



به نام خدا

آموزش مسئول تدارکات و لجستیک در سازمانها، نهادها و بنگاه های کسب و کار

مؤلف:

دکتر علی اشرف احمدیان

(دکترای مدیریت بازرگانی از دانشگاه تهران)



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 مسئول تدارکات و لجستیک در سازمانها، نهادها و بنگاه های کسب و کار

◀ مولف: علی اشرف احمدیان

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: مهدیه مخبری

◀ صفحه آرای: فرنوش عبدالهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسایی

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۱

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۱۴۰۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۱۷-۳

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۶۶۴۱۰۰۴۶-۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagartehran.com

سرشناسه: احمدیان، علی اشرف، ۱۳۶۰-Ahmadiyan, Ali Ashraf-
عنوان و نام پدیدآور: آموزش مسئول تدارکات و لجستیک در سازمانها،
نهادهای و بنگاه های کسب و کار/مولف: علی اشرف احمدیان؛
ویراستار: مهدیه مخبری.
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری: ۱۸۶ ص:مصور،
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۱۷-۳
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
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: ۹۰۰۶۰۱۵

نشانی تلگرام: @mftbook نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran_publishing

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.

این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است

فهرست مطالب

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

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

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

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

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 اقلام نگهداری، تعمیر و بهره‌برداری
۷۲ اقلام پشتیبانی تولید
۷۲ خدمات
۷۲ تجهیزات سرمایه‌ای
۷۳ حمل‌ونقل و خرید شخص ثالث
۷۳ خلاصه و جمع‌بندی فصل
۷۴ سؤالات 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 اقلام 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	سؤالات پایانی فصل

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

۹۲	مقدمه
۹۲	یکپارچه‌سازی درون‌سازمانی
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 اعضاء

۱۰۷.....	ارتباطات پیشرفته بین دفاتر یا سازمان‌ها
۱۰۸.....	اشکالات احتمالی رویکرد تیمی متقابل
۱۰۸.....	اثرات منفی بر تک‌تک اعضا
۱۰۸.....	تصمیم‌های ضعیف تیم
۱۰۹.....	شکل‌گیری یک تیم متقابل
۱۰۹.....	الزامات آموزشی
۱۱۱.....	استفاده از تیم‌های متقابل برای ارزیابی و انتخاب تأمین‌کننده
۱۱۲.....	محل مشترک پرسنل خریدار و تأمین‌کننده
۱۱۲.....	توسعه اعتماد
۱۱۲.....	مشارکت در فناوری
۱۱۳.....	برنامه‌های پیشنهادی تأمین‌کننده
۱۱۴.....	تیم‌های بهبود روابط خریدار-فروشنده
۱۱۴.....	خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۱۵.....	سؤالات 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.....	هزینه‌های خرید و تدارکات
۱۱۹.....	مدیریت عالی سازمان
۱۲۰.....	مزایای ساختارهای خرید متمرکز
۱۲۰.....	حجم خرید
۱۲۰.....	کاهش نیاز به تلاش‌های تکراری
۱۲۱.....	توسعه تخصصی
۱۲۱.....	مزایای خرید غیرمتمرکز
۱۲۱.....	درک الزامات عملیاتی منحصربه‌فرد
۱۲۲.....	اتخاذ تصمیم‌های خرید مؤثرتر
۱۲۲.....	مکانیسم‌های مدیریت تصمیم‌های خرید و تدارکات
۱۲۲.....	گروه‌های خرید منطقه‌ای
۱۲۳.....	شوراهای کالایی
۱۲۳.....	مراکز تعالی

۱۲۳	گروه خدمات مشترک
۱۲۳	موقعیت خرید در ساختار سازمانی
۱۲۴	عوامل مؤثر بر موقعیت خرید در سلسله‌مراتب 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 فرايند
۱۲۷	کنترل موجودی
۱۲۷	حمل و نقل
۱۲۷	درون‌سپاری / برون‌سپاری
۱۲۷	تحليل ارزش
۱۲۸	تحقيق خرید/پیش‌بینی مواد
۱۲۸	مدیریت تأمین
۱۲۸	سایر مسؤلیت‌ها
۱۲۸	تفکیک خرید استراتژیک و عملیاتی
۱۲۹	استفاده از تیم‌ها به‌عنوان بخشی از ساختار سازمانی
۱۳۰	ساختار مدیریت زنجیره تأمین
۱۳۰	روندهای آینده در طراحی سازمانی
۱۳۱	خلاصه و جمع‌بندی 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 منبع‌یابی 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 پور تفوی	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 مرحله‌ای 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
قابلیت‌های کارکنان	۱۷۶
ساختار هزینه	۱۷۶
کنترل کیفیت جامع، سیستم‌ها 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

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



تقديم به...

پدر و مادر عزیزم



پیشگفتار

موفقیت یک سازمان مستلزم اجرای مؤثر برنامه‌های آن توسط همه اجزاء تشکیل‌دهنده این سیستم است. یکی از بخش‌های مهمی که تقریباً در همه گونه‌های سازمانی از دولتی و خصوصی گرفته تا صنعتی و خدماتی، وجود دارد و گردش مالی در آن بالا است، تدارکات سازمان یا بنگاه است.

تدارکات فرایند دستیابی به خدمات یا محصولات جدید است و شامل راهبرد قرارداد، اسناد قرارداد و انتخاب پیمانکار است و دامنه آن به همه اعضای زنجیره تأمین، از جمله کسانی که مسئول عملیات و نگهداری هستند، گسترش می‌یابد. دانش ایجاد شده در این حوزه بیانگر آن است که برای موفقیت در مدیریت تدارکات بایستی برای آن راهبرد داشته باشیم و راهبرد تدوین شده را به خوبی اجرایی کنیم. استراتژی تدارکات باید شامل منابع بالقوه تأمین، شرایط و انواع قرارداد/تدارکات (استفاده از مشارکت یا اتحاد در مقابل خرید کالا به صورت فردی)، شرایط قرارداد، نوع قیمت‌گذاری و روش انتخاب تأمین‌کننده باشد.

نیاز به توانایی تدوین یک استراتژی تدارکات برای مدیریت مؤثر در این حوزه ضروری است و درک این موضوع که باید در اوایل چرخه عمر پروژه انجام شود نیز بسیار مهم است. بر این اساس این مهم تنها زمانی می‌تواند به طور مؤثر انجام شود که افراد درگیر همه گزینه‌های موجود و پیامدهای انتخاب‌هایی که در پیش می‌گیرند، را درک کنند.

برای بسیاری از پروژه‌ها، کالاها و خدمات خریداری شده بالاترین درصد هزینه‌ها را تشکیل می‌دهند و بنابراین، دستیابی به ارزش بیشتر از طریق ارزیابی و مدیریت دقیق مهم است. استراتژی تدارکات با توجه به اینکه محدوده پروژه به خوبی تعریف شده است، وضعیت بازار تأمین‌کننده و سطح ریسک مرتبط با پروژه، پاسخ کنترل‌شده و قابل ارزیابی به تأثیرات خارجی را ارتقا می‌دهد و اطمینان حاصل می‌کند که اهداف پروژه برآورده شده است.

از طرفی یادگیری مباحث مربوط به فضای کسب‌وکار در دنیای امروز بدون توجه به اتفاقات محیط پیرامونی، یادگیرنده را از رویکردهای نوین طراحی‌شده متناسب با تغییرات این فضای بی‌بهره گذاشته و در نتیجه آموزش جامع و کامل حاصل نمی‌شود.

گرمایش زمین و ملاحظات محیط‌زیستی مصرف‌کنندگان دنیای امروز، تغییر و تحولات گسترده ناشی از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی، جنگ و ناامنی در بخش‌هایی از دنیا و ریسک‌های ناشی از آن از جمله مهمترین تغییراتی است که لازم است به‌عنوان دانشجوی مدیریت، تجارت بین‌الملل و کسب‌وکار با آنها آشنا بوده و فرایند اثرگذاری موارد مذکور بر کسب‌وکار و اقتصاد آن را به‌خوبی تحلیل کنیم.

بخش خرید و تدارکات در ساختار سازمان‌های مختلف با اهداف مشابهی گنجانده شده و نیازهای مختلف سازمان در حوزه مواد، محصول، خدمت یا وسایل و ابزار مورد نیاز را برآورده می‌سازد. در سازمان‌های دولتی آشنایی مدیریت و نیروهای فعال در این بخش با نحوه درست انجام امور محوله باعث جلوگیری از هدررفتن بیت‌المال و مدیریت هزینه‌های سازمان در کنار تهیه محصولات و خدمات باکیفیت بالاتر می‌شود. در بخش بنگاه‌های کسب‌وکار، مدیریت هزینه یکی از مهمترین چالش‌های عمده و مدنظر مدیران ارشد بوده و یکی از گلوگاه‌های سازمان جهت دستیابی به این هدف، دپارتمان خرید و تدارکات است. به‌علاوه برآورده‌ساختن رضایت مشتری چالش دیگری است که یک راه دستیابی به آن خرید مواد و ملزومات با کیفیت بالا جهت تولید و ارائه محصول با کیفیت مورد نظر وی است. بنابراین بخش خرید و تدارکات از اهمیت بالایی در هر دو طیف سازمان و دیگر انواع بنگاه‌ها برخوردار است.

هدف از تألیف کتاب حاضر علاوه بر علاقه‌نگارنده و احساس نیاز در بین مخاطبان آن به‌ویژه در بخش سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی و بنگاه‌های فعال در حوزه خدمات فنی و مهندسی، کسب‌وکارهای بزرگ تولیدی و بازرگانی و همچنین پروژه‌های پیمانکاری مختلف، ارائه اطلاعات جامع در مورد زمینه‌های مختلفی است که فرایند تدارکات را شامل می‌شود تا نیروهای انسانی که وظیفه انجام این کار را در دنیای واقعی برعهده دارند، آموزش دهد.

در کتاب به جزئیات حقوقی مربوط به قراردادهای پرداخته نشده است، اگرچه خلاصه‌ای بسیار مفید و کاربردی از نکات اصلی حقوقی گنجانده شده است. در کل سعی شده در این کتاب به همه جنبه‌های تدارکات در سازمان‌ها و نهادهای مختلف پرداخته شود و مباحث و رویکردهای نوین این حوزه به‌خوبی تشریح شود.

نکته مهم اینکه کتاب حاضر همراه با کتاب «آموزش کارمند سفارشات خارجی و ترخیص کار» که اخیراً توسط نویسنده در انتشارات محترم دیباگران به چاپ رسیده مباحث مربوط به تدارکات و خرید در هر دو عرصه داخلی و خارجی و برای هر دو گروه بنگاه‌ها و سازمان‌های دولتی و

خصوصی را پوشش داده و شکاف موجود در ادبیات داخلی با این دو اثر تا حدود زیادی پوشش داده شده است.

کتاب حاضر تئوری و عمل مربوط به تدارکات را در یک چارچوب جامع ارائه داده و راهنمایی‌هایی در مورد چگونگی انجام این فرایند در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. بنابراین مدیر پروژه به اطلاعاتی دست می‌یابد که می‌تواند براساس آن تصمیم‌های آتی را بهتر و سریع‌تر اتخاذ کند. این راهنما باید به‌عنوان یک نقطه مرجع مفید برای کسانی باشد که یک استراتژی تدارکات یا طرح اجرای پروژه را مدیریت می‌کنند تا اطمینان حاصل شود که همه گزینه‌های قابل اجرا در نظر گرفته شده‌اند و نقاط قوت و ضعف مسیر انتخاب شده نیز مورد بررسی قرار گرفته است. کتاب با تشریح نقش و اهمیت تدارکات در سازمان‌ها، نهادها و صنایع مختلف، جایگاه این بخش مهم را تشریح کرده است.

نکته مهم دیگری که به‌خصوص در دهه‌های اخیر مورد تأکید پژوهشگران و دست‌اندازان محیط‌زیست قرار گرفته و با توجه به چالش‌های عمده محیط‌زیستی دنیای امروز غیرقابل انکار است، بحث تدارکات سبز و الزمات آن برای بخش خرید و تدارکات سازمان‌ها است. در این خصوص نیز سعی شده مهمترین رویکردهای نوین این حوزه مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

کتاب در دو جلد و سیزده فصل تنظیم شده و سعی شده که همه حوزه‌های مهم و کاربردی مربوط به تدارکات به‌خوبی و با زبانی ساده و قابل فهم پوشش داده شود. فصل اول کتاب به کلیات خرید و تدارکات پرداخته و تصویری کلی از فضای فعلی کسب‌وکار جهانی را ارائه کرده است.

فصل دوم به فرایند خرید و تدارکات در یک نمای کلی پرداخته و گام‌های مهم آن را برشمرده است. در فصل سوم سازمان مدیریت خرید و تأمین ارائه‌شده و موضوع خرید در بستر طرح سازمانی تحلیل گردیده است. فصل چهارم کتاب، موضوع جایگاه خرید و تدارکات در دستیابی به مزیت رقابتی تشریح شده و در فصل پنجم سازمان مدیریت خرید و تأمین به تصویر کشیده شده است. فصل ششم، موضوع مهم تدوین و اجرای راهبرد خرید و تدارکات برای سازمان را پوشش داده و فصل هفتم، به ارزیابی و انتخاب تأمین‌کننده پرداخته است. فصل هشتم به جایگاه کیفیت در تدارکات مؤثر و فصل نهم مدیریت تأمین پایدار پرداخته است. فصل دهم، مدیریت استراتژیک هزینه ترسیم شده و در فصل یازدهم به سایر حوزه‌های خرید و تدارکات پرداخته شده است. فصل یازدهم به‌نوعی دانش‌های مکمل و مورد نیاز مدیر خرید و تدارکات را معرفی کرده است. فصل دوازدهم به مدیریت تأمین ناب و مختصات آن پرداخته است.

فصل سیزدهم کتاب به موضوع حمل و نقل و سیستم های اطلاعاتی مربوط به حوزه خرید و تدارکات پرداخته و به این ترتیب سعی شده چارچوب جامعی از خرید و تدارکات در انواع مختلف سازمان ها و بنگاه ها در این کتاب ارائه شود.

در پایان ضمن قدردانی و تشکر فراوان از زحمات مدیریت و پرسنل محترم انتشارات دیباگران و همه عزیزانی که در تألیف این اثر همکاری نمودند، منتظر دریافت نقطه نظرات، انتقادات و پیشنهادات همه اساتید و دانشجویان گرانقدر و مدیران و پرسنل محترم حوزه کسب و کار جهت بهبود اثر در چاپ های بعدی هستیم.

خدایا چنان کن سرانجام کار تو خشنود باشی و ما رستگار

علی اشرف احمدیان

تابستان ۱۴۰۱