





دانشگاه علامه طباطبائی  
دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی  
گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی  
پایان‌نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی

**بررسی مدیریت شبکه زنجیره تامین کتب فارسی در کتابخانه‌های دانشگاه  
علامه طباطبائی**

**استاد راهنما**

دکتر علی دلاور

**استاد مشاور**

دکتر عصمت مومنی

**پژوهشگر**

مهرداد بارانی بیرانوند

بهار ۱۳۹۲

به نام خداوند جان آفرین

خداوند محمد و تکوین کریم

حکیم سخن در زبان آفرین

خطاب سخن پوزش پذیر

ای صاحب زمین و زمان؛ ای حجت خدا و ای آخرین یادگار معصوم مرئسی؛ داغ هجرت به دراز کشید، دل در وصال تو پیتزار و چستان اشک

آلوده در اقطار خدام دل سبزی است بر لبی که در ذرات می نوزد می ماند؛ بر دهن پر مهر و در بر تو نور می زرد و حال بوت را تو بای چشم می مازم؛

قطعه لمشده ای از پرواز کم است

یازده بار شمر دیم کی باز کم است

این همه آب که جاریست نه آفتاب است

عرق تهر زمزم است که سبز کم است

ای خدایه عالمی که در دهن آمان صحت و ولایت بر تو استم و نفس کمال، این باغیختر از نخل را به بیخاک آن منظر طوطی می نم، به که لعل آفتاب چنان

ظن آن که در این عالم سخن می گوید به دل از دهن می گوید

این اثر را بحسین تقدیم می کنم به:

ر. بهر فرزانه و نر لوار اصحاب اسلامی ایران حضرت آیت الله العظمی امام خاندان ای (مد ظله العالی)

سخت سخته سکوهد صدها دم

هطره هطره باران محبت پدرم

و بادیا با هم بلای به بر مملکت عزیزم از اول تا نهایت

و کسانی که از صمیم قلب دوستشان دارم

## قدردانی:

پاس و ستایش خدایندگی را سزااست که سوت هستی را براندام موزون آفرش بیوتاید و بحلیت قدرت لایشرایی را در مظاهر و آثار طبیعت نمایان گردانید. بار الهامین بیا دتو، به توتترب می جویم و تورا به پیشگاه توشیح میآورم و از تو خواستارم، به کرمیت، مرابه خودت نزدیک کردانی و یا خود را به من الهام کنی و بر من رحمت آوری و به آنچه بهره و نصیب من ساخته ای، خشودم قرار دهی و در همه حال به فروتنی و اداری.

«من لم یسکر مخلوق لم یسکر الخالق». بر خود لازم می دانم از کلیه کسانی که بنده را در تدوین و محارقت این پایان نامه یاری نمودند صمیمانه تسکرو قدردانی نمایم. به خصوص از استاد و دانشمند جناب آقای دکتر علی دلاور (استاد اینما) که در کلیه مراحل انجام این پژوهش با خوشرونی، یاری و راهنمایی ام نمودند و از استاد فرهیخته و گرامی سرکار خانم دکتر صحت مومنی (استاد مشاور) که وقت خود را بی ثباته در اختیار من گذاشته و با دقت نظر خاصی مشاوره لازم در این خصوص ارائه نمودند صمیمانه تسکرو قدردانی می نمایم. از استاد بزرگوار و فرزان پایان نامه و توجه و اتنان ایشان در تصحیح و تکمیل این پژوهش نهایت تسکرو را دارم. همچنین

کین و استاد دوران حصیلم از ابتداتا لنون صمیمانه تسکرو قدردانی می نمایم.»

## چکیده فارسی:

هدف پژوهش حاضر، تحلیل فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین کتابهای فارسی در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبائی است. این پژوهش به روش پیمایشی- تحلیلی اجرا شده است. ابزار پژوهش ۳ پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت روابط با تولید کنندگان کتابها و مدیریت روابط با تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه است. جامعه پژوهش شامل ۲۴۰ از مراجعان کتابخانه (دانشجویان)، ناشران با ۱۵ نفر و کتابداران (مسئولان سفارش) با ۸ نفر تشکیل شده است که به پرسشنامه ها پاسخ دادند. برای تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که در فرایند مدیریت ارتباط با مشتری، بیشتر ارتباط مراجعان کتابخانه ها با مسئولان سفارش از طریق تحویل به موقع منابع اطلاعاتی مورد نیاز مراجعان توسط مسئولان می باشد و این فرایند در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبائی با میانگین  $P\_Value < 0/001$  و  $2/07$  پایین تر از حد متوسط است. در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی، بیشتر ارتباط ناشران با مسئولان سفارش کتابخانه ها از طریق تحویل منابع اطلاعاتی مورد درخواست کتابخانه با بهترین کیفیت و قراردادن لیست انتشارات جدید به طرق مختلف در اختیار کتابخانه می باشد و این فرایند در کتابخانه های دانشگاه با میانگین  $P\_0/001$  و  $3/4$  بالاتر از حد متوسط است. در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان، بیشتر ارتباط مسئولان سفارش با مراجعان و ناشران از طریق تحویل به موقع منابع اطلاعاتی مورد نیاز مراجعان می باشد و این فرایند در کتابخانه های دانشگاه با میانگین  $P\_Value = 0/001$  و  $2/05$  پایینتر از حد متوسط است.

**کلید واژه ها:** مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت زنجیره تأمین داخلی، مدیریت روابط با تأمین کنندگان، کتابخانه های دانشگاهی، دانشگاه علامه طباطبائی.

## فهرست مطالب

|    |  |
|----|--|
| ۱  | فصل اول: کلیات پژوهش.....                                      |
| ۲  | ۱-۱ مقدمه.....   |
| ۴  | ۲-۱ بیان مسئله.....  |
| ۶  | ۳-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش.....                                   |
| ۷  | ۴-۱ اهداف پژوهش.....   |
| ۷  | هدف اصلی.....  |
| ۷  | اهداف فرعی.....  |
| ۷  | ۵-۱ فرضیه های پژوهش.....                                       |
| ۸  | ۶-۱ سوالات پژوهش.....  |
| ۸  | ۷-۱ تعاریف مفهومی و عملیاتی.....                               |
| ۱۰ | ۸-۱ متغیرهای پژوهش.....  |
| ۱۱ | فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش.....                        |
| ۱۳ | ۲-۱ مقدمه.....   |
| ۱۳ | ۲-۲ تعاریف مدیریت زنجیره تامین و زنجیره تامین.....             |
| ۱۴ | ۳-۲ تاریخچه مدیریت زنجیره تامین.....                           |
| ۱۶ | ۴-۲ فرایندهای محوری زنجیره تامین.....                          |
| ۱۸ | ۵-۲ دلایل و ضرورتهای مدیریت زنجیره تامین.....                  |
| ۱۹ | ۶-۲ عناصر کلیدی مدیریت زنجیره تامین.....                       |
| ۱۹ | جدول ۱، ۱. عناصر کلیدی مدیریت زنجیره تامین (مقدسی، ۱۳۸۹).....  |
| ۲۰ | ۷-۲ شاخص های کلیدی عملکرد برای زنجیره های تامین.....           |
| ۲۱ | ۸-۲ استراتژیک SCM.....   |
| ۲۲ | تصمیم گیری در SCM.....   |
| ۲۲ | ۹-۲ انواع زنجیره تامین.....                                    |
| ۲۵ | ۱۰-۲ عوامل سوق دهنده سازمان ها به سوی مدیریت زنجیره تامین..... |
| ۲۷ | ۱۱-۲ ارزیابی و انتخاب تامین کنندگان.....                       |
| ۲۷ | ۱۲-۲ مشکلات زنجیره تامین و منابع آن ها.....                    |
| ۲۸ | ۱۳-۲ راه حل های مشکلات زنجیره تامین.....                       |

|    |   |
|----|---|
| ۲۸ | .....ایجاد حلقه بازخورد در زنجیره تامین                                       |
| ۲۹ | .....اهمیت جریان ها در زنجیره تامین   |
| ۳۱ | .....تبیین جایگاه مدیریت روابط با مشتری (CRM) در کتابخانه ها                  |
| ۳۲ | .....۱۷-۲: کاربر/مشتری در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی                     |
| ۳۴ | .....۱۸-۲ نقش کتابخانه های دانشگاهی   |
| ۳۵ | .....۱۹-۲ ارتباط بین کارایی علمی دانشگاهها و کتابخانه های دانشگاهی            |
| ۳۶ | .....۲۰-۲ استانداردهای کتابخانه دانشگاهی                                      |
| ۳۶ | .....۱-۲۰-۲ استانداردهای یک : اهداف و وظایف                                   |
| ۳۶ | .....۲-۲۰-۲ استانداردهای دو : سازمان و مدیریت                                 |
| ۳۶ | .....۳-۲۰-۲ استانداردهای سه : نیروی انسانی                                    |
| ۳۷ | .....۴-۲۰-۲ استانداردهای چهار : مجموعه  |
| ۳۷ | .....۵-۲۰-۲ استانداردهای پنج : سازماندهی منابع                                |
| ۳۸ | .....۶-۲۰-۲ استانداردهای ششم : خدمات  |
| ۳۸ | .....۷-۲۰-۲ استانداردهای هفتم : ساختمان و تجهیزات                             |
| ۳۹ | .....۸-۲۰-۲ استانداردهای هشتم : بودجه   |
| ۳۹ | .....۲۱-۲ دلایل حساسیت و اهمیت مساله انتخاب در فرآیند مجموعه سازی کتابخانه ها |
| ۴۰ | .....۲۲-۲ ابزارهای اصلی انتخاب منابع اطلاعاتی                                 |
| ۴۱ | .....۲۳-۲ اصول کلی انتخاب کتاب  |
| ۴۲ | .....۲۴-۲ ارزیابی منابع اطلاعاتی  |
| ۴۴ | .....۲۵-۲ حوزه کار نشر  |
| ۴۵ | .....۲۶-۲ ناشر(Publisher) و سایر عوامل نشر                                    |
| ۴۸ | .....۲۷-۲ ناشران متون دانشگاهی (حلقه ای اساسی در زنجیره تامین)                |
| ۴۹ | .....۲۸-۲ صنعت نشر کتاب   |
| ۴۹ | .....۲۹-۲ مسائل و مشکلات زنجیره نشر در ایران                                  |
| ۵۰ | .....۳۰-۲ نشر کتاب در ایران   |
| ۵۱ | .....۳۱-۲ صدور مجوز نشر   |
| ۵۱ | .....۳۲-۲ انبار کتاب  |

|    |   |
|----|---|
| ۵۲ | ..... ۳۳-۲ خرد نگری به جای کلان نگری.....   |
| ۵۲ | ..... ۳۴-۲ اقتصاد نشر.....  |
| ۵۲ | ..... ۳۵-۲ پخش کتاب در ایران.....   |
| ۵۴ | ..... ۳۶-۲ مروری بر پژوهش های انجام شده.....  |
| ۵۴ | ..... ۳۶-۲-۱ پیشینه پژوهش در ایران.....   |
| ۶۶ | ..... ۳۶-۲-۲ پیشینه پژوهش در خارج.....  |
| ۷۴ | ..... فصل سوم: روش شناسی پژوهش.....   |
| ۷۵ | ..... ۳-۱: مقدمه.....   |
| ۷۵ | ..... ۳-۳ جامعه پژوهش.....  |
| ۷۶ | ..... جدول ۱،۳، ۱. جدول تعداد نمونه.....  |
| ۷۷ | ..... ۳-۴ ابزار گردآوری اطلاعات.....  |
| ۷۸ | ..... ۳-۵ روایی و پایایی.....   |
| ۷۹ | ..... ۳-۶: روش تجزیه و تحلیل داده ها.....   |
| ۸۰ | ..... ۳-۷ محدودیت های پژوهش.....  |
| ۸۱ | ..... فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها.....  |
| ۸۲ | ..... ۴-۱ مقدمه.....  |
| ۸۲ | ..... ۴-۲ یافته های پژوهش.....  |
| ۸۲ | ..... ۴-۳ اطلاعات جمعیت شناختی مراجعان کتابخانه ها.....                                 |
| ۸۲ | ..... جدول ۱،۴. توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب جنسیت.....                     |
| ۸۳ | ..... جدول ۲،۴. توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب سطح تحصیلات.....               |
| ۸۳ | ..... جدول ۳،۴. توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب سن.....                        |
| ۸۴ | ..... ۴-۴ سؤال پژوهش ۱.....   |
| ۸۴ | ..... جدول ۴،۴. توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط مراجعان با مسئولان بخش سفارش..... |
| ۸۷ | ..... ۴-۵: اطلاعات جمعیت شناختی ناشران.....   |
| ۸۸ | ..... جدول ۵،۴. توزیع فراوانی ناشران بر حسب جنسیت.....                                  |
| ۸۸ | ..... جدول ۶،۴. توزیع فراوانی ناشران بر حسب سطح تحصیلات.....                            |
| ۸۹ | ..... جدول ۷،۴. توزیع فراوانی ناشران بر حسب سن.....                                     |



|  |     |
|--|-----|
| جدول ۸,۴. توزیع فراوانی ناشران برحسب تجربه.....  | ۸۹  |
| ۴-۶:سئوال پژوهش ۲.....   | ۹۰  |
| جدول ۹,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری مراحل فرایندمدیریت زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب.....                        | ۹۰  |
| ۴-۷ سئوال پژوهش ۳.....   | ۹۲  |
| جدول ۱۰,۴. توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش.....  | ۹۲  |
| ۴-۸ اطلاعات جمعیت شناختی مسئولان بخش سفارش کتابخانه ها.....  | ۹۴  |
| جدول ۱۱,۴. توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش برحسب جنسیت.....  | ۹۴  |
| جدول ۱۲,۴. توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش برحسب سطح تحصیلات.....  | ۹۵  |
| جدول ۱۳,۴. توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش برحسب سن.....   | ۹۵  |
| جدول ۱۴,۴. توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش برحسب تجربه.....  | ۹۶  |
| ۴-۹ سئوال پژوهش ۴.....   | ۹۶  |
| جدول ۱۵,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری مراحل فرایند مدیریت روابط باتأمین کنندگان در کتابخانه ها.....                        | ۹۷  |
| ۴-۱۰ سوال پژوهش ۵.....   | ۱۰۳ |
| جدول ۱۶,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری ارتباط مسئولان بخش سفارش بامراجعان.....  | ۱۰۳ |
| جدول ۱۷,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری ارتباط مسئولان بخش سفارش باناشران.....   | ۱۰۵ |
| ۴-۱۱ سوال پژوهش ۶.....   | ۱۰۷ |
| جدول ۱۸,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری موانع ومشکلات در فرایندمدیریت روابط باتأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش..... | ۱۰۷ |
| جدول ۱۹,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری موانع ومشکلات در فرایندمدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران.....               | ۱۱۰ |
| ۴-۱۲ سوال پژوهش ۷.....   | ۱۱۲ |
| جدول ۲۰,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری راهکارها در فرایندمدیریت روابط باتأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش.....      | ۱۱۲ |
| جدول ۲۱,۴. توزیع فراوانی وشاخصهای آماری راهکارها در فرایندمدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران.....                    | ۱۱۵ |
| ۴-۱۳ آزمون فرضیه های پژوهش.....  | ۱۱۶ |
| ۴-۱۳-۱ فرضیه ۱.....  | ۱۱۶ |
| جدول ۲۲,۴. شاخصهای آماری فرایندمدیریت ارتباط بامشتری ونتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳.....                                | ۱۱۶ |
| ۴-۱۳-۲ فرضیه ۲.....  | ۱۱۷ |
| جدول ۲۳,۴. شاخصهای آماری فرایندمدیریت زنجیره تأمین داخلی ونتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳.....                            | ۱۱۷ |

|     |   |
|-----|---|
| ۱۱۸ | .....۳-۱۳-۴ فرضیه ۳   |
| ۱۱۸ | ..... جدول ۲۴,۴. شاخصهای آماری فرایندمدیریت روابط با تأمین کنندگان ونتایج آزمون مقایسه میانگین با ۳ |
| ۱۱۹ | ..... فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری  |
| ۱۲۰ | ..... ۱-۵ مقدمه   |
| ۱۲۰ | ..... ۲-۵ بحث و نتیجه گیری  |
| ۱۲۰ | ..... ۱-۳-۵ سوال پژوهش ۱  |
| ۱۲۱ | ..... ۲-۳-۵ سوال پژوهش ۲  |
| ۱۲۱ | ..... ۳-۳-۵ سوال پژوهش ۳  |
| ۱۲۲ | ..... ۴-۳-۵ سوال پژوهش ۴  |
| ۱۲۲ | ..... ۵-۳-۵ سوال پژوهش ۵  |
| ۱۲۳ | ..... ۶-۳-۵ سؤال پژوهش ۶  |
| ۱۲۴ | ..... ۷-۳-۵ سوال پژوهش ۷  |
| ۱۲۴ | ..... ۴-۵ فرضیه ۱   |
| ۱۲۵ | ..... ۵-۵ فرضیه ۲   |
| ۱۲۵ | ..... ۶-۵ فرضیه ۳   |
| ۱۲۵ | ..... ۷-۵ ارائه پیشنهادها   |
| ۱۲۶ | ..... ۸-۵ پیشنهادهای برخاسته از پژوهش   |
| ۱۲۶ | ..... ۹-۵ پیشنهادهایی برای پژوهشهای آینده   |
| ۱۳۵ | ..... پیوست ها  |
| ۱۳۵ | ..... پیوست الف: پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری(مراجعه کتابخانه)                                   |
| ۱۳۷ | ..... پیوست ب: پرسشنامه مدیریت زنجیره تأمین داخلی(ناشران)   |
| ۱۴۰ | ..... پیوست ج: پرسشنامه مدیریت روابط با تأمین کنندگان(مسئولان بخش سفارش)                            |
| ۱۴۰ | ..... پرسشنامه مدیریت روابط با تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه (مسئول بخش سفارش)              |

## فهرست جداول

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| جدول ۱.۲  | عناصر کلیدی مدیریت زنجیره تامین.....   | ۱۹  |
| جدول ۱.۳  | جدول تعداد نمونه.....  | ۷۶  |
| جدول ۱.۴  | توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب جنسیت.....  | ۸۲  |
| جدول ۲.۴  | توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب سطح تحصیلات.....  | ۸۳  |
| جدول ۳.۴  | توزیع فراوانی مراجعان کتابخانه ها بر حسب سن.....   | ۸۳  |
| جدول ۴.۴  | توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط مراجعان با مسئولان بخش سفارش.....  | ۸۴  |
| جدول ۵.۴  | توزیع فراوانی ناشران بر حسب جنسیت.....   | ۸۸  |
| جدول ۶.۴  | توزیع فراوانی ناشران بر حسب سطح تحصیلات.....   | ۸۸  |
| جدول ۷.۴  | توزیع فراوانی ناشران بر حسب سن.....  | ۸۹  |
| جدول ۸.۴  | توزیع فراوانی ناشران بر حسب تجربه.....   | ۸۹  |
| جدول ۹.۴  | توزیع فراوانی و شاخصهای آماری مراحل فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب.....                          | ۹۰  |
| جدول ۱۰.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش.....   | ۹۲  |
| جدول ۱۱.۴ | توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش بر حسب جنسیت.....  | ۹۴  |
| جدول ۱۲.۴ | توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش بر حسب سطح تحصیلات.....  | ۹۵  |
| جدول ۱۳.۴ | توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش بر حسب سن.....   | ۹۵  |
| جدول ۱۴.۴ | توزیع فراوانی مسئولان بخش سفارش بر حسب تجربه.....  | ۹۶  |
| جدول ۱۵.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری مراحل فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه ها.....                          | ۹۷  |
| جدول ۱۶.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان.....  | ۱۰۳ |
| جدول ۱۷.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری ارتباط مسئولان بخش سفارش با ناشران.....   | ۱۰۵ |
| جدول ۱۸.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری موانع و مشکلات در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش..... | ۱۰۷ |
| جدول ۱۹.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری موانع و مشکلات در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران.....                | ۱۱۰ |
| جدول ۲۰.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری راه کارها در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش.....      | ۱۱۲ |
| جدول ۲۱.۴ | توزیع فراوانی و شاخص های آماری راه کارها در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران.....                     | ۱۱۵ |
| جدول ۲۲.۴ | شاخص های آماری فرایند مدیریت ارتباط با مشتری ونتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳.....                                  | ۱۱۶ |
| جدول ۲۳.۴ | شاخص های آماری فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی ونتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳.....                               | ۱۱۷ |
| جدول ۲۴.۴ | شاخص های آماری فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان ونتایج آزمون مقایسه میانگین با ۳.....                              | ۱۱۸ |

## فهرست شکل ها

- شکل ۱.۲. ساختار سلسله مراتبی برای فرایند ها و پیش نیاری برای مدل سازی زنجیره های تامین ..... ۱۸
- شکل ۲.۲. شکل سنتی لجستیک ..... ۳۱
- شکل ۳.۲. شراکت ..... ۲۳
- شکل ۴.۲. زنجیره تامین پایه ای ..... ۲۳
- شکل ۵.۲. زنجیره تامین گسترده ..... ۲۴
- شکل ۶.۲. زنجیره تامین نهایی ..... ۲۴
- شکل ۷.۲. زنجیره تامین تولیدی ..... ۲۵
- شکل ۹.۲. زنجیره تامین خدماتی ..... ۲۵
- شکل ۱۰.۲. حوزه کلی کار نشر ..... ۴۵
- شکل ۱۱.۲. پیوند حوزه نشر با محیط ها و فضاها ..... ۴۷
- شکل ۱۲.۲. حوزه ارتباطات نشر ..... ۴۸
- شکل ۱۳.۲. پیوند عناصر اصلی نشر ..... ۴۸
- شکل ۱،۳. توزیع میانگین شاخص های ارتباط مراجعان با مسئولان بخش سفارش کتابخانه ها ..... ۸۷
- شکل ۲،۳. توزیع میانگین شاخص های مراحل فرایند مدیریت زنجیره تامین داخلی در مراکز تولید کتاب ..... ۹۲
- شکل ۳،۳. توزیع میانگین شاخص های ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش کتابخانه ها ..... ۹۴
- شکل ۴،۳. توزیع میانگین شاخص های ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان کتابخانه ها ..... ۱۰۵
- شکل ۵،۳. توزیع میانگین شاخص های ارتباط مسئولان بخش سفارش با ناشران ..... ۱۰۷
- شکل ۶،۳. توزیع میانگین شاخص های موانع و مشکلات در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان سفارش ..... ۱۱۰
- شکل ۷،۳. توزیع میانگین شاخص های موانع و مشکلات در فرایند مدیریت زنجیره تامین داخلی از دیدگاه ناشران ..... ۱۱۲
- شکل ۸،۳. توزیع میانگین شاخص های راه کارهایی در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش ..... ۱۱۴
- شکل ۹،۳. توزیع میانگین شاخص های راه کارهایی در فرایند مدیریت زنجیره تامین داخلی از دیدگاه ناشران ..... ۱۱۶

## فصل اول : کلیات پژوهش

در دنیای رقابتی امروز با توجه به ویژگی های محیط های جدید تولیدی و طبیعت مشتریان دیگر شیوه های مدیریت تولید گذشته که یکپارچگی کمتری را در فرآیندهایشان دنبال می کردند کارایی خود را از دست داده اند و امروزه سازمان ها نیازمندند تا یکپارچگی منظمی را در تمام فرآیندها از ماده خام تا مصرف کننده نهایی ایجاد کنند. مدیریت زنجیره تامین<sup>۱</sup> به عنوان یک رویکرد یکپارچه برای مدیریت مناسب جریان مواد و کالا، اطلاعات، جریان پولی، توانایی پاسخگویی به این شرایط را داراست. طی چند سال اخیر ظهور فناوری های نوین و ایجاد تحولات عظیم در بازارهای جهانی، مدیریت زنجیره تامین را بیش از پیش ضروری ساخته است، به طوریکه سازمانهای مختلف برای ایجاد و حفظ موقعیت و جایگاه رقابتی خود، ناگزیر به استفاده از تئوری های مدیریت زنجیره تامین می باشند. انقلاب اطلاعاتی و ظهور شکل های جدید ارتباطات متقابل سازمانی و افزایش توقعات مشتریان در زمینه هزینه محصولات و خدمات، کیفیت، تحویل، فناوری و زمان سیکل تعهد شده با توجه به رقابت فزاینده در بازارهای جهانی و امثالهم، از جمله عواملی است که باعث تغییر سیستم های سنتی خرید و تدارک و حرکت به سمت سیستم های مدرن مدیریت زنجیره تامین توسط سازمانها در دنیا شده است. زنجیره تامین در یک تعریف ساده شامل تمام فعالیت های مورد نیاز برای ارائه یک محصول به مشتری نهایی بوده و مدیریت زنجیره تامین در واقع مدیریت این فعالیت ها در زنجیره تامین است (غضنفری، ۱۳۸۰).

به طور کلی زنجیره های تامین، تامین کنندگان را به یک شرکت تولیدی و شرکت را به مشتریانش ارتباط می دهد. برای اداره صحیح زنجیره تامین لازم است تا نسبت به خدمات عالی به مشتریان، هزینه های پایین و زمان چرخه کوتاه اطمینان حاصل کنیم. موفقیت خیلی از سازمان های خصوصی، دولتی، نظامی و آموزشی به تواناییهای آنها در ارائه خروجی های مصوب وابسته است. ارائه محصولات بهتر در یک طیف وسیع و با هزینه ای پایین و انجام سریع آن، ارائه مطلوب این خروجی ها (هزینه، کیفیت، عملکرد، تحویل، انعطاف پذیری و نوع آوری) به توانایی سازمان در اداره جریان مواد، اطلاعات و پول درون و بیرون سازمان وابسته است. این جریان به عنوان زنجیره تامین شناخته شده است (پویا، ۱۳۸۶).

مدیریت زنجیره تامین نتیجه تکاملی مدیریت انبارداری است. در دهه ۶۰ کارشناسان با مطالعه بر روی رابطه داخلی بین انبارداری و حمل و نقل و یکپارچه سازی آنها قادر به کاهش موجودی خود شدند که حاصل

<sup>1</sup>Supply Chain Management(SCM)

این مطالعات مدیریت توزیع نام گرفت. در مسیر تکامل با اضافه شدن مباحث مدیریت ساخت، تدارکات و سفارش ها به مدیریت توزیع مفهوم لجستیک پدید آمد و وضعیت کنونی زنجیره تامین نتیجه به هم پیوستن حلقه های عملیاتی مختلف است که در ابتدای آن عرضه کنندگان و در انتهای آن مشتریان قرار دارند. به عبارتی زنجیره تامین شامل همه تسهیلات، وظایف و فعالیتهایی می شود که در تولید و تحویل یک کالا یا خدمت، از تأمین کنندگان تا مشتریان درگیر هستند، این زنجیره دربرگیرنده برنامه ریزی و مدیریت عرضه و تقاضای تهیه مواد، تولید و برنامه زمان بندی محصول یا خدمت، انبارکردن کنترل موجودی و توزیع، تحویل و خدمت به مشتری است (روسل و تیلور<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). زنجیره تامین، مجموعه ای از موسسات سازمانهایی است که در طراحی محصولات و خدمات جدید، تهیه مواد اولیه، تبدیل آنها به کالاهای نیمه ساخته و ساخته شده نهایی و ارائه آنها به مشتری نهایی دخالت دارند (سوامینسن، جایاشانکار و آر. اسرایدر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳). زنجیره تامین تمام مراحل را که به طور مستقیم و یا غیر مستقیم در تحقق درخواست های مشتری مشارکت دارند، را شامل می شود و هدف اصلی مدیریت آن، تامین نیازهای مشتری با دستیابی به بیشترین ارزش است (چوپرا و میندل<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). اعضای زنجیره از طریق سه جریان دو طرفه اطلاعاتی و فیزیکی (محصول) و پولی (مالی) و وجه نقد (با هم در ارتباط هستند (نورمیلاکسو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷).

یکی از اهداف عمده مدیریت زنجیره تامین، کنترل تغییرات و رسیدن به کمترین تغییرپذیری در زنجیره است، زیرا هرگونه تغییر کوچک در ابتدای زنجیره (از طرف مشتری نهایی) می تواند باعث تغییرات بزرگ در انتهای زنجیره (تامین کنندگان مواد اولیه) شود که نتیجه ای جز هزینه اضافی بر کل زنجیره ندارد. این زنجیره برای رسیدن به این هدف، نیازمند هماهنگی و تشریک مساعی راهبردی در میان تمامی اعضاست تا با بیشترین یکپارچگی در همه فرآیندهای سازمانی ارائه محصول، بتواند تقاضا را مدیریت کند (استیونسون<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷).

در نهایت می توان گفت که زنجیره تامین برای رسیدن به بیشترین ارزش، نیازمند مدیریت کارا و اثر بخش تمامی جریانها و فرآیندهای بین تمامی اعضا در تمامی مراحل (شامل طراحی محصول، تهیه و خرید مواد اولیه، پیش بینی و برنامه ریزی، تولید و توزیع، خدمات پس از فروش، و مصرف نهایی محصول است) (آروما<sup>۶</sup>

<sup>1</sup>Russel&Taylor

<sup>2</sup>Swaminatha&Jayashankar&R.Sridhar

<sup>3</sup>Chopra & Meindle

<sup>4</sup>Nurmilaakso

<sup>5</sup>Stevenson

<sup>6</sup>Auramo

۲۰۰۵). با وجود همه ی این تغییرات، زنجیره تامین همواره از مولفه های اصلی خود یعنی تامین کننده و مشتری برخوردار بوده و خواهد بود، با اجرای رویکردهای بدیع در شبکه زنجیره تامین، یک نوع باز مهندسی در زنجیره تامین کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی (دانشگاهی) ایجاد می گردد (رجبعلی بگلو، ۱۳۸۷). برای مدیریت موثر زنجیره تامین، ضروری است که تامینکنندگان و مشتریان با یکدیگر در یک روش هماهنگ و با شراکت و ارتباطات کامل اطلاعاتی تعامل داشته باشند. این امر یعنی جریان سریع اطلاعات در میان ارکان زنجیره، آن ها را قادر می سازد که زنجیره های عرضه بسیار کارایی را ایجاد کنند (غضنفری، ۱۳۸۵).

کتابخانه های دانشگاهی و مراکز اطلاع رسانی وابسته به مراکز آموزش عالی که رسالت آنها کمک و خدمت رسانی به جامعه دانشجویان، اعضای هیئت علمی و اساتید مدعو در امور آموزشی و پژوهشی می باشد در جهت رفع نیاز آنها برآمده و با استفاده از منابع مالی و انسانی خود به خرید، تولید و توزیع منابع اطلاعاتی اقدام می ورزند. در محیط کتابخانه های دانشگاهی و مراکز آموزش عالی کاربران (چه اساتید و اعضای هیئت علمی و چه دانشجویان) نقطه شروع و عنصر راهبردی در زنجیره تامین بوده اند و کتابداران دانشگاهی با طیف گسترده ای از افراد با سطوح تحصیلی گوناگون از مقطع کارشناسی تا دکتری مواجهند. این زنجیره شامل تمامی افرادی است که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم در انجام درخواست کاربران درگیر هستند. با توجه به تعاریف و توضیحات ذکر شده، به نظر می رسد هرچه کتابخانه های دانشگاهی در مدیریت شبکه زنجیره تامین منابع، فرآیندهای مربوط به زنجیره را با توجه به نیاز کاربران تطبیق دهند کارایی این زنجیره بیش از پیش می گردد. یکی از رویکردهای مدیریتی که باید در بین پژوهش های کتابداری وارد شود، رویکرد مدیریت زنجیره تامین کتب است. پژوهش حاضر در صدد است با تعیین وضعیت فرایند مدیریت روابط با مشتری (مراجعان کتابخانه)، تامین داخلی (تولیدکنندگان منابع اطلاعات کتابخانه؛ ناشران)، تامین کنندگان در کتابخانه ها (مسولان بخش سفارش) به بررسی مدیریت شبکه زنجیره تامین کتب فارسی در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی بپردازد.

### ۱-۲ بیان مسئله

امروزه، سازمانها در جهت رقابت مؤثر و کارا و کسب مزیت رقابتی، ملزم به ایجاد شبکه ای از تأمین کنندگان و تولید کنندگان شایسته اند تا بتوانند نیازمندیهای گوناگون خود را در کمترین زمان و بالاترین کیفیت تدارک ببینند. برخلاف گذشته، سازمانها نمی توانند به صورت مستقل و بدون در نظر گرفتن شرایط پیرامونی خود، تنها بر کارایی درونی و منافع کوتاه مدت تأکید کنند. سازمانهای کنونی نیازمند هماهنگی



## فصل اول: کلیات پژوهش

دقیق برای تدارک مواد اولیه و تحویل به موقع به مشتری هستند تا بتوانند هزینه ها را کاهش دهند، دریافت و تحویل به موقع داشته باشند و در نهایت رضایت مشتری را کسب کنند. با توجه به این موارد، مدیریت زنجیره تأمین به عنوان راه کاری مؤثر و مفید در این زمینه مطرح میشود (فیض آبادی، ۱۳۸۲).

مدیریت زنجیره تأمین در کتابخانه ها تلاش دارد، با ایجاد و حفظ روابطی مستحکم و پویا بین تولید کننده، تأمین کننده خدمات و کاربر/ مشتری در جهت تعالی سازمانی و رضایت مشتری گام بردارد. مبحث مدیریت زنجیره تأمین در ایران بیشتر در حوزه های صنعتی وارد شده و مورد توجه دست اندکاران این حوزه قرار گرفته است. با این وجود پرداختن به موضوع مدیریت زنجیره تأمین در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی در واقع الگویی وارداتی از حوزه صنعت به این حوزه می باشد و در واقع فرآیند جدیدی است که در راستای بسط و تطبیق موضوعات صنعتی در حوزه خدمات به کار گرفته خواهد شد. با انجام این تحقیق و ارائه آن می توان رویکرد جدیدی را در تولید و عرضه منابع اطلاعاتی خلق نمود و این موضوع را در عرصه کتابخانه های دانشگاهی وارد نمود. کتابخانه های دانشگاهی که بخشی از نظام آموزشی، پژوهشی و تحقیقاتی دانشگاه هستند، مهمترین منبع تأمین نیازهای اطلاعاتی جامعه علمی دانشگاهی به شمار آمده و می باید حاوی تازه ترین اطلاعات در زمینه های موضوعی آن باشند (مزینانی، ۱۳۷۹).

رشد فزاینده اطلاعات از یک سو و نیاز دانشجویان مقاطع گوناگون و اعضای هیئت علمی به اطلاعات دقیق و روزآمد، از سوی دیگر کتابخانه های دانشگاهی را با چالش هایی برای آگاه کردن کاربران از منابع اطلاعاتی جدید و دسترس پذیری این منابع برای آنها رو به رو کرده است. در این میان شبکه زنجیره تأمین در هر دانشگاه به عنوان مهمترین مجرای تأمین منابع نقش کلیدی و اساسی ایفا می کند. با صرف بودجه در راستای تجهیز منابع اطلاعاتی کتابخانه های خود از جمله: خرید کتب، نشریات ادواری داخلی و خارجی و به ویژه بانک های اطلاعاتی داخلی و خارجی اشاره کرد. برای بهره وری بیشتر از منابع اطلاعاتی به نظر می رسد بررسی چگونگی روابط با کاربران، تأمین کنندگان داخلی (تولید کنندگان)، تأمین کنندگان و توزیع کنندگان در مدیریت شبکه زنجیره تأمین منابع ضرورت دارد. لذا پژوهش حاضر در صدد پاسخ به وضعیت فرایند های مدیریت روابط با مشتری، مدیریت روابط با زنجیره تأمین داخلی (تولید کنندگان)، مدیریت روابط با تأمین کنندگان در مدیریت شبکه زنجیره تأمین کتب فارسی کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی (ره) است.

### ۳-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش

هدف مدیریت زنجیره تأمین، بهبود کارایی فرایندهای تحویل و ارائه محصول در کل مسیر زنجیره از تأمین کنندگان مواد تا مشتریان نهایی، با حداقل گذاشت و برداشت و واسطه‌گری است (هوور و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). با گسترش مفهوم مدیریت زنجیره تأمین در صنایع گوناگون، این موضوع در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی هم مورد توجه قرار می‌گیرد. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی همچون دیگر سازمانها و به فراخور حال، باید در اجرای نظریه‌ها، راهبردها و رویکردهای مدیریتی پیشگام بوده و در اجرای صحیح و موفق آنها گامهایی اساسی بردارند. رشد توجه پژوهشگران حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی در نظریه‌ها، راهبردها و رویکردهای مدیریتی در ادبیات این رشته، نمایانگر این مسأله است که می‌توان از آنها به عنوان پدیده‌ای روزافزون در بدنه پژوهشهای کتابداری و اطلاع‌رسانی نام برد. یکی از این رویکردهای مدیریتی که باید در بین پژوهشهای کتابداری وارد شود، رویکرد مدیریت زنجیره تأمین است. به دلیل اینکه تمام سازمانها اعم از تولیدی و خدماتی درگیر تأمین منابع مورد نیاز هستند (فیض آبادی، ۱۳۸۲)، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی هم به عنوان مراکز خدماتی که تأمین کننده بخش عمده‌ای از منابع اطلاعاتی مورد نیاز جامعه هستند از این قاعده مستثنی نبوده، باید منابع را از مراکز تولیدکننده دریافت کرده و به عنوان تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی، آنها را در اختیار مراجعان قرار دهند و به این ترتیب عملکرد خود را به منظور برآورده نمودن خواست‌ها و انتظارات مراجعان کتابخانه، با تأمین مطلوب منابع بهبود بخشند. در این زنجیره تأمین، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی نیز به عنوان سازمانهایی خدمت‌رسان در جهت تأمین نیازهای مشتریان خود برآمده و با استفاده از منابع مالی و انسانی خود، به خرید، تولید و توزیع منابع اطلاعاتی به کاربران اقدام می‌ورزند (رجبعلی بگلو و زمرد پوش، ۱۳۸۸).

مدیریت زنجیره تأمین در کتابخانه‌ها تلاش دارد، با ایجاد و حفظ روابطی مستحکم و پویا بین تولید کننده، تأمین کننده خدمات و کاربر/ مشتری، در جهت تعالی سازمانی و رضایت مشتری گام بردارد. طبق بررسی‌های موجود موضوع مدیریت زنجیره تأمین چندان که باید، مورد توجه قرار نگرفته است. علیرغم اهمیت بالای این مفهوم و استفاده‌های گسترده از آن در سایر کشورها، پژوهشهای داخلی اندکی در این زمینه در دسترس است. در این میان، بررسی این موضوع در کتابخانه‌ها (دانشگاهی) هم مورد غفلت واقع شده است. در میان تحقیقات و مطالعات انجام گرفته در این زمینه، می‌توان گفت اغلب آنها در یک صنعت

<sup>۱</sup>.Hoover, Elorantatt, Holmsstrom & Huttunen

## فصل اول: کلیات پژوهش

خاص و مخصوصاً سازمانهای صنعتی و نه فرهنگی بررسی شده اند. پژوهش حاضر ضمن بررسی وضعیت فرایندهای اصلی شبکه مدیریت زنجیره تأمین، مشکلاتی که در طی این فرایندها در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی وجود دارد شناسایی و روش هایی که مدیران کتابخانه ها از آن ها استفاده می کنند، بررسی، وپویشی علمی در جهت تعیین نفاذ قوت و ضعف زنجیره و امکان تغییر سبک های زنجیره تأمین کتب فعلی بر اساس نیاز کاربران به روش های با بهره وری بیشتر صورت می گیرد.

### ۴-۱ اهداف پژوهش

#### هدف اصلی

هدف اصلی پژوهش، بررسی فرایندهای اصلی مدیریت شبکه زنجیره تأمین کتب فارسی در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی است.

#### اهداف فرعی

- ۱) تعیین وضعیت فرایند مدیریت روابط با مشتری (مراجعان کتابخانه) در کتابخانه ها
- ۲) تعیین وضعیت فرایند مدیریت روابط با زنجیره تأمین داخلی (تولیدکنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه: مراکز تولید کتاب و ناشران)
- ۳) تعیین وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان (ناشران) در کتابخانه ها (مسئولان بخش سفارش)
- ۴) تعیین وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه
- ۵) تعیین وضعیت ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان و ناشران
- ۶) شناسایی موانع و مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره های تأمین کتابخانه ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران
- ۷) ارائه راه کارهایی برای یکپارچگی فعالیت ها در زنجیره های تأمین کتابخانه ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران

### ۵-۱: فرضیه های پژوهش

## فصل اول: کلیات پژوهش

۱. وضعیت فرایند مدیریت روابط با مشتری در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی پایین تر از حد متوسط است.
۲. وضعیت فرایند مدیریت روابط با زنجیره تأمین داخلی در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی پایین تر از حد متوسط است.
۳. وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبایی پایین تر از حد متوسط است.

### ۱-۶ سوالات پژوهش

۱. وضعیت فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان، مراجعان کتابخانه با مسئولان بخش سفارش کتابخانه ها چگونه است؟
۲. وضعیت فرایند مدیریت روابط با زنجیره تأمین داخلی (تولیدکنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه: مراکز تولید کتاب و ناشران) چگونه است؟
۳. وضعیت فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی، ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش کتابخانه چگونه است؟
۴. وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه ها چگونه است؟
۵. ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان و ناشران چگونه است؟
۶. موانع و مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره های تأمین کتابخانه ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران کدامند؟
۷. راه کارهایی برای بهبود یکپارچگی فعالیتها در زنجیره های تأمین کتابخانه ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران چیست؟

### ۱-۷ تعاریف مفهومی و عملیاتی

**مدیریت:** مدیریت از نگاه برخی صاحب نظران، ترکیبی از علم و هنر برای پدید آوردن محیطی مناسب می باشد، که در آن همکاری و همفکری بادیگران به منظور شکل دادن به فرآیندی کارساز امکان پذیر می گردد و همچنین طی آن، استفاده بهینه از منابع برای عرضه خدمات یا کالاهایی قابل رقابت، جهت جلب رضایت متقاضیان آن ها، با پرهیز از بروز هرگونه عواقب نامطلوب تحقق می یابد (رحمان سرشت، ۱۳۸۴). منظور از