

فهرست مطالب

فصل ۱ / کلیات شغل تدارکات در سازمان‌های مختلف و صنایع متفاوت ۱۷

مقدمه	۱۸
شرایط فعلی فضای کسب و کار	۱۸
مدیریت تأمین	۲۱
اهمیت تدارکات	۲۱
تعریف مفاهیم مربوط به تدارکات و خرید	۲۶
مدیریت خرید و تأمین	۲۶
چتر فعالیت‌های زنجیره تأمین	۲۹
تعریف تدارکات و اهداف آن	۳۱
لجستیک و اهمیت آن	۳۱
شرح وظایف اداره تدارکات و پشتیبانی دانشگاه	۳۳
خلاصه و جمع‌بندی فصل	۳۳
سؤالات پایانی فصل	۳۳

فصل ۲ / فرایند خرید و تدارکات در یک نمای کلی ۳۴

مقدمه	۳۵
اهداف خرید و تدارکات	۳۶
تضمین تأمین	۳۶
مدیریت فرایند تدارکات تا پرداخت به‌نحوی کارآمد و مؤثر	۳۷
مدیریت عملکرد تأمین‌کننده	۳۸
ایجاد و توسعه اهداف همسو با ذینفعان داخلی	۳۹
تدوین و ایجاد استراتژی‌های تأمین یکپارچه	۳۹
نقش‌ها و مسئولیت‌های مدیریت تأمین استراتژیک	۴۰
تجزیه و تحلیل مخارج	۴۱
مدیریت تقاضا و مشخصات	۴۱
مدیریت رده و ارزیابی/انتخاب تأمین‌کنندگان	۴۲
مدیریت قرارداد	۴۳
مدیریت هزینه	۴۴

۴۵	مدیریت فرایند خرید تا پرداخت
۴۵	مدیریت ارتباط با تأمین کنندگان
۴۶	ایجاد یک استراتژی مدیریت تأمین
۴۷	بهبود فرایند خرید تا پرداخت
۴۹	پیش‌بینی و برنامه مورد نیاز
۵۰	تشریح نیازها
۵۱	شرایط خرید/بیانیه کار
۵۳	الزامات خرید مسافرتی / بارکد
۵۳	پیش‌بینی‌ها و سفارشات مشتری
۵۴	سیستم نقطه سفارش مجدد
۵۴	ارزیابی موجودی
۵۵	تیم‌های منبع‌یابی متقابل
۵۶	شرح یا توصیف مورد درخواستی
۵۷	شناسایی و انتخاب تأمین کننده
۵۹	مناقشه یا مذاکره؟
۶۰	درخواست برای مظنه یا قیمت
۶۰	مشخصات یا نقشه‌ها
۶۱	ارزیابی تأمین کنندگان
۶۲	تأیید، قرارداد و آماده‌سازی سفارش خرید
۶۲	سفارش خرید
۶۳	طراحی دستورالعمل برای یک سفارش خرید
۶۴	سفارش خرید گردش کل
۶۵	انتشار خرید مواد
۶۵	دریافت و بازرسی
۶۶	برگه بسته‌بندی مواد
۶۷	بارنامه حمل
۶۷	دریافت گزارش مغایرت
۶۷	تسویه و پرداخت فاکتور
۶۷	نگهداری سوابق
۶۸	اندازه‌گیری و مدیریت مداوم عملکرد تأمین کننده
۶۸	مهندسی مجدد فرایند خرید تا پرداخت
۶۹	موجودی کالا در سیستم
۷۰	انواع خرید

۷۰	مواد خام
۷۰	محصولات و اجزای نیمه تمام
۷۱	محصولات نهایی
۷۱	اقدام نگهداری، تعمیر و بهره‌برداری
۷۲	اقدام پشتیبانی تولید
۷۲	خدمات
۷۲	تجهیزات سرمایه‌ای
۷۳	حمل‌ونقل و خرید شخص ثالث
۷۳	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۷۴	سوالات پایانی فصل

فصل ۳ / سیاست‌های خرید و تدارکات ۷۵

۷۶	مقدمه
۷۶	سیاست یا خط‌مشی سازمان
۷۶	مزایا و معایب سیاست‌های سازمان
۷۷	عوامل اثرگذار بر ایجاد یک سیاست مؤثر
۷۸	خط‌مشی‌های خرید و تدارکات
۷۸	سیاست‌های تعیین‌کننده نقش خرید
۷۹	سیاست‌های تعیین رفتار خرید پرسنل
۷۹	سیاست اخلاقی
۸۰	سیاست متقابل
۸۰	معاملات غیراصولی با تأمین‌کنندگان
۸۰	سیاست‌های تعیین اهداف اجتماعی کسب‌وکار
۸۱	حمایت از تأمین‌کنندگان متنوع و متعلق به اقلیت
۸۱	سیاست‌های مربوط به تعریف روابط خریدار و فروشنده
۸۳	اصول و رهنمودهای انعقاد قراردادهای خرید
۸۳	اختلالات کاری یا مشکلات دیگر در حوزه تأمین‌کنندگان
۸۳	سایر سیاست‌های مربوط به روابط خریدار و فروشنده
۸۴	خط‌مشی‌هایی که مسائل عملیاتی را تعریف می‌کنند
۸۵	مسئولیت تأمین‌کننده برای مواد معیوب
۸۵	خط‌مشی مقایسه و ارزیابی اقدام خریداری شده
۸۶	سایر سیاست‌های عملیاتی
۸۶	رویه‌های خرید
۸۷	استفاده صحیح از فرم‌های خرید

۸۸	توسعه قراردادهای حقوقی
۸۹	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۹۰	سوالات پایانی فصل

فصل ۴ / جایگاه خرید و تدارکات در دستیابی به مزیت رقابتی ۹۱

۹۲	مقدمه
۹۲	یکپارچه‌سازی درون سازمانی
۹۴	یکپارچه‌سازی داخلی
۹۶	پیوندهای داخلی مدیریت تأمین
۹۶	عملیات
۹۷	تضمین کیفیت
۹۷	مهندسی
۹۸	حسابداری و امور مالی
۹۹	بازاریابی، توزیع و فروش
۹۹	مدیریت حقوقی
۹۹	مسئولیت زیست‌محیطی و اجتماعی
۹۹	یکپارچه‌سازی خارجی
۱۰۰	تأمین‌کنندگان
۱۰۰	دولت
۱۰۰	روابط مشترک خریدار و فروشنده
۱۰۲	مزایای روابط نزدیکتر خریدار و فروشنده
۱۰۲	اعتماد متقابل
۱۰۲	قراردادهای بلندمدت
۱۰۳	موانع پیش‌روی روابط نزدیک‌تر خریدار و فروشنده
۱۰۳	محرمانگی؛ به‌ویژه در حوزه مباحث مالکیت معنوی
۱۰۳	علاقه محدود تأمین‌کنندگان
۱۰۳	موانع قانونی
۱۰۳	مقاومت در برابر تغییر
۱۰۴	عناصر حیاتی برای مدیریت ارتباط با تأمین‌کننده
۱۰۵	تیم‌های منبع‌یابی متقابل
۱۰۶	مزایای تیم متقابل
۱۰۶	کاهش زمان برای تکمیل یک کار
۱۰۶	افزایش نوآوری
۱۰۷	مسئولیت مشترک اعضا

۱۰۷.....	ارتباطات پیشرفته بین دفاتر یا سازمان ها
۱۰۸.....	اشکالات احتمالی رویکرد تیمی متقابل
۱۰۸.....	اثرات منفی بر تک تک اعضا
۱۰۸.....	تصمیم های ضعیف تیم
۱۰۹.....	شکل گیری یک تیم متقابل
۱۰۹.....	الزامات آموزشی
۱۱۱.....	استفاده از تیم های متقابل برای ارزیابی و انتخاب تأمین کننده
۱۱۲.....	محل مشترک پرسنل خریدار و تأمین کننده
۱۱۲.....	توسعه اعتماد
۱۱۲.....	مشارکت در فناوری
۱۱۳.....	برنامه های پیشنهادی تأمین کننده
۱۱۴.....	تیم های بهبود روابط خریدار - فروشنده
۱۱۴.....	خلاصه و جمع بندی فصل
۱۱۵.....	سوالات پایانی فصل

فصل ۵ / سازمان مدیریت خرید و تأمین ۱۱۶

۱۱۷.....	مقدمه
۱۱۷.....	ساختار مدیریت تدارکات
۱۱۷.....	قدرت متمرکز و قدرت غیرمتمرکز در خرید و تدارکات
۱۱۸.....	عوامل مؤثر بر پذیرش ساختارهای متمرکز و غیرمتمرکز
۱۱۹.....	راهبرد کلی شرکت
۱۱۹.....	هزینه های خرید و تدارکات
۱۱۹.....	مدیریت عالی سازمان
۱۲۰.....	مزایای ساختارهای خرید متمرکز
۱۲۰.....	حجم خرید
۱۲۰.....	کاهش نیاز به تلاش های تکراری
۱۲۱.....	توسعه تخصصی
۱۲۱.....	مزایای خرید غیرمتمرکز
۱۲۱.....	درک الزامات عملیاتی منحصربه فرد
۱۲۲.....	اتخاذ تصمیم های خرید مؤثرتر
۱۲۲.....	مکانیسم های مدیریت تصمیم های خرید و تدارکات
۱۲۲.....	گروه های خرید منطقه ای
۱۲۳.....	شوراهای کالایی
۱۲۳.....	مراکز تعالی

۱۲۳.....	گروه خدمات مشترک
۱۲۳.....	موقعیت خرید در ساختار سازمانی
۱۲۴.....	عوامل مؤثر بر موقعیت خرید در سلسله مراتب سازمانی
۱۲۴.....	تأثیر بر عملکرد سازمانی
۱۲۴.....	نقش مؤسسين
۱۲۴.....	نوع صنعت
۱۲۵.....	نوع مواد و خدمات خریداری شده
۱۲۵.....	محدوده عملکرد شغلی مدیریت خرید/تأمین
۱۲۶.....	وظایف شغلی مدیریت خرید و تدارکات
۱۲۶.....	خرید
۱۲۶.....	تسريع فرایند
۱۲۷.....	کنترل موجودی
۱۲۷.....	حمل و نقل
۱۲۷.....	درون سپاری / برون سپاری
۱۲۷.....	تحلیل ارزش
۱۲۸.....	تحقیق خرید/پیش بینی مواد
۱۲۸.....	مدیریت تأمین
۱۲۸.....	سایر مسئولیت ها
۱۲۸.....	تفکیک خرید استراتژیک و عملیاتی
۱۲۹.....	استفاده از تیم ها به عنوان بخشی از ساختار سازمانی
۱۳۰.....	ساختار مدیریت زنجیره تأمین
۱۳۰.....	روندهای آینده در طراحی سازمانی
۱۳۱.....	خلاصه و جمع بندی فصل
۱۳۱.....	سؤالات پایانی فصل

فصل ۶ / توسعه استراتژی ۱۳۲

۱۳۳.....	مقدمه
۱۳۳.....	همسویی مدیریت تأمین و اهداف سازمانی
۱۳۴.....	توسعه استراتژی یکپارچه
۱۳۵.....	درگیر کردن ذینفعان برای ایجاد اهداف سطوح استراتژی
۱۳۹.....	استراتژی و منبع یابی راهبردی
۱۳۹.....	انجام تجزیه و تحلیل هزینه
۱۴۰.....	توسعه استراتژی و تدارکات
۱۴۱.....	مرحله ۱: تیم و منشور پروژه را بسازید

مرحله ۲: تحقیقات هوشمندی بازار را در مورد تأمین کنندگان انجام دهید.....	۱۴۱
پنج نیروی پورتر.....	۱۴۱
تجزیه و تحلیل سوات.....	۱۴۴
مرحله ۳: فرایند توسعه استراتژی.....	۱۴۶
تجزیه و تحلیل پورترفوی.....	۱۴۷
طبقه بحرانی - تأمین کننده استراتژیک.....	۱۴۷
طبقه اهرمی - تأمین کننده ترجیحی.....	۱۴۹
بخش بندی تأمین کننده.....	۱۵۱
مرحله ۴: فرایند.....	۱۵۱
کارت امتیازی انتخاب تأمین کننده.....	۱۵۴
مرحله ۵: مذاکره قرارداد.....	۱۵۵
مرحله ۶: مدیریت ارتباط با تأمین کننده.....	۱۵۷
خلاصه و جمع بندی.....	۱۵۷
سؤالات پایانی فصل.....	۱۵۸

فصل ۷ / ارزیابی و انتخاب تأمین کننده..... ۱۵۹

مقدمه.....	۱۶۰
فرایند هفت مرحله ای ارزیابی و انتخاب تأمین کننده.....	۱۶۰
مرحله ۱: تشخیص نیاز به انتخاب تأمین کننده.....	۱۶۱
مرحله ۲: شناسایی نیازهای کلیدی منبع یابی.....	۱۶۲
مرحله ۳: شناسایی منابع تأمین بالقوه.....	۱۶۲
مرحله ۴: تعیین استراتژی منبع یابی.....	۱۶۵
مسائل حیاتی منبع یابی.....	۱۶۸
مسائل مربوط به ریسک/ پاداش.....	۱۶۹
رقبا به عنوان تأمین کنندگان.....	۱۷۰
تأمین کنندگان بین المللی و تجارت متقابل.....	۱۷۲
مرحله ۵: محدود کردن تأمین کنندگان در مجموعه انتخاب ها.....	۱۷۲
مدیریت ریسک تأمین کننده.....	۱۷۲
ارزیابی عملکرد تأمین کننده.....	۱۷۳
مرحله ۶: بررسی دقیق معیارهای ارزیابی تأمین کننده.....	۱۷۵
قابلیت مدیریت.....	۱۷۵
قابلیت های کارکنان.....	۱۷۶
ساختار هزینه.....	۱۷۶
کنترل کیفیت جامع، سیستم ها و فلسفه.....	۱۷۷

۱۷۷.....	قابلیت فرایند و فناوری
۱۷۸.....	پایداری و انطباق با محیط‌زیست
۱۷۹.....	سیستم‌های برنامه‌ریزی و کنترل
۱۷۹.....	قابلیت تجارت الکترونیک
۱۸۰.....	استراتژی‌ها، سیاست‌ها و تکنیک‌های منبع‌یابی
۱۸۰.....	پتانسیل رابطه طولانی‌مدت
۱۸۱.....	مرحله ۷: انتخاب تأمین‌کننده و انعقاد قرارداد
۱۸۱.....	نظرسنجی جهت ارزیابی تأمین‌کنندگان
۱۸۵.....	جمع‌بندی و خلاصه فصل
۱۸۶.....	سؤالات پایانی فصل