

## مقاله شماره ۱۴

## بررسی تأثیر به کارگیری سیستم های اطلاعاتی در مدیریت زنجیره تأمین

میلاذ وفادار اصغری<sup>۱\*</sup>، باقر کُرد<sup>۲</sup>، ایمان شهرکی مقدم<sup>۳</sup><sup>۱</sup> آگروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان<sup>۲</sup> آگروه مدیریت، دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود<sup>۳</sup> نویسنده مسئول مکاتبات: m.vafadar.a@gmail.com

## چکیده:

با توجه به اینکه اطلاعات، به جزئی تفکیک ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده است، عصر حاضر را عصر اطلاعات لقب داده اند. فناوری اطلاعات و یکی از مصادیق آن، سیستم های اطلاعاتی در زمینه های مختلف کاربرد یافته اند که از آن جمله می توان به مدیریت زنجیره تأمین اشاره کرد. زنجیره تأمین شبکه ای از سازمان ها را در بر می گیرد که از طریق ارتباطات بالادستی و پایین دستی با یکدیگر در ارتباط هستند. این زنجیره مجموعه ای از فعالیت ها و فرآیندهایی را به منظور ایجاد ارزش در یک کالا یا خدمت از ابتدا تا زمانی که به دست مشتریان برسد، شامل می شود. به منظور دستیابی به هماهنگی و انسجام تمامی سازمان های مرتبط در زنجیره تأمین، اطلاعات امری ضروری به حساب می آید. پیشرفت های دهه های اخیر در زمینه فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی این انسجام و همکاری را تسهیل نموده و انسجام مجازی بین سازمان های زنجیره تأمین را فراهم آورده است. بر این اساس با توسعه مفاهیمی از قبیل اینترنت و شبکه های رایانه ای، مدیریت زنجیره تأمین به صورت سیستم های الکترونیکی زنجیره تأمین درآمده است و ادغام دو مفهوم مدیریت زنجیره تأمین و اینترنت، انجام تصمیم گیری در این فرآیند را با استفاده از اطلاعات به موقع و ارتقاء همکاری بین بخش های این شبکه تسهیل نموده است. در این مقاله ابتدا مدیریت زنجیره تأمین و فرایندهای عمده آن بیان می شود. سپس، ضمن تشریح روند توسعه این مفاهیم با استفاده از فناوری اطلاعات و در عرصه اینترنت و تجارت الکترونیک، تأثیر اینترنت و تجارت الکترونیک بر توسعه مفهوم مدیریت زنجیره تأمین مورد بررسی قرار می گیرد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تأمین، سیستم های اطلاعاتی، فناوری های اینترنتی، تجارت الکترونیک

## ۱ مقدمه

محصول (مواد و یا سرویس) و اطلاعات بین اعضای مختلف زنجیره تأمین، از طریق انجام فعالیت های مدیریتی و عملیاتی است. بنابراین، مدیریت زنجیره تأمین این قابلیت را دارد که در جهت افزایش هماهنگی و یکپارچگی های داخلی و فرا سازمانی، سازمان هایی مستقل را به صورت مجموعه ای یکپارچه مدیریت کند. از این رو، برقراری ارتباط داخل و خارج سازمان، یکی از مهم ترین ضروریات آن تلقی می شود (صحرائیان، ۱۳۸۳). از منظری دیگر هدف اصلی فعالیت های مربوط به مدیریت زنجیره تأمین، ارضای تقاضای مشتریان است؛ به طوری که بتواند محصول مورد نظر را با حداکثر کیفیت، حداقل قیمت، و در زمان مورد نظر به مشتریان تحویل دهد. در زنجیره تأمین، به منظور بهینه کردن فرآیندهای درونی زنجیره، هر عضو باید با دیگر اعضای زنجیره هماهنگ شود [۴].

در دنیای کنونی اطلاعات به عنوان یک عامل تعیین کننده در افزایش بهره وری سازمان های پیچیده به شمار می رود، به طوری که توانمندی سازمان های امروزی در قدرت پردازش اطلاعات و سرعت آنها در تصمیم گیری خلاصه می گردد. بر این اساس پیش بینی و تخمین عرضه و تقاضای مواد خام تا عرضه و تقاضای محصولات در موقعیت فروش و

در طول دو دهه اخیر، مدیران شاهد یک دوره تغییرات شگرف جهانی به واسطه پیشرفت در فناوری، جهانی شدن بازارها و شرایط جدید اقتصاد سیاسی بوده اند. با افزایش تعداد رقبا در کلاس جهانی، سازمان ها مجبور شدند که سریعاً فرآیندهای درون سازمانی را برای باقی ماندن در صحنه رقابت جهانی بهبود بخشند [۱].

زنجیره تأمین شامل شبکه ای از مشارکت کنندگان و کانال های متفاوت عملیاتی از درون و بیرون سازمان است که روی مطلوبیت ستاده های زنجیره تأمین تأثیر می گذارد [۲]. به عبارت دیگر زنجیره تأمین شبکه پیچیده ای از عرضه کنندگان، عوامل تولید و فروش، عمده فروشان، مراکز توزیع و خرده فروشان به شمار می رود، به طوری که موفقیت هر سیستم مدیریت زنجیره تأمین به این امر بستگی دارد که چگونه اجزاء این سیستم مدیریت گردند [۳].

در این ساختار، وظیفه مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت تمام شبکه از تأمین کننده ها گرفته تا مشتری نهایی، برای دستیابی به بهترین خروجی کل سیستم است. هدف مدیریت زنجیره تأمین، برقراری ارتباط دوطرفه