

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

بخش علمی مدیریت و اقتصاد و حسابداری

مرکز کرج

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مدیریت بازرگانی (بازاریابی)

گروه مدیریت

عنوان پایان نامه:

بررسی رابطه میزان موفقیت مدیریت تقاضا و توزیع بر زنجیره تامین

(مورد مطالعه: صنایع لاستیک بارز کرمان)

سلیمه یعقوبی ساردو

استاد راهنما: دکتر حبیب الله دانایی

استاد مشاور: دکتر کامبیز انصاری

خرداد ۱۳۹۲



دانشگاه پیام نور استان البرز

بسمه تعالی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرکز کرج

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

تحت عنوان: " بررسی رابطه میزان موفقیت مدیریت تقاضا و توزیع بر زنجیره تامین در مجتمع لاستیک بارز کرمان "

نام و نام خانوادگی: خانم سلیمه یعقوبی ساردو
شماره دانشجویی: ۹۰۰۱۱۲۳۰۴

ساعت: ۱۰-۱۲

روز: یکشنبه

تاریخ دفاع: ۹۲/۰۳/۱۹

درجه ارزشیابی: *ف*

نمره به عدد: *۱۹* به حروف: *هجده*

اعضای هیات داوران:

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه/موسسه	امضاء
۱	دکتر حبیب اله دانایی	استاد داور	استاد یار	پیام نور	<i>[Signature]</i>
۲	دکتر کامبیز انصاری	استاد مشاور	استاد یار	پیام نور	<i>[Signature]</i>
۳	دکتر اوژن کریمی	استاد داور	استاد یار	پیام نور	<i>[Signature]</i>
۴	دکتر شهرام هاشم نیا	نماینده تحصیلات تکمیلی	استاد یار	پیام نور	<i>[Signature]</i>

کرج، رجایی شهر، بلوار مودن
خیابان دانشگاه
کدپستی: ۳۱۴۹۹۶۸۱۴۳
تلفن: ۰۲۶-۳۴۲۰۹۵۰۱-۵۰
دورنگار: ۰۲۶-۳۴۲۰۹۵۲۵

شماره:

تاریخ:

پیوست:

اینجانب سلیمه یعقوبی ساردو دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

دانشجو تأیید می‌نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

اینجانب سلیمه یعقوبی ساردو دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گواهی می‌نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق

موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

خرداد ۱۳۹۲

تقدیم به:

چشمه های جوشان محبت

جلوه های مهر و عطوفت الهی

لبخندهای پر مهر زندگیم

پدر و مادر عزیزم

که در تمام مراحل زندگی، به من راه و رسم درست زیستن را آموختند.

بوسه بر دستان پرمهرتان.

سپاس خدای را که سخنوران، در ستودن او بمانند و شمارندگان، شمردن نعمت های او ندانند و کوشندگان، حق او را گزاردن نتوانند. و سلام و دورد بر محمد و خاندان پاک او، طاهران معصوم، هم آنان که وجودمان وامدار وجودشان است؛ و نفرین پیوسته بر دشمنان ایشان تا روز رستاخیز... بدون شک جایگاه و منزلت معلم، اجل از آن است که در مقام قدردانی از زحمات بی شائبه ی او، با زبان قاصر و دست ناتوان، چیزی بنگاریم.

اما از آنجایی که تجلیل از معلم، سپاس از انسانی است که هدف و غایت آفرینش را تامین می کند و سلامت امانت هایی را که به دستش سپرده اند، تضمین؛ بر حسب وظیفه و از باب " من لم یشکر المنعم من المخلوقین لم یشکر الله عزّ و جلّ " :از پدر و مادر عزیزم... این دو معلم بزرگووارم... که همواره بر کوتاهی و درشتی من، قلم عفو کشیده و کریمانه از کنار غفلت هایم گذشته اند و در تمام عرصه های زندگی یار و یابوری بی چشم داشت برای من بوده اند؛ از استاد با کمالات و شایسته؛ جناب آقای دکتر حبیب الله دانایی که در کمال سعه صدر، با حسن خلق و فروتنی، از هیچ کمکی در این عرصه بر من دریغ ننمودند و زحمت راهنمایی این پایان نامه را بر عهده گرفتند؛ از استاد صبور و با تقوا، جناب آقای دکتر کامبیز انصاری، که زحمت مشاوره این رساله را در حالی متقبل شدند که بدون مساعدت ایشان، این پروژه به نتیجه مطلوب نمی رسید؛ و از استاد فرزانه و دلسوز؛ جناب آقای دکتر کریمی که زحمت داوری این رساله را متقبل شدند؛ کمال تشکر و قدردانی را دارم.

و در پایان از کلیه کارمندان شرکت صنایع لاستیک بارز کرمان جهت همکاری بی دریغ ایشان جهت پیشبرد این پایان نامه سپاسگذارم.

باشد که این خردترین، بخشی از زحمات آنان را سپاس گوید

سلیمه یعقوبی

خرداد ۱۳۹۲

چکیده

مدیریت زنجیره تامین عبارتست از یکپارچه سازی فرآیندهای کلیدی کسب و کار در زنجیره ای متشکل از مشتری نهایی تا تامین کننده اولیه. هدف از این تحقیق بررسی رابطه میزان موفقیت مدیریت تقاضا و توزیع بر زنجیره تامین در مجتمع صنایع لاستیک بارز کرمان بود که متغیرهای آن عبارت بودند از زنجیره تامین و مدیریت تقاضا متغیرهای مربوط به آن (پیش بینی، بخش بندی، فروش و برنامه ریزی عملیاتی، پایبندی مدیریت تقاضا) مدیریت توزیع و متغیرهای مربوط به آن (مدیریت انبارداری، مدیریت حمل و نقل و پایبندی به مدیریت توزیع). جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه ای با مقیاس 5 گزینه ای لیکرت استفاده شده است. جامعه آماری ما ۱۰۲ بود که نمونه بدست آمده از فرمول کوکران شامل ۸۲ نفر و به منظور تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد در آخر با نتیجه تحلیل رگرسیون رابطه بین متغیرهای مدل را نشان دادیم. نتایج تجزیه و تحلیل ها و تحلیل رگرسیونی در ارتباط با متغیرها نشان داد که بین روشهای پیش بینی موثر، اجرا کردن ترکیب فروش و برنامه ریزی عملیاتی و سطح پایبندی فرایندهای مدیریت توزیع با عملکرد مدیریت تقاضا رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. اما سطوح بخش بندی تقاضا با عملکرد مدیریت تقاضا رابطه معنی داری ندارد. بین عملکرد مدیریت تقاضا و عملکرد مدیریت توزیع با عملکرد زنجیره تامین رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد، بین پیاده سازی مدیریت انبارداری موثر، پیاده سازی مدیریت حمل و نقل مناسب عملکرد مدیریت تقاضا با عملکرد مدیریت توزیع رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: زنجیره تامین، مدیریت تقاضا، مدیریت توزیع

فهرست

فصل اول

۲	مقدمه
۳	۱-۱) تعریف و بیان مسئله
۵	۲-۱) سوال اصلی تحقیق
۵	۳-۱) ضرورت و اهمیت تحقیق
۷	۴-۱) اهداف تحقیق
۷	۱-۴-۱) هدف اصلی
۷	۲-۴-۱) اهداف فرعی
۸	۵-۱) چارچوب نظری تحقیق
۱۰	۶-۱) مدل مفهومی تحقیق
۱۲	۷-۱) فرضیه های تحقیق
۱۲	۸-۱) روش تحقیق و گردآوری اطلاعات
۱۳	۹-۱) جامعه آماری و حجم نمونه
۱۳	۱۰-۱) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۳	۱۱-۱) محدودیت های تحقیق
۱۴	۱۲-۱) تعریف مفهومی متغیر های تحقیق
۱۴	۱-۱۲-۱) زنجیره تامین
۱۴	۲-۱۲-۱) مدیریت تقاضا
۱۵	۳-۱۲-۱) پیش بینی
۱۵	۴-۱۲-۱) بخش بندی

۱۶ (۵-۱۲-۱) فروش و برنامه ریزی عملیاتی
۱۷ (۶-۱۲-۱) پایبندی به مدیریت تقاضا
۱۷ (۷-۱۲-۱) توزیع
۱۸ (۸-۱۲-۱) انبارداری
۱۹ (۹-۱۲-۱) حمل و نقل
۱۹ (۱۰-۱۲-۱) پایبندی به مدیریت توزیع
۲۰ فصل دوم
۲۱ مقدمه
۲۲ (۲-۱) زنجیره تامین
۲۲ (۱-۱-۲) مراحل شکل گیری مدیریت زنجیره تامین
۲۳ (۲-۱-۲) مفهوم زنجیره تامین
۳۱ (۳-۱-۲) فرایندهای عمده مدیریت زنجیره تامین
۳۳ (۴-۱-۲) اصول نظام مدیریت زنجیره تامین
۳۴ (۵-۱-۲) اعضای زنجیره های تامین
۳۵ (۶-۱-۲) هماهنگی بین اجزاء فرایند زنجیره تامین
۳۸ (۷-۱-۲) مشکلات زنجیره تامین و منابع آنها
۴۳ (۸-۱-۲) تقسیم بندی مسائل هماهنگی در زنجیره تامین
۴۴ (۹-۱-۲) اسراتژیهای زنجیره تامین
۴۴ (۱۰-۱-۲) عوامل سوق دهنده سازمان ها به سوی مدیریت زنجیره تامین
۴۵ (۱۱-۱-۲) موانع توسعه مدیریت زنجیره های تامین در کشور

۴۶ مزایا و منافع زنجیره تامین (۱۲-۱-۲)
۴۷ مدیریت تقاضا (۲-۲)
۴۷ مفهوم مدیریت تقاضا (۱-۲-۲)
۴۸ انواع تقاضا (۲-۲-۲)
۵۰ پیش بینی (۳-۲)
۵۰ مفهوم پیش بینی (۱-۳-۲)
۵۱ اهمیت و لزوم پیش بینی (۲-۳-۲)
۵۲ بهبود و افزایش دقت پیش بینی (۳-۳-۲)
۵۳ نقش استراتژیک پیش بینی در مدیریت زنجیره تامین (۴-۳-۲)
۵۵ انواع شیوه های پیش بینی (۵-۳-۲)
۵۵ افق زمانی پیش بینی (۶-۳-۲)
۵۶ رویکرد پایه ای برای پیش بینی تقاضا (۷-۳-۲)
۵۷ مدیریت عرضه و تقاضا (۸-۳-۲)
۵۷ هماهنگی و یکپارچگی برنامه ریزی و اجرا (۹-۳-۲)
۵۷ مدیریت ریسک و اختلال در زنجیره تامین (۱۰-۳-۲)
۶۰ بخش بندی (۴-۲)
۶۱ فرآیند بخش بندی (1-4-2)
۶۲ فروش و برنامه ریزی عملیاتی (۵-۲)
۶۲ مفهوم فروش و برنامه ریزی عملیاتی (۱-۵-۲)
۶۳ تعریف موجودی (۲-۵-۲)

- ۶۳.....نحوه تامین (۳-۵-۲)
- ۶۴.....توان چانه زنی تامین کنندگان (۴-۵-۲)
- ۶۵.....خط مشی ها در برابر تامین کنندگان (۵-۵-۲)
- ۶۶.....مفهوم تحویل (۶-۵-۲)
- ۶۸.....خرید و تولید (۷-۵-۲)
- ۷۰.....پایبندی به مدیریت تقاضا (۶-۲)
- ۷۰.....توزیع (۷-۲)
- ۷۰.....مفهوم توزیع (۱-۷-۲)
- ۷۲.....استراتژی کانال توزیع (۲-۷-۲)
- ۷۳.....انواع کانال های اصلی توزیع (۳-۷-۲)
- ۷۶.....ارکان اساسی شبکه توزیع (۴-۷-۲)
- ۷۶.....استراتژیهای انتخاب کانال توزیع (۷-۲)
- ۷۷.....مشکلات نظام توزیع کالا در کشور (۶-۷-۲)
- ۷۹.....انبارداری (۸-۲)
- ۷۹.....تعریف انبار (۱-۸-۲)
- ۷۹.....انواع انبار (۲-۸-۲)
- ۸۱.....وظایف انبارها (۳-۸-۲)
- ۸۳.....موجودی کالا (۴-۸-۲)
- ۸۴.....کنترل موجودی انبار (۵-۸-۲)
- ۸۶.....مراحل انبارداری (۶-۸-۲)
- ۸۸.....مدیریت موجودی انبار (۷-۸-۲)

۸۸.....	سیستم انبارداری و مزیت های آن (۸-۸-۲)
۸۹.....	کنترل انبار و روش های مربوطه (۹-۸-۲)
۹۰.....	حمل (۹-۲)
.....	
۹۰.....	مفهوم حمل (۱-۹-۲)
۹۱.....	هزینه حمل و نقل (۲-۹-۲)
۹۱.....	عرضه و تقاضا در حمل و نقل (۳-۹-۲)
۹۲.....	انتخاب روش حمل و نقل (۴-۹-۲)
۹۳.....	پایبندی به مدیریت توزیع (۱۰-۲)
۹۴.....	معرفی کارخانه لاستیک بارز (۱۱-۲)
۹۹.....	پیشینه تحقیق (۱۲-۲)
۹۹.....	تحقیقات خارجی (۱-۱۲-۲)
۱۰۱.....	تحقیقات داخلی (۲-۱۲-۲)
۱۰۴.....	فصل سوم
۱۰۵.....	مقدمه
۱۰۵.....	روش تحقیق (۱-۳)
۱۰۶.....	مدل مفهومی تحقیق (۲-۳)
۱۰۸.....	جامعه و نمونه آماری (۳-۳)
۱۰۸.....	جامعه آماری (۱-۳-۳)
۱۰۸.....	نمونه برداری (۲-۳-۳)
۱۰۹.....	حجم نمونه (۳-۳-۳)

۱۰۹ روش ها و ابزار جمع آوری اطلاعات (۴-۳)
۱۱۱ روایی (۵-۳)
۱۱۲ پایایی (۶-۳)
۱۱۲ روش تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات (۷-۳)
۱۱۴ فصل چهارم
۱۱۵ مقدمه
۱۱۶ (۱-۴) توصیف شاخص های دموگرافیک (بررسی ویژگی های عمومی)
۱۱۶ (۱-۱-۴) وضعیت جنسیت پاسخگویان
۱۱۷ (۲-۱-۴) وضعیت سن پاسخگویان
۱۱۸ (۳-۱-۴) وضعیت میزان تحصیلات پاسخگویان
۱۱۹ (۲-۴) بررسی فرضیه های تحقیق
۱۱۹ (۱-۲-۴) فرضیه اول
۱۲۱ (۲-۲-۴) فرضیه دوم
۱۲۳ (۳-۲-۴) فرضیه سوم
۱۲۵ (۴-۲-۴) فرضیه چهارم
۱۲۷ (۵-۲-۴) فرضیه پنجم
۱۳۰ (۶-۲-۴) فرضیه ششم
۱۳۲ (۷-۲-۴) فرضیه هفتم
۱۳۵ (۸-۲-۴) فرضیه هشتم
۱۳۷ (۹-۲-۴) فرضیه نهم
۱۴۰ (۱۰-۲-۴) فرضیه دهم

۱۴۳ مدل تحلیل مسیر و ضرایب رگرسیونی تحقیق (۳-۴)

۱۴۷ **فصل پنجم**

۱۴۷ مقدمه

۱۴۷ (۱-۵) مرور اهمیت و فرضیات تحقیق

۱۴۹ (۲-۵) تحلیل نتایج

۱۴۹ (۱-۲-۵) تحلیل آمار توصیفی

۱۴۹ (۲-۲-۵) تحلیل آمار استنباطی و پیشنهادات بر اساس فرضیه های تحقیق

۱۶۰ (۳-۵) پیشنهادات محقق

۱۶۰ (۴-۵) پیشنهادات برای تحقیقات آتی

۱۶۱ (۵-۵) محدودیت های تحقیق

۱۶۲ پرسشنامه

۱۶۲ بخش اول سوالات عمومی

۱۶۳ بخش دوم سوالات اختصاصی

۱۶۶ **منابع**

فهرست جداول

۱۱۰ جدول (۱-۳) ساختار کلی پرسشنامه

۱۱۶ جدول ۱-۱-۴: توزیع فراوانی وضعیت جنسیت پاسخگویان

۱۱۷ جدول ۲-۱-۴: توزیع فراوانی وضعیت سن پاسخگویان

۱۱۸ جدول ۳-۱-۴: توزیع فراوانی وضعیت میزان تحصیلات پاسخگویان

۱۲۰ جدول ۱-۲-۴: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه اول

۱۲۲ جدول ۲-۲-۴: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه دوم

- جدول ۴-۲-۳: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه سوم..... ۱۲۴
- جدول ۴-۲-۴: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه چهارم..... ۱۲۶
- جدول ۴-۲-۵: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه پنجم..... ۱۲۹
- جدول ۴-۲-۶: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه ششم..... ۱۳۱
- جدول ۴-۲-۷: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه هفتم..... ۱۳۴
- جدول ۴-۲-۸: آماره های آزمون همبستگی پیرسون مربوط به فرضیه هشتم..... ۱۳۶
- جدول ۴-۲-۹: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه نهم..... ۱۳۹
- جدول ۴-۲-۱۰: آماره های آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به فرضیه دهم..... ۱۴۲
- جدول ۴-۳: الگوی ساختاری مسیرها و ضرایب استاندارد آنها در الگو..... ۱۴۴

فهرست شکل ها

- شکل ۲-۱ شمایی از یک زنجیره تامین (استدلر و کیلگر، ۲۰۰۵)..... ۳۱
- شکل ۲-۲ زنجیره تامین تولیدی (شفیعی و همکاران، ۱۳۸۸)..... ۳۸
- شکل ۲-۳ جریان کالا و مواد در طول زنجیره تامین (حسن زاده و همکاران، ۱۳۸۶)..... ۶۴
- شکل ۳-۱ مدل مفهومی تحقیق..... ۱۰۷
- شکل ۴-۱ مدل تحلیل مسیر و ضرایب رگرسیونی تحقیق..... ۱۴۳

فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱-۱: درصد فراوانی وضعیت جنسیت پاسخگویان..... ۱۱۶

- ۱۱۷.....۲-۱-۴: درصد فراوانی وضعیت سن پاسخگویان
- ۱۱۸.....۳-۱-۴: درصد فراوانی وضعیت میزان تحصیلات پاسخگویان
- ۱۲۰.....نمودار ۱-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه اول
- ۱۲۲.....نمودار ۲-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه دوم
- ۱۲۴.....نمودار ۳-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه سوم
- ۱۲۷.....نمودار ۴-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه چهارم
- ۱۲۹.....نمودار ۵-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه پنجم
- ۱۳۲.....نمودار ۶-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه ششم
- ۱۳۵.....نمودار ۷-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه هفتم
- ۱۳۷.....نمودار ۸-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه هشتم
- ۱۴۰.....نمودار ۹-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه نهم
- ۱۴۲.....نمودار ۱۰-۲-۴: نمودار پراکنش فرضیه دهم

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

در ابتدای هر فصلی جهت درک بهتر مطلب، خواننده باید دیدی درباره کلیت موضوعی که بر روی آن تحقیق می کند بدست آورد، که فصل حاضر به این موضوع اختصاص یافته است. و در واقع هدف فصل اول ارائه نگرشی جامع درباره کلیت موضوع مورد بحث در این تحقیق می باشد.

در این فصل مباحثی از جمله تعریف و بیان مسئله که در آن موضوع مورد بحث تعریف می شود و توضیحاتی مختصر در مورد آن بیان می شود. قسمت بعد که عنوان می شود سوال اصلی تحقیق است که در تحقیق دنبال یافتن جواب آن هستیم عنوان بعدی اهمیت و ضرورت موضوع پژوهش عبارت است از مجموع اطلاعاتی که مشخص می کند نتایج این تحقیق، تا چه حد برای محقق و نیز تا چه حد برای دیگران مفید و مثمر می باشد. به عبارت دیگر، نتایج این تحقیق منشأ چه دستاوردها و آگاهی های جدیدی و در قسمت بعد اهداف تحقیق که به دو صورت کلی و ویژه مطرح می شود.

اهداف کلی: هدف کلی عبارت از منظور و مقصود نهایی از انجام پژوهش است. هدف کلی مستقیماً از مسئله پژوهش مشتق می شود؛ در واقع یکی از اهداف کلی، خود موضوع تحقیق است که معلوم می دارد پژوهش چه چیز را دنبال می کند و یا قصد تعیین آن را دارد. اهداف ویژه: اهداف ویژه تحقیق که اصولاً از مسئله پژوهش و اهداف کلی نشأت می گیرند را می توان «خرده مسئله پژوهش» نیز نامید. محقق با بیان این اهداف دقیقاً تصریح می کند که در این تحقیق چه انجام می شود و چه انجام نمی شود. هر پژوهش می تواند چندین هدف ویژه داشته باشد و از آنجا که تمامی مراحل و ریزه کاریهای تحقیق بایستی به صورت بیانیه های مجزا و مشخص و با کلمات دقیق، که مشخصاً قابل آزمودن و بررسی است، نوشته شود؛ لذا اهداف ویژه نیز باید به صورتی بیان شود که در آن متغیر یا عامل مورد مطالعه، چگونگی انجام پژوهش، زمان، مکان، واحد و نمونه مورد پژوهش کاملاً مشخص باشد؛ به طوری که محقق بتواند آنها را در معرض آزمایش و آزمون بگذارد.

عنوان دیگر چهارچوب نظری تحقیق به بررسی و نظر دانشمندان و محققین در مورد موضوع مورد مطالعه می پردازد. عنوان بعدی مدل مفهومی تحقیق و فرضیه ها می باشد که فرضیه یک بیانیه ظنی و حدسی و

مبتنی بر دانش و آگاهی های گذشته محقق می باشد که در محک آزمایش عملی سنجیده می شود. معمولاً وقتی فرد در مقابل مشکلی قرار می گیرد سعی می کند ریشه مشکل را حدس بزند و بگوید راه حل آن کدام است، روش تحقیق و گردآوری اطلاعات، جامعه آماری و حجم نمونه تحقیق جامعه آماری پژوهش عبارت است از مجموعه ای از افراد یا اشیا که دارای ویژگی های همگون و قابل اندازه گیری می باشند. نمونه پژوهش از این چنین جامعه ای اخذ می گردد و نتیجه پژوهش به آن جامعه تعمیم داده می شود، روش تجزیه و تحلیل اطلاعات تحقیق برای اینکه پژوهشگر بتواند داده های پژوهش را تجزیه و تحلیل و سپس تفسیر کند، باید از روشهای آماری استفاده نماید، محدودیت های تحقیق در هر پژوهشی متغیرهای ناخواسته و مزاحم دیگری نیز وجود دارند که نوعی از محدودیت ها را در پژوهش به وجود می آورند؛ بدین معنی که کنترل برخی از متغیرهای ناخواسته و مزاحم در اختیار پژوهشگر نیست. لذا، این متغیرها نیز باید مشخص شوند و پژوهشگر آگاهی خود را از تاثیر این متغیرها بر نتایج تحقیق نشان دهد، و تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق. از آنجا که بسیاری از واژه ها و اصطلاحات، معانی گوناگونی دارند، محقق در کاربرد آنها در تحقیق خود ناگزیر به تعریف آنهاست. زیرا، ممکن است در بعضی موارد واژه یا اصطلاح ویژه ای مفهومی را به خواننده عرضه کند که اصولاً مورد توجه محقق نباشد، یا احتمالاً واژه و اصطلاح خاصی برای خواننده، بیگانه و نامفهوم باشد مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

۱-۱) تعریف و بیان مسئله

روند رو به رشد رقابتی شدن در اقتصاد جهانی امروز شرکت ها را بر آن داشته است تا از مزایای بکارگیری مدیریت زنجیره تامین در راستای افزایش رقابت پذیری و کارایی بهره جویند. مدیریت زنجیره تامین نگرشی است که در سال های اخیر مورد توجه سازمان ها و شرکت هایی قرار گرفته است که در نظر دارند در سطحی جهان تراز به فعالیت بپردازند در این نگرش کلیه اجزاء و حلقه هایی که برای ارائه محصول یا خدمت به مشتری در کنار هم قرار دارند، مورد توجه قرار گرفته و سعی می شود تصمیمات استراتژیک، تاکتیکی و عملیاتی به گونه ای اتخاذ گردد که کل زنجیره در مقابل زنجیره های

رقیب از کارایی و اثربخشی بیشتری برخوردار است. یک زنجیره تامین محدود به اجزا و سایت های تولید کننده نبوده بلکه کلیه اجزای تولیدی و خدماتی از تامین کننده اولیه تا مشتری نهایی را در بر می گیرد .

مدیریت زنجیره تامین رویکرد جدیدی است که در سال های اخیر بر مدیریت عملیات حاکم شده است. زنجیره تامین¹ شبکه ای از مراکزی است که یکی از وظایف آن تبدیل مواد خام به محصولات نهایی و توزیع آن ها در میان مشتریان است، مدیریت زنجیره تامین فعالیت ها را طوری هماهنگ می کند که مشتریان بتوانند محصولات را با کیفیت بالا و با حداقل هزینه بدست آورند و میتواند برای شرکت مزیت رقابتی فراهم سازد. در بازارهای جهانی امروزی، شرکت ها با نام تجاری منحصر به فرد نیستند که بتوانند به صورت مستقل فعالیت کنند بلکه در عوض بخش مهمی از یک زنجیره تامین هستند. در این حالت موفقیت نهایی یک شرکت بستگی به توانایی مدیریتی آن در انجام بخشیدن به هماهنگی شبکه ای از روابط تجاری میان اعضای زنجیره تامین دارد. هدف نهایی این شرکت ها برای مدیریت تامین کنندگانشان در سرتاسر زنجیره تامین، تحویل سریعتر، کاهش تاخیر زمان تولید، کاهش هزینه و افزایش کیفیت است. در واقع مدیریت زنجیره تامین، مدیریت عرضه و تقاضا را در داخل شرکت ها یکپارچه سازی می نماید. مدیران در دو دهه گذشته شاهد یک دوره تغییرات و نقطه عطفی در تاریخ در زمینه پیشرفتهای تکنولوژیکی، جهانی شدن بازارها و تثبیت شدن اقتصادی و سیاسی شده اند. با افزایش تعداد رقبا در رده جهانی سازمان ها مجبور شدند فرایندهای داخلی خود را به سرعت بهبود بخشند تا بتوانند در عرصه رقابت باقی بمانند.

محققین تعاریف مختصر و جامعی از زنجیره تامین ارائه نموده اند، اما شاید بتوان یک تعریف از زنجیره تامین ارائه کرد که سایر تعاریف را تحت پوشش قرار دهد عنوان نمود و آن اینکه تمامی اتفاقاتی که بر روی محصول رخ می دهد و شامل مراحل قبل از تولید تا مرحله پس از مصرف می باشد. زنجیره تأمین شامل تمامی فعالیت های مرتبط با جریان و مبادله کالاها و خدمات، از مرحله ماده خام تا مرحله محصول

¹ Supply chain