



به نام خدا

آموزش مسؤل تداركات و لجستيك تكميلي در سازمانها، نهادها و بنگاه هاي كسب و كار

مؤلف:

دکتر علی اشرف احمدیان



مؤسسه فرهنگی هنری
دیبگران تهران

هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: آموزش مسؤل تدارکات و لجستیک تکمیلی در سازمانها، نهادها و بنگاه های کسب و کار

◀ مولف: علی اشرف احمدیان

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: مهدیه مخبری

◀ صفحه آرای: نازنین نصیری

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۱

◀ چاپ و صحافی: آذین

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۱۳۸۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۴۲-۵

◀ نشانی واحد فروش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه

◀ تقاطع شهدای ژاندارمری-پلاک ۱۵۸ ساختمان دانشگاه-

◀ طبقه دوم-واحد ۴ تلفن ها: ۶۶۹۶۵۷۴۹-۲۲۰۸۵۱۱۱

◀ فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagaran-tehran.com

سرشناسه: احمدیان، علی اشرف، ۱۳۶۰-

عنوان و نام پدیدآور: آموزش مسؤل تدارکات و لجستیک تکمیلی در سازمانها، نهادها و بنگاه های کسب و کار/مؤلف: علی اشرف احمدیان.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۸۸ص: مصور، جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۴۲-۵

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتاب حاضر جلد دوم کتاب " آموزش مسؤل تدارکات و لجستیک در سازمانها، نهادها و بنگاه های کسب و کار" در نظر گرفته شده است.

موضوع: تدارکات بازرگانی business logistics

موضوع: خرید (کالا و خدمات)-مدیریت

موضوع: purchasing-management

موضوع: توزیع کالا-مدیریت

موضوع: physical distribution of goods-management

رده بندی کنگره: ۳۸/۵ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۵

شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۰۷۳۶۲

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل هشتم	جایگاه کیفیت در تدارکات مؤثر	۱۴
مقدمه		۱۵
تعاریف کیفیت		۱۵
کیفیت در دنیای خرید و تدارکات		۱۵
نقش مشتری و اعتماد متقابل		۱۶
چرایی الزامات کیفیت		۱۷
بهبود مستمر		۱۷
برون سپاری الزامات خرید		۱۸
مدیریت کیفیت در تدارکات و خرید خارجی و داخلی		۱۸
بهره‌گیری از مدیریت کیفیت جامع در تدارکات		۱۹
اصول مدیریت کیفیت جامع		۱۹
تعریف کیفیت از منظر مشتریان و نیازهای آنها		۱۹
اصول مهم دمینگ در مورد کیفیت		۲۰
اصل اول: ایجاد چشم‌انداز و نشان دادن تعهد به بهبود محصولات و خدمات		۲۰
اصل دوم: ایجاد فلسفه جدید مدیریت		۲۱
اصل سوم: بازرسی را درک کنید		۲۱
اصل چهارم: تصمیم‌گیری صرفاً براساس قیمت را متوقف کنید		۲۱
اصل پنجم: به‌طور مداوم و برای همیشه پیشرفت کنید		۲۲
اصل ششم: آموزش مداوم داشته باشید		۲۲
اصل هفتم: رهبری سازمان		۲۲
اصل هشتم: ترس را از بین ببرید		۲۲
اصل نهم: تلاش‌های تیم‌ها را بهینه کنید		۲۳
اصل دهم: شعارهای بدون محتوا را حذف کنید		۲۳
اصل یازدهم: حذف سهمیه‌های عددی و اهداف کمی		۲۳
اصل دوازدهم: موانع افتخار در کار را بردارید		۲۴
اصل سیزدهم: تشویق به آموزش و خودسازی		۲۴
اصل چهاردهم: اقدام کنید و همه نیروها را به کار بگیرید		۲۴
پیگیری کیفیت در منبع		۲۴
تأکید بر هدف به جای اندازه‌گیری کمی و تحلیل ذهنی		۲۵
تأکید بر پیشگیری به جای تشخیص نقص		۲۶
تمرکز بر فرایند به جای خروجی		۲۶

۲۷	کنترل آماری در فرایند خرید و تدارکات
۲۸	تلاش برای عیوب صفر
۲۸	هزینه کیفیت
۲۹	مدیریت ضایعات
۳۰	ایجاد کیفیت به عهده همه
۳۰	کیفیت و شش سیگما
۳۲	استانداردهای ایزو
۳۴	استانداردهای ایزو ۱۴۰۰۱
۳۵	جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدریج
۳۶	محتویات اساسی یک کتابچه راهنمای کیفیت تأمین کننده
۳۷	خلاصه فصل و جمع بندی
۳۸	سؤال های پایانی فصل

فصل نهم مدیریت تأمین پایدار

۴۰	مقدمه
۴۰	اندازه گیری عملکرد تأمین کننده
۴۱	چه چیزی را اندازه گیری کنیم؟
۴۲	گونه شناسی تکنیک های اعتبارسنجی تأمین کننده
۴۳	سیستم طبقه بندی
۴۳	سیستم وزنی
۴۴	سیستم مبتنی بر هزینه
۴۵	غربالگری و بهینه سازی تأمین کنندگان
۴۶	مزایای یک پایگاه تأمین غربال شده
۴۶	کار با برندهای برتر
۴۷	مدیریت ریسک تدارکات
۴۸	فرایند اجرای راهبرد توسعه پایدار تأمین کننده
۴۸	گام اول: شناسایی کالاهای اساسی
۴۹	گام دوم: تأمین کنندگان حیاتی برای توسعه را شناسایی کنید
۴۹	گام سوم: تیم توسعه متقابل عملکردی را تشکیل دهید
۴۹	گام چهارم: ملاقات با تیم مدیریت ارشد تأمین کننده
۵۰	گام پنجم: شناسایی فرصت ها و احتمال بهبود
۵۰	گام ششم: معیارهای کلیدی و مکانیسم های اشتراک هزینه را تعریف کنید
۵۰	گام هفتم: دستیابی به توافق در مورد پروژه های کلیدی و منابع مورد نیاز مشترک
۵۰	گام هشتم: وضعیت پروژه ها را نظارت کنید و استراتژی ها را به صورت مناسب اصلاح کنید
۵۱	خلاصه و جمع بندی فصل
۵۱	سؤالات پایانی فصل

فصل دهم مدیریت هزینه در فرایند خرید و تدارکات ۵۲

۵۳	مقدمه
۵۳	مدیریت هزینه یک اصل اساسی در فرایند خرید و تدارکات
۵۴	مدیریت استراتژیک هزینه زنجیره تأمین
۵۷	تحلیل قیمت
۵۷	ساختار بازار
۵۸	شرایط اقتصادی
۵۸	استراتژی قیمت گذاری فروشنده
۵۹	مدل های قیمت گذاری بازار محور
۵۹	مدل حجمی قیمت
۶۰	مدل سهم بازار
۶۰	مدل اسکیمینگ بازار
۶۰	مدل قیمت گذاری مبتنی بر سطح درآمد
۶۱	مدل قیمت گذاری مبتنی بر ترفیع
۶۱	مدل قیمت گذاری رقابتی
۶۱	تخفیف های نقدی
۶۲	شاخص قیمت تولیدکننده
۶۲	مدل های قیمت گذاری مبتنی بر هزینه
۶۲	مدل قیمت گذاری نشانه گذاری هزینه
۶۳	مدل قیمت گذاری حاشیه
۶۳	مدل قیمت گذاری نرخ بازده
۶۳	مشخصات محصول
۶۴	تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر
۶۶	طراحی مفهومی
۶۷	اصلاح و استخراج عناصر مدل هزینه
۶۷	طراحی و ساخت مدل هزینه
۶۸	رویکردهای مشارکتی برای مدیریت هزینه
۶۸	تعیین قیمت هدف
۶۹	صرفه جویی اشتراکی در هزینه
۶۹	پیش نیازهای قیمت گذاری براساس هدف و هزینه
۷۰	خلاصه و جمع بندی
۷۱	سؤالات پایانی فصل

فصل یازدهم سایر حوزه های مهم در مدیریت خرید و تدارکات ۷۲

۷۳	مقدمه
----	-------

۷۳	مدیریت بهتر زنجیره تأمین
۷۴	مدیریت پروژه
۷۵	موفقیت پروژه
۷۶	مراحل و گام‌ها (فازها)ی پروژه
۷۶	مفهوم
۷۶	تعریف پروژه
۷۶	برنامه‌ریزی
۷۷	مطالعات مقدماتی
۷۷	عملکرد
۷۷	پس از اتمام
۷۷	تکنیک‌های برنامه‌ریزی و کنترل پروژه
۷۸	نمودار گانت
۷۸	تکنیک ارزیابی و بررسی برنامه مسیر بحرانی
۷۹	مدیریت پروژه در مدیریت خرید و تدارکات
۸۰	مدیریت پروژه با برآورد زمان
۸۱	تجزیه و تحلیل منحنی یادگیری
۸۲	تجزیه و تحلیل ارزش / مهندسی ارزش
۸۲	هزینه/کارکرد = ارزش
۸۲	چه کسی در تحلیل ارزش شرکت دارد؟
۸۳	تست‌هایی برای تعیین ارزش در یک محصول یا خدمات
۸۴	فرایند تحلیل ارزش
۸۴	جمع‌آوری اطلاعات
۸۴	حدس و گمان (تفکر)
۸۴	تجزیه و تحلیل
۸۵	توصیه و اجرا
۸۵	جمع‌بندی و پیگیری
۸۵	تجزیه و تحلیل تخفیف مقداری
۸۵	نقشه‌برداری فرایند
۸۷	نگاشت جریان ارزش
۸۷	فعالیت‌های دارای ارزش و انواع بدون ارزش افزوده
۹۰	مذاکره چیست؟
۹۰	کارکردهای مذاکره
۹۴	مراحل فرایند مذاکره
۹۴	مرحله ۱: اهداف مذاکره
۹۴	گام ۲: زمینه مشترک برای مذاکره

مرحله ۳: بررسی و تحلیل نیازهای طرفین	۹۴
چارچوب مذاکره در مدیریت تأمین	۹۵
نیاز منبع را شناسایی یا پیش‌بینی کنید	۹۵
تعیین کنید که آیا مذاکره یا مناقصه رقابتی مورد نیاز است؟	۹۵
تأمین‌کنندگان	۹۶
برنامه‌ریزی برای مذاکره	۹۷
انجام مذاکره	۹۸
اجرا و پیگیری قرارداد	۱۰۰
برنامه‌ریزی مذاکره	۱۰۰
اهداف خاص را توسعه دهید	۱۰۱
نقاط قوت و ضعف هریک از طرفین را تجزیه و تحلیل کنید	۱۰۱
اطلاعات مربوطه را جمع‌آوری کنید	۱۰۲
نیازهای همتای خود را بشناسید	۱۰۲
حقایق و مسائل را شناسایی کنید	۱۰۳
در مورد هر موضوع یک موضع تعیین کنید	۱۰۳
استراتژی مذاکره و تاکتیک‌های همراه را توسعه دهید	۱۰۴
سایر ذینفعان	۱۰۴
مذاکره را تمرین کنید	۱۰۵
استفاده از تحلیل میدان نیرو به‌عنوان ابزار برنامه‌ریزی	۱۰۵
قدرت در مذاکره	۱۰۵
منابع قدرت مذاکره	۱۰۶
قدرت اطلاعاتی	۱۰۶
قدرت پاداش	۱۰۶
قدرت اجباری	۱۰۷
قدرت مشروع	۱۰۷
قدرت متخصص	۱۰۷
قدرت مرجع	۱۰۷
دستورالعمل‌هایی برای تقویت خروجی امتیازات	۱۰۸
تاکتیک‌های مذاکره: تلاش برای رسیدن به توافق	۱۰۹
مذاکره برد-برد	۱۱۲
برای پیگیری توافقات یکپارچه (برد-برد)	۱۱۲
عناصر یک قرارداد	۱۱۳
مفاد و مندرجات قرارداد	۱۱۴
نحوه مذاکره و نوشتن قرارداد	۱۱۷
انواع قراردادها	۱۱۹

۱۱۹.....	قراردادهای قیمت ثابت
۱۲۰.....	قرارداد قیمت ثابت با افزایش قیمت
۱۲۰.....	قرارداد قیمت ثابت با تعیین مجدد
۱۲۱.....	قرارداد با قیمت ثابت با مشوقها
۱۲۱.....	قراردادهای مبتنی بر هزینه
۱۲۱.....	هزینه به علاوه هزینه تسویقی
۱۲۲.....	قرارداد تقسیم هزینه
۱۲۲.....	قرارداد زمان و مواد
۱۲۲.....	قرارداد هزینه به اضافه هزینه ثابت
۱۲۲.....	ملاحظات هنگام انتخاب انواع قرارداد
۱۲۴.....	قراردادهای بلندمدت در اتحادهای راهبردی و مشارکتها
۱۲۴.....	تضمین تأمین
۱۲۴.....	دسترسی به فناوری تأمین کننده
۱۲۴.....	دسترسی به اطلاعات هزینه/قیمت
۱۲۵.....	اهرم حجم
۱۲۵.....	خطرات قراردادهای بلندمدت
۱۲۵.....	فرصت طلبی تأمین کننده
۱۲۶.....	انتخاب تأمین کننده اشتباه
۱۲۶.....	عدم قطعیت حجم تأمین کننده
۱۲۶.....	تأمین کننده از کسب و کار دیگر چشم پوشی می کند
۱۲۶.....	خریدار غیر منطقی است
۱۲۷.....	عناصر احتمالی قراردادهای بلندمدت
۱۲۷.....	قیمت اولیه
۱۲۷.....	مکانیزم های تنظیم قیمت
۱۲۷.....	بهبود عملکرد تأمین کننده
۱۲۷.....	بندهای همیشه سبز، جرائم و فرار
۱۲۸.....	قراردادهای جدید
۱۲۸.....	قراردادهای سیستم های فناوری اطلاعات
۱۲۸.....	ریسک های قراردادی سیستمها
۱۲۸.....	سطح خدمات
۱۲۹.....	رفتار و رویهها
۱۲۹.....	قیمت
۱۲۹.....	معیارهای عملکرد
۱۲۹.....	رویهها
۱۲۹.....	سایر قراردادهای برون سپاری خدمات

۱۳۱.....	قراردادهای ساختوساز
۱۳۲.....	انواع دیگر قراردادهای ساختوساز
۱۳۲.....	قراردادهای خرید
۱۳۳.....	داوری
۱۳۳.....	سایر اشکال حل تعارض
۱۳۵.....	اختیارات قانونی و مسئولیت شخصی مدیر خرید
۱۳۵.....	قوانین نمایندگی
۱۳۵.....	مرجع قانونی (اختیار ناشی از قانون)
۱۳۶.....	مسئولیت شخصی
۱۳۷.....	اخلاق خرید
۱۳۷.....	خطرات رفتار غیراخلاقی
۱۳۹.....	حمایت از رفتار اخلاقی
۱۳۹.....	تدوین یک بیانیه اخلاقی
۱۳۹.....	تعهد مدیریت عالی
۱۴۰.....	روابط خریدار و فروشنده نزدیکتر
۱۴۰.....	آموزش اخلاقی
۱۴۰.....	توسعه رفتار منسجم
۱۴۰.....	گزارش داخلی رفتارهای غیراخلاقی
۱۴۱.....	اقدامات پیشگیرانه (چرخش کالا و محدودیت اختیارات)
۱۴۱.....	مسئولیت اجتماعی شرکت
۱۴۱.....	محیط زیست و پایداری
۱۴۱.....	خلاصه و جمع بندی
۱۴۱.....	سوالات پایانی فصل

فصل دوازدهم آینده خرید و تدارکات ۱۴۲

۱۴۳.....	مقدمه
۱۴۳.....	درک موجودی زنجیره تأمین
۱۴۳.....	انواع موجودی
۱۴۳.....	موجودی مواد اولیه و اقلام نیمه تمام
۱۴۴.....	موجودی کار در فرایند (کالای در جریان ساخت)
۱۴۴.....	موجودی کالاهای تمام شده
۱۴۴.....	موجودی تجهیزات نگهداری، تعمیرات و بهره برداری
۱۴۴.....	موجودی خط لوله / در ترانزیت
۱۴۵.....	هزینه های مربوط به موجودی
۱۴۵.....	هزینه های واحد
۱۴۵.....	هزینه های سفارش

۱۴۵.....	هزینه‌های حمل
۱۴۶.....	هزینه‌های کیفیت
۱۴۶.....	سرمایه‌گذاری در موجودی - دارایی یا بدهی؟
۱۴۶.....	دلایل مناسب برای سرمایه‌گذاری در موجودی
۱۴۷.....	دلایل اشتباه سرمایه‌گذاری در موجودی
۱۴۷.....	تعیین موارد سفارشی برای برنامه‌های استاندارد
۱۴۷.....	خطوط لوله مواد توسعه یافته
۱۴۸.....	فرایندهای تولید ناکارآمد
۱۴۸.....	ایجاد زنجیره تأمین ناب
۱۴۸.....	شش سیگما و تأمین ناب
۱۵۰.....	دیدگاه ناب در مورد موجودی
۱۵۰.....	تأمین ناب
۱۵۱.....	حمل و نقل ناب
۱۵۲.....	رویکردهای مدیریت سرمایه‌گذاری موجودی
۱۵۳.....	تحویل کامل سفارش مشتری
۱۵۳.....	سیستم‌های خودکار ردیابی موجودی
۱۵۴.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۵۴.....	سؤالات پایانی فصل

فصل سیزدهم جایگاه خدمات و سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت خرید و تدارکات ... ۱۵۵

۱۵۶.....	مقدمه
۱۵۶.....	مدیریت حمل و نقل
۱۵۸.....	اهمیت و ضرورت لجستیک
۱۵۸.....	مدیریت تدارکات و فرایند تأثیر
۱۵۹.....	چارچوب تصمیم‌گیری برای توسعه استراتژی حمل و نقل
۱۶۱.....	تعیین زمان و مکان کنترل حمل و نقل
۱۶۲.....	متغیرهای مؤثر در عملکرد حمل و نقل
۱۶۳.....	هزینه کل
۱۶۴.....	سرعت
۱۶۴.....	قابلیت اطمینان
۱۶۴.....	قابلیت (توانمندی)
۱۶۵.....	قابلیت دسترسی
۱۶۵.....	انتخاب یک روش حمل و نقل
۱۶۶.....	حامل‌های موتوری
۱۶۷.....	حامل‌های ریلی
۱۶۷.....	حمل و نقل هوایی

۱۶۷.....	حامل‌های آبی (دریایی).....
۱۶۸.....	حامل‌های خط لوله
۱۶۸.....	حامل‌های ترکیبی
۱۶۸.....	انتخاب حامل
۱۶۹.....	مسائل جاری حمل‌ونقل
۱۷۰.....	لجستیک مبتنی بر عملکرد.....
۱۷۰.....	برون‌سپاری لجستیک
۱۷۳.....	توسعه قابلیت مشاهده سیستم برای محموله‌های مواد
۱۷۳.....	برقراری روابط همکارانه و نزدیک با شرکت‌های حمل معتبر
۱۷۵.....	روش‌های داخلی مدیریت هزینه‌های غیرمستقیم
۱۷۶.....	روش‌های برون‌سازمانی مدیریت هزینه‌های غیرمستقیم
۱۷۶.....	حراج معکوس
۱۷۶.....	کنسرسیوم خرید
۱۷۶.....	تاکتیک‌ها و استراتژی‌های توانمندسازی
۱۷۶.....	بودجه‌ریزی بر مبنای صفر
۱۷۷.....	مدیریت هزینه‌ها در بودجه سازمان
۱۷۷.....	ساختار سازمانی
۱۷۷.....	تفویض پرداخت به مدیریت تأمین
۱۷۸.....	مصرف کنندگان پر قدرت
۱۷۸.....	کاتالوگ‌های الکترونیکی
۱۷۸.....	کدگذاری برای هزینه‌های غیرمستقیم
۱۷۹.....	تشکیل تیم منحصربه‌فرد برای تأمین کنندگان بزرگ
۱۷۹.....	برون‌سپاری منابع غیراستراتژیک غیرمستقیم
۱۷۹.....	منبع‌یابی خدمات حرفه‌ای
۱۸۰.....	چالش‌های زنجیره تأمین خدمات
۱۸۰.....	جایگاه راهبردی لجستیک
۱۸۱.....	سیستم‌های اطلاعاتی تدارکات
۱۸۲.....	گونه‌شناسی سیستم‌های زنجیره تأمین الکترونیکی
۱۸۴.....	زنجیره تأمین الکترونیکی
۱۸۴.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۸۴.....	سؤالات پایانی فصل
۱۸۵.....	منابع و مأخذ

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که تواند
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست‌دارید تألیف "جناب آقای دکتر علی اشرف احمدیان" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
dibagaran@mftplus.com

پیشگفتار

خوانندگان عزیز کتابی که در اختیار شماست، مباحث تکمیلی و ادامه یا جلد دوم کتاب آموزش کارمند تدارکات و لجستیک در سازمان‌ها، نهادها و بنگاه‌های کسب‌وکار است که در قالب شش فصل تألیف گردیده است. کتاب حاضر به نوعی مکمل و تکمیل کننده کتاب قبلی اینجانب بوده و در آن سعی شده است مباحث تکمیلی مورد نیاز در این حوزه به خوبی با رعایت جامعیت و ارزش نهادن به وقت مخاطبان عزیز در نهایت خلاصه‌نویسی و عدم حذف مطالب کلیدی مورد نیاز به ویژه در شرایط پیچیده حاکم بر فضای کسب و کار ایران که تحریم‌های متعدد و متنوع خارجی و داخلی در آن مدیران بنگاه‌ها را رنج می‌دهد، پوشش داده شود.

مباحث مطروحه در کتاب پیش‌رو باعث خواهد شد، به یک درک جامع از چارچوب‌ها، راهبردها، تاکتیک‌ها و مباحث و رویکردهای نوین در بحث خرید و تدارکات دست یابیم.

در فصل هشتم کتاب به موضوع کیفیت و جایگاه آن در تدارکات موثر پرداخته شده و اصول مدیریت کیفیت جامع و همچنین اهمیت و جایگاه کیفیت از دیدگاه مشتری و نحوه اثرگذاری آن بر عملکرد نهایی بنگاه‌ها تشریح گردیده است.

در فصل نهم مدیریت تأمین پایدار با تأکید بر اعتبارسنجی و ارزیابی عملکرد تأمین‌کننده مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

در فصل دهم به موضوع مهم مدیریت هزینه و جایگاه و اهمیت آن در فرایند قیمت‌گذاری و بهای تمام شده بنگاه پرداخته شده و راهکارهایی عملیاتی برای مدیریت راهبردی هزینه در فرایند خرید و تدارکات ارائه شده است.

فصل یازدهم، سایر حوزه‌های مهم در مدیریت خرید و تدارکات شامل؛ مدیریت پروژه؛ تجزیه و تحلیل ارزش، مذاکرات تجاری و قراردادهای خرید معرفی و جایگاه و نحوه اثرگذاری آنها بر عملکرد خرید و تدارکات تشریح شده است.

فصل دوازدهم کتاب به موضوع مهم آینده خرید و تدارکات پرداخته و مبحث تأمین ناب و مدیریت تأمین ناب و همچنین مدیریت موجودی در آن ارائه شده است.

در فصل پایانی و سیزدهم کتاب، به جایگاه خدمات و سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت خرید و تدارکات پرداخته شده است.

ضمن تشکر و قدردانی از مدیریت و همکاران گرانقدر انتشارات دیباگران در آماده‌سازی، ویرایش و انتشار به موقع کتاب، از همه خوانندگان عزیز خاضعانه تقاضا دارم نقطه‌نظرات، کامنت‌ها و پیشنهادات و انتقادات ارزشمند خود را جهت اعمال در چاپ‌های بعدی کتاب از ما دریغ نفرمایند.

خدایا چنان کن سرانجام کار تو خشنود باشی و ما رستگار

دکتر علی‌اشرف احمدیان

زمستان ۱۴۰۱