

عنوان مقاله:

مدیریت زنجیره تامین در صنعت خودروسازی تویوتا

محل انتشار:

هفتمین کنگره ملی تازه یافته های مهندسی برق ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مریم نبوی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه کامپیوتر و فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز

امیررضا استخریان حقیقی - استادیار گروه کامپیوتر و فن آوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

صنعت خودروسازی به لحاظ اهمیتی که دارد، مهم ترین صنعت پس از صنعت نفت و گاز محسوب می شود. امروزه رقابت واحدهای تجاری بر مبنای تولید کالاها و خدمات بر مبنای نیاز مشتری و در عین حال مقرون به صرفه، شکل گرفته است. بسیاری از شرکت ها به منظور کاهش میزان زمان صرف شده برای برطرف کردن نیازهای مشتریان و نیز کیفیت بیشتر محصولات به سمت فرآیند مشتری مداری حرکت کرده اند و با مدیریت موثر در فرآیندهای خرید و نیز ایجاد تعامل بهتر با تامین کنندگان خود برای به دست آوردن مزیت های رقابتی در تلاش هستند؛ زیرا به این نکته پی برده اند که در یک محیط بسته و دور از دیگران نمی توانند به بقای خود ادامه دهند. در این مقاله به بررسی مدیریت زنجیره تامین و پیدایش سیستم ساخت شرکت خودروسازی تویوتا که به تولید انعطاف پذیر یا تولید کرم وار معروف است می پردازیم و مزیت های رقابتی و استراتژی های این شرکت خودروساز را مورد مطالعه و بررسی قرار می دهیم.

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تامین، تویوتا، عملکرد لجستیک، ساخت به هنگام، یکپارچگی زنجیره تامین، خرید به هنگام، کامباین، خودروسازی، زنجیره ارزش، مدیریت ارتباط با مشتری، استراتژی، JIT (Just In Time)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1037900>

