

عنوان مقاله:

ارزیابی تامین کنندگان شرکت های قطعه سازی خودرو جهت اختصاص اندازه سهم در زنجیره تامین خودروسازی براساس وزن دهی شاخص های کلیدی الزامات مشتری بوسیله روش ANP (مورد مطالعاتی شرکت تولید کننده قطعات لاستیک و لاستیک فلز: ضربه گیر و زیرباطری)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار و حسابداری با تاکید بر ارزش آفرینی و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

فاطمه ابوجعفری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی _ استراتژیک، دانشگاه حضرت معصومه، قم، ایران

خلاصه مقاله:

تامین کنندگان جزء حیاتی یک سازمان هستند. داشتن تامین کنندگان مناسب می تواند یک مزیت رقابتی برای سازمان ها خصوصا شرکت های تولیدی به شمار آید. کیفیت، قیمت و تحویل به موقع منابع تامین و پیمانکارهای قطعات برون سپاری شده تاثیر بسزایی در رضایت مشتری در آخرین حلقه زنجیره تامین دارد. مساله رتبه بندی و انتخاب تامین کنندگان در بر گیرنده معیارها و در بسیاری مواقع زیرمعیارهایی است با یکدیگر در ارتباط هستند و برای حل آن باید از روش های چند معیاره (MCDM) و گاهی روش های ترکیبی تیوری تصمیم گیری استفاده کرد. در این تحقیق به رتبه بندی تامین کنندگان قطعات فلزی یک شرکت تامین کننده قطعات خودرو براساس وزن دهی معیارهای از پیش تعیین شده الزامات مشتری (سایکو و سازه گستر) با استفاده از فرایند تحلیل شبکه ای ANP پرداخته ایم و برترین تامین کننده انتخاب شده تا بیشترین سهم خرید مواد اولیه فلزی را در زنجیره تامین به خود اختصاص دهد. معیارها شامل: 1- کیفیت 2- تحویل به موقع 3- امتیاز آدیت های دوره ای 4- ارزیابی سیستم بودند.

کلمات کلیدی:

فرایند تحلیل شبکه ای (ANP)، ارزیابی عملکرد تامین کنندگان، زنجیره تامین، تصمیم گیری چند معیاره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/822491>

