

مدیریت زنجیره کالا

مؤلف:

سعید امینی کسبی

www.ketab.ir

- سرشناسه : امینی کسبی، سعید، ۱۳۷۱-
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت زنجیره کالا/ مولف سعید امینی کسبی.
مشخصات نشر : تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی اولین ها، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری : ۱۲۶ ص.
شابک : ۱۳۰۰۰۰ ریال ۲-۸۳-۵۵۲۵-۶۲۲-۹۷۸-۹
وضعیت فهرست : فیا
نویسی :
یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۱۴ - ۱۱۸.
موضوع : تدارکات بازرگانی -- مدیریت
Business logistics -- Management
توزیع کالا -- مدیریت
Physical distribution of goods -- Management
رده بندی کنگره : ۵/۳۸HD
رده بندی دیویی : ۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی : ۹۲۳۹۹۷۵
اطلاعات رکورد : فیا
کتابشناسی :

تهران. میدان انقلاب. نبش ۱۲ فروردین پلاک ۱۲۲۰ طبقه اول. نشر و پخش همراه ۰۹۱۲۲۳۷۴۷۱۵-

عنوان: مدیریت زنجیره کالا

نویسنده: سعید امینی کسبی

نشر و پخش: موسسه فرهنگی انتشاراتی اولین ها

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: آبان

قیمت: ۱۳۰۰۰۰ تومان

شابک: ۲-۸۳-۵۵۲۵-۶۲۲-۹۷۸

در رقابت‌های جهانی موجود در عصر حاضر، باید محصولات متنوع را با توجه به درخواست مشتری، در دسترس وی قرار داد. خواست مشتری بر کیفیت بالا و خدمت رسانی سریع، موجب افزایش فشارهایی شده است که قبلاً وجود نداشته است، در نتیجه شرکت‌ها نمی‌توانند به تنهایی از عهده تمامی کارها برآیند. در بازار رقابتی موجود، بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی علاوه بر پرداختن به سازمان و منابع داخلی، خود را به مدیریت و نظارت بر منابع و ارگان‌های مرتبط خارج از سازمان نیازمند یافته‌اند. علت این امر در واقع دستیابی به مزیت یا مزایای رقابتی با هدف کسب سهم بیشتری از بازار است. بر این اساس، فعالیت‌های نظیر برنامه‌ریزی عرضه و تقاضا، تهیه مواد، تولید و برنامه‌ریزی محصول، خدمت‌نگهداری کالا، کنترل موجودی، توزیع، تحویل و خدمت به مشتری که قبلاً همگی در سطح شرکت انجام می‌شده اینک به سطح زنجیره عرضه (زنجیره تقاضا - زنجیره ارزش) انتقال پیدا کرده است. مسئله کلیدی در یک زنجیره تامین، مدیریت و کنترل هماهنگ تمام این فعالیت‌ها است. مدیریت زنجیره تامین^۱ پدیده‌ای است که این کار را به طریقی انجام می‌دهد که مشتریان بتوانند خدمت قابل اطمینان و سریع را از محصولات با کیفیت قابل مطلوب و با حداقل هزینه دریافت کنند.

امروزه مدیریت زنجیره تامین هسته مرکزی سازماندهی در صنایع جهانی و به عنوان یکی از مبانی زیر ساختی پیاده‌سازی کسب‌وکار الکترونیک در دنیا مطرح است.

«شاخص‌های متنوعی برای ارزیابی عملکرد زنجیره تامین وجود دارد. اما شاخص‌هایی که بیشتر برای پایش عملکرد زنجیره تامین به کار می‌رود شامل شاخص‌های هزینه‌ای و شاخص‌های عملکردی می‌باشد. برخی از شاخص‌های هزینه‌ای شامل هزینه‌های موجودی و هزینه‌های عملیاتی و برخی

شاخص‌های عملکردی شامل زمان تحویل، احتمال دیرکرد، سطح سرویس و اثر ضربه شلاقی^۱ است»
(Shoumen & Granger, ۲۰۰۶).

«شناسایی و بررسی عواملی که مانع تحقق اثربخشی مورد انتظار در زنجیره تامین می‌گردد، دارای اهمیت فراوان هستند که از این عوامل می‌توان به اثر شلاقی (نجفی، زنجیرانی فراهانی، ۱۳۸۶) و سطح سرویس اشاره کرد.» در این مطالعه بر روی اثر ضربه شلاقی و نحوه کاهش دادن این اثر با بهبود تکنیک‌های پیش‌بینی برای دستیابی به یک زنجیره تامین کارا و همچنین ارتباط بین نوسانات موجودی و سطح سرویس دهی تمرکز می‌گردد.

مدیریت کیفیت جامع (TQM^۲) در ۱۹۷۰ با ادعای بالا بردن کیفیت با هزینه کم در میان مدیران و طراحان عملیات مقبولیت زیادی یافت. تولید ناب^۳ در ۱۹۸۰ با توجه به موفقیت بدست آمده در شرکت تویوتا و موفقیت تولید به هنگام (JIT^۴) و توانایی تولید انعطاف پذیر و کاهش هزینه‌ها به وسیله کاهش سطح موجودی موجب رضایت و خوشنودی مدیران شد، اگرچه خیلی زود توسط برنامه ریزی خطی مشخص شد که هزینه‌های تولید یا پیروی از TQM و JIT به سادگی کاهش می‌یابد. جهانی سازی در ۱۹۹۰ با بهبود فن‌آوری اطلاعات (ICT^۵) همزمان شد و توجه به تولید در مدت کوتاه و مدیریت زنجیره تامین جلب شد به نحوی که بتواند خود را با تقاضا هماهنگ کند.

به مجموعه رویکردهایی که کارایی تامین کننده، تولید کننده، توزیع کننده، عمده فروش و خرده‌فروش را از مرحله تولید تا توزیع افزایش می‌دهد و کالا را به مقدار صحیح و به محل صحیح و در زمان صحیح با حداقل کردن هزینه کل سیستم و رسیدن به سطح مورد نظر سفارش می‌فرستد را مدیریت زنجیره تامین (SCM^۶) گویند (Simchi & Kaminsky, ۲۰۰۳). با نگاهی به این نظریه به

^۱ - Bullwhip Effect

^۲ - Total Quality Management

^۳ - Lean Production

^۴ - Just in Time

^۵ - Information Communication Technology

^۶ - Supply Chain Management

شباهت موجود بین SCM و بازار رقابت اقتصادی پی خواهیم برد. بازار اقتصادی ایجاب می کند که ترکیب کالا و خدمات به شیوه ای درست به تولید اقدام کند و نهایتاً به روشی درست توزیع شود ، همانند این اگر طراحی و اجرای SCM به درستی انجام شود می تواند با کاهش هزینه ها و بهبود توان رقابتی ، کارایی تجارت را افزایش دهد . لازمه این امر فهم کامل کلیه فاکتورهایی است که موجب بی ثباتی در طراحی و اجرای کارای استراتژی SCM از بعد عرضه و تقاضا است.

پیش بینی یک فعالیت قدیمی است که در سال های اخیر بسیار پیچیده تر شده است. مدت زمان زیادی انتظار می رفت رفتار آینده به صورت ساده و یا چرخه ای (مانند فصلی) باشد به همین منظور برای پیش بینی از روش هایی مانند میانگین ساده ، میانگین متحرک ، میانگین متحرک دوپل ، میانگین متحرک وزنی ، هموارسازی نمایی و روش پیش بینی فصلی استفاده می شد. اما امروزه از ترکیب سری های زمانی ، تکنیک اقتصادسنجی و... برای پیش بینی استفاده می شود که می توان با ترکیب آنها به صورتی دقیق مقادیر با ارسای و تولید کرد.

در اقتصاد بازار ، تصمیمات تولید بر اساس تقاضا و در حالی که تقاضای مشتری هنوز بیان نشده است گرفته می شود. علاوه بر این به علت نقص و کمبود در به اشتراک گذاری اطلاعات (حتی بعد از مشخص شدن تقاضا) بین اعضا ، تغییرات سفارشات در طول زنجیره تامین گسترش می یابد که باعث ایجاد "اثر ضربه شلاقی" در زنجیره تامین شده که خود عاملی برای عدم کارایی در SCM است. نتیجه این اثر مازاد هزینه سرمایه و موجودی و احتیاج به افزایش انبارها و افزایش هزینه های حمل و نقل (به علت کمبود وسایل حمل و نقل - LTL^1) و نهایتاً نوسانات زیاد تقاضا است (Lee, et al , ۱۹۹۷).

تفاوت در روش های متفاوت پیش بینی (از داده های مشابه) در مراحل متفاوت SCM توسط شرکت کنندگان (صاحبان فرآیند) ممکن است اطلاعات متفاوتی را موجب شود

¹ - less-than-truckload