

ارائه چارچوبی برای ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین مبتنی بر مفاهیم مدیریت کیفیت

بختیار استادی

عادل پورقادر چوهر

دانشگاه تربیت مدرس

موسسه غیرانتفاعی مهرآستان گیلان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۲/۱۸

چکیده

مدیریت کیفیت زنجیره تأمین با یک رویکرد سیستمی و برای بهبود عملکرد سازمان‌ها تعریف می‌شود. همچنین فرصت‌های ایجاد شده به وسیله ارتباطات پایین دست و بالادست با تأمین کنندگان و مشتریان را در سازمان، جاری می‌کند. در این مقاله بر شناسایی عوامل کلیدی مدیریت کیفیت زنجیره تأمین و ارزیابی عملکرد آن در سازمان‌ها، تمرکز شده است. بدین منظور، در ابتدا با مطالعات پیشینه تحقیق، عوامل کلیدی شناسایی شده، سپس هفت عامل کلیدی و زیرعوامل آنها از طریق مصاحبه با مجریان و کارشناسان مدیریت زنجیره تأمین اصلاح و صحت‌گذاری گردیده است. از این رو، در این مطالعه هفت عامل کلیدی و ۴۰ زیرعامل، برای ارزیابی مدیریت کیفیت زنجیره تأمین ارائه شده است. به علاوه، میزان اهمیت عوامل کلیدی و زیرعوامل آنها در ارزیابی مدیریت کیفیت زنجیره تأمین تعیین شده و در نهایت فرآیند خودارزیابی بر پایه عوامل کلیدی و زیرعوامل آنها جهت ارزیابی عملکرد سازمان‌ها و شرکت‌ها در اجرای مدیریت کیفیت زنجیره تأمین ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: مدیریت کیفیت جامع، مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت کیفیت زنجیره تأمین، ارزیابی عملکرد؛

۱- مقدمه

یکی از مشهورترین و پایدارترین مفاهیم مدیریت مدرن، مدیریت کیفیت جامع است. این جایگاه و توسعه آن در طول زمان شکل گرفته و از سال ۱۹۲۰، مراحل کنترل کیفیت، تضمین کیفیت و کنترل کیفیت جامع را پیموده است [۱]. مطالعات متعددی، روابط بین کارکردهای مدیریت کیفیت را با جنبه‌های مختلف عملکرد شرکت، مورد بررسی قرار داده است. مدیریت کیفیت سودمند، منبع رقابت است و هدف از این رویکرد فراهم کردن کالاها یا خدمات برای مشتری در یک سطح رضایت‌بخش است و هنگامی که رضایت مشتری بر شرکت نهادینه شود، سود عملیات کسب و کار در این است که چگونه محصولات را با کیفیت بالا و تحویل آنها در زمان و مکان مناسب فراهم آورد [۲]. از طرفی مدیریت زنجیره تأمین، شامل همکاری شرکت‌ها برای بهبود کارایی عملیات است. اکنون رقابت تجاری به صورت زنجیره‌های تأمین وجود دارد و سعی می‌شود تا مزایای بیشتری از رقابت در زنجیره تأمین حاصل شود. این سطح از رقابت، به سطح بیشتری از همکاری در میان زنجیره‌ها، شبکه‌های تأمین-کنندگان، توزیع کنندگان و مشتریان نیاز دارد. به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران در دنیای رقابتی امروز، رقابت شرکت‌ها از سطح به رقابت میان زنجیره‌های تأمین آنها کشیده شده و برخورداری از یک زنجیره تأمین کارا و چالاک، یک مزیت رقابتی بسیار مهم و تعیین‌کننده در عرصه رقابت محسوب می‌شود. در این راستا بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که با کشیده شدن رقابت از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آنها، کیفیت و مدیریت کیفیت محصول نیز، باید از سطح شرکت‌ها به سطح زنجیره تأمین آنها گسترش داده شود. زیرا همان‌طور که یک کالا از یک عضو زنجیره تأمین به عضو دیگر آن در جریان است، کیفیت آن نیز

۱- استادیار دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مهندسی صنایع و سیستم‌ها، نویسنده مسئول، پست الکترونیکی: bostadi@modares.ac.ir، نشانی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، پل نصر، دانشگاه تربیت مدرس، ساختمان فنی و مهندسی، دانشکده مهندسی صنایع و سیستم‌ها، طبقه نهم غربی، اتاق ۹۰۹.
- کارشناس ارشد، گروه مهندسی صنایع، موسسه غیرانتفاعی مهرآستان گیلان، آستانه اشرفیه، پست الکترونیکی: apourghader@mehrastan.ac.ir.