رابطه خود را با مشتریان و تأمین‌کنندگان تنظیم نمایند تا با همکاری یکدیگر به سطحی از چابکی ماورای انتظار نائل آیند. زنجیره تأمین چابک ابزار رقابتی است که می‌تواند در این راه کمک شایانی نماید. این روش مبتنی بر مجتمع‌سازی کارآمد اطلاعاتی و سازمانی در کل زنجیره عرضه سازمان می‌باشد. اینکه آیا یک زنجیره تأمین چابک است یا خیر نیازمند پرسیدن چندین سؤال است. به عنوان مثال چابکی واقعاً به چه معناست و چگونه می‌توان آن را اندازه‌گیری نمود؟ علاوه بر این چگونه چابکی را می‌توان به‌طور مؤثری کسب نموده و آن را افزایش داد؟

طی سال‌های اخیر، پیشرفت در فناوری اطلاعات مانند سیستم‌های مدیریت پایگاه داده، ابزارهای ارتباطی از طریق اینترنت و نیز روش‌های حل مدل‌های کمی بزرگ مانند تبادل الکترونیکی داده‌ها، برنامه‌ریزی ریاضی چشم‌اندازهای جدیدی برای برنامه‌ریزی و کنترل جریان‌ها در طول یک زنجیره تأمین گشوده است. امروزه شرکت‌ها ناگزیرند برای ارتقاء کیفیت محصول خود، همکاری‌های گسترده و تنگاتنگی با دیگر شرکت‌های درگیر در زنجیره تأمین محصول داشته باشند. در مدیریت کیفیت زنجیره تأمین بستر لازم برای همکاری‌های اثربخش اعضای زنجیره تأمین در این زمینه فراهم می‌آید. به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران در دنیای رقابتی امروز، رقابت از سطح شرکت‌ها به رقابت میان زنجیره تأمین آن‌ها کشیده شده و برخورداری از یک زنجیره تأمین کارا و چالاک، یک مزیت رقابتی بسیار مهم و تعیین‌کننده در عرصه رقابت محسوب می‌شود. در این راستا بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که با کشیده شدن رقابت از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آن‌ها، کیفیت و مدیریت کیفیت محصول نیز باید از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آن‌ها گسترش داده شود؛ زیرا همان‌طور که یک کالا از یک عضو زنجیره تأمین به عضو دیگر آن در جریان است، کیفیت آن نیز می‌تواند توسط سایر شرکت‌هایی که در تملک ما نیستند، تحت تأثیر قرار گرفته و

تضعیف و یا تقویت شود. بنابراین شرکت‌ها ناگزیرند برای بر خورداری از یک مدیریت کیفیت مؤثر و کارآمد که کیفیت محصول نهایی به مشتریان را تضمین نماید، عمل کنند؛ زیرا مدیریت زنجیره تأمین با ایجاد ارتباط مؤثر میان شرکای زنجیره، «فرا سازمانی» فرصت و بستری را برای آن‌ها فراهم می‌آورد که قادر خواهند بود در زمینه بهبود کیفی محصولات و خدمات خود با یکدیگر همکاری و مشارکت مؤثرتری داشته باشند.

هدف کتاب حاضر، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر چابکی زنجیره تأمین با رویکرد تحلیل توسعه‌ای فازی در صنعت فرش ماشینی شهرستان آران و بیدگل بود. خوشه اول جامعه آماری در این کتاب، صاحبان و مدیران شرکت‌های فرش ماشینی آران و بیدگل که سابقه فعالیت آن‌ها حداقل ۱۵ سال و مدرک تحصیلی آن‌ها حداقل کارشناسی به تعداد ۸۷ نفر می‌باشد و خوشه دوم، صاحبان و مدیران شرکت‌های فرش ماشینی آران و بیدگل که تعداد آنها ۲۵۵ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه اول از روش نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۳۶ نفر انتخاب شد. همچنین برای انتخاب نمونه از جامعه دوم از جدول مورگان تعداد ۱۵۱ نفر استفاده شد. پس از استخراج داده‌های مورد نظر از طریق پرسشنامه خبرگان و مقایسات زوجی، از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۳ برای به دست آوردن میانگین و انحراف معیار مربوط به نظرات خبرگان در پرسشنامه اول و از اکسل و Expert Choice برای رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده استفاده شد. در نهایت اولویت‌های عوامل مؤثر بر چابکی زنجیره تأمین عبارت‌اند از: معرفی محصول جدید، توسعه مهارت‌های کارکنان، انعطاف‌پذیری، کاهش هزینه‌ها، رضایت مشتری، به کارگیری فناوری اطلاعات، ادغام فرآیندها، کیفیت محصول، سرعت تحویل، حساسیت و پاسخگویی به بازار، برنامه‌ریزی متناسب.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: مدیریت زنجیره تأمین

فصل سوم: چابکی زنجیره تأمین

فصل چهارم: ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین

فصل پنجم: دیدگاه‌های زنجیره تأمین

فصل ششم: زنجیره تأمین چابک

فصل هفتم: تصمیم‌گیری

فصل هشتم: تحقیقات چابکی زنجیره تأمین

فصل نهم: مطالعه موردی

فصل دهم: یافته‌ها

فصل یازدهم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب بنده را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

علی اصغر باقری

بهار ۱۴۰۰

Supply Chain Agility

Ali Asghar Bagheri

طی سال‌های اخیر، پیشرفت در فناوری اطلاعات مانند سیستم‌های مدیریت پایگاه داده، ابزارهای ارتباطی از طریق اینترنت و نیز روش‌های حل مدل‌های کمی بزرگ مانند تبادل الکترونیکی داده‌ها، برنامه‌ریزی ریاضی چشم‌اندازهای جدیدی برای برنامه‌ریزی و کنترل جریان‌ها در طول یک زنجیره تأمین گشوده است. امروزه شرکت‌ها ناگزیرند برای ارتقاء کیفیت محصول خود، همکاری‌های گسترده و تنگاتنگی با دیگر شرکت‌های درگیر در زنجیره تأمین محصول داشته باشند. در مدیریت کیفیت زنجیره تأمین بستر لازم برای همکاری‌های اثربخش اعضای زنجیره تأمین در این زمینه فراهم می‌آید. به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران در دنیای رقابتی امروز، رقابت از سطح شرکت‌ها به رقابت میان زنجیره تأمین آن‌ها کشیده شده و برخورداری از یک زنجیره تأمین کارا و چالاک، یک مزیت رقابتی بسیار مهم و تعیین‌کننده در عرصه رقابت محسوب می‌شود. در این راستا بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که با کشیده شدن رقابت از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آن‌ها، کیفیت و مدیریت کیفیت محصول نیز باید از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آن‌ها گسترش داده شود؛ زیرا همان‌طور که یک کالا از یک عضو زنجیره تأمین به عضو دیگر آن در جریان است، کیفیت آن نیز می‌تواند توسط سایر شرکت‌هایی که در تملک ما نیستند، تحت تأثیر قرار گرفته و تضعیف و یا تقویت شود. بنابراین شرکت‌ها ناگزیرند برای برخورداری از یک مدیریت کیفیت مؤثر و کارآمد که کیفیت محصول نهایی به مشتریان را تضمین نماید، عمل کنند؛ زیرا مدیریت زنجیره تأمین با ایجاد ارتباط مؤثر میان شرکای زنجیره، «فرا‌سازمانی» فرصت و بستری را برای آن‌ها فراهم می‌آورد که قادر خواهند بود در زمینه بهبود کیفی محصولات و خدمات خود با یکدیگر همکاری و مشارکت مؤثرتری داشته باشند.

