

## عنوان مقاله:

مطالعه تطبیقی مدیریت زنجیره عرضه سنتی و مدیریت موجودی توسط فروشنده

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

فاطمه عبدلی سفیددشتی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه خاتم

امید فتاحی ولیلایی - استادیار دانشگاه صنعتی شریف

## خلاصه مقاله:

هدف مدیریت زنجیره عرضه، توسعه مکانیسم هایی است که بتواند اهداف مجزای اعضای زنجیره عرضه را در یک راستا قرار داده و تصمیمگیری ها و فعالیت های آنها را برای بهینه سازی عملکرد کل سیستم با یکدیگر هماهنگ سازند. در دورانی با چنین وضعیت رقابتی سختی، خردهفروشان تمامی تلاش خود را از طریق بهینه سازی فرآیندهای زنجیره عرضه برای کاهش هزینه ها به کار گرفته اند. مدیریت کارآی زنجیره عرضه نیازمند انتقال سریع و دقیق اطلاعات طی زنجیره عرضه است. در سالیان اخیر توجه زیادی به زنجیره عرضه هماهنگ و یکپارچه شده است. از طریق پیاده سازی نظام هماهنگ و درون سازمانی و برون سازمانی که متمرکز بر نیازهای مشتریان است، می توان در عین پاسخگویی بالا، به یک زنجیره عرضه کارا دست پیدا کرد. با توجه به اهمیت موضوع، در این مقاله سیستم مدیریت موجودی توسط فروشنده و سیستم سنتی بررسی شده و مزایا و محدودیت آنها بیان شده است. به منظور تحقق هدف تحقیق از روش کتابخانه ای و ابزار فیش برداری استفاده شده است. بررسی ها نشان داد در بازار مدرن رقابت جهانی، هماهنگی و همکاری راهبردی مشتری و فروشنده به منظور روابط مشترک طولانی ضروری است. مدیریت موجودی توسط فروشنده، شیوه بی نوین در یکپارچه سازی زنجیره عرضه است. در این سیستم فروشنده عهده دار مسئولیت کنترل و مدیریت موجودی در محل خریدار است. کاربرد موثر مدیریت موجودی توسط فروشنده نیازمند فائق آمدن بر محدودیت ها است بدین منظور در پایان راهکارهایی برای اینموضوع بیان گردید.

## کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره عرضه، زنجیره عرضه سنتی، مدیریت موجودی توسط فروشنده، اشتراک اطلاعات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/425770>

