

عنوان مقاله:

استراتژیهای زنجیره تامین (SCM) در جهت دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت در مدیریت

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

عباس تمجیدی - استادیار گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

میثم مهری چروده - دانشجوی دکتری مدیریت گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

خلاصه مقاله:

در اقتصاد امروزه دیگر رقابت یک شرکت در برابر یک شرکت دیگر نیست بلکه رقابت بر سر یک زنجیره بر سر یک زنجیره دیگر است. مدیریت زنجیره تامین از مواردی است که دارای اهمیت زیادی می باشد و در سال های اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته است. هارلند مدیریت زنجیره تامین را مدیریت شبکه های از کسب و کارهای به هم پیوسته میداند که در تدارک نهایی کالاها و خدمات مورد نیاز مشتریان نهایی مشارکت دارند. بررسی عملکرد زنجیره تامین مورد توجه تعداد زیادی از محققان قرار گرفته است. در گذشته ارزیابی عملکرد بیشتر مبتنی بر هزینه/کارایی، سود محوری، دوره های زمانی کوتاه مدت با شاخصهای مجزا وفردی بود در حالی که با تشدید رقابت، رویکردهای جدیدتری مطرح شده اند که عبارت اند از: ارزش محوری، مشتری محوری، دوره های زمانی بلند مدت و استفاده از مجموعه شاخصهای گروهی برای ارزیابی عملکرد. با توجه به این موارد، انتخاب یک رویکرد مناسب برای ارزیابی عملکرد زنجیره مهم میباشد. در دو دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی، سازمانها برای افزایش توان رقابتی خود تلاش می کردند تا با استانداردسازی و بهبود فرآیندهای داخلی خود محصولی با کیفیت بهتر و هزینه کمتر تولید کنند. در آن زمان تفکر غالب این بود که مهندسی و طراحی قوی و نیز عملیات تولید منسجم و هماهنگ پیش نیاز دستیابی به خواسته های بازار و در نتیجه کسب سهم بازار بیشتری است. به همین دلیل سازمان ها تمام تلاش خود را بر افزایش کارایی معطوف می کردند. در دهه ۸۰ میلادی با افزایش تنوع در الگوهای مورد انتظار مشتریان، سازمان ها به طور فزاینده ای به افزایش انعطاف پذیرش در خطوط تولید و توسعه فرآورده های تازه برای ارضای نیازهای مشتریان علاقه مند شدند. در دهه ۹۰ میلادی، به همراه بهبود در فرآیندهای تولید و به کارگیری الگوهای مهندسی مجدد، مدیران بسیاری از صنایع دریافته اند که برای ادامه حضور در بازار تنها بهبود فرآیندهای داخلی و انعطاف پذیری در توانایی های شرکت کافی نیست بلکه تامین کنندگان قطعات و مواد نیز باید موادی با بهترین کیفیت و کمترین هزینه تولید کنند و توزیع کنندگان محصولات نیز باید ارتباط نزدیکی با سیاستهای توسعه بازار تولیدکننده داشته باشند؛ با چنین نگرشی، رویکردهای زنجیره تامین و مدیریت آن پا به عرصه وجود نهاد مساله زنجیره تامین در دنیای امروز به عنوان یک مزیت رقابتی عمده در راستای کاهش قیمت تمام شده مطرح است؟ زنجیره تامین شامل خرید و تامین، لجستیک و حمل و نقل، بازاریابی، رفتار سازمانی، شبکه، مدیریت استراتژیک، مدیریت سیستم های اطلاعاتی و مدیریت عملیات می باشد

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تامین ، استراتژیهای مدیریت ، SCM ، رفتار سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1275516>

