

مدیریت زنجیره تأمین محصولات کشاورزی، مفهوم و راهبردها

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۶/۰۲

کد مقاله: ۸۸۷۷۶

بهمن خسروی پور^{۱*}، عبدالحسین شعبی^۲

چکیده

مدیریت زنجیره تأمین، عامل کلیدی برای ایجاد و تداوم مزیت رقابتی محصولات تولیدشده کشاورزان در بازار می‌باشد؛ و به‌عنوان یکی از مبانی زیرساختی پیاده‌سازی کسب‌وکار در دنیا مطرح شده است. مدیریت زنجیره تأمین، وظیفه یکپارچه‌سازی واحدهای سازمانی در طول زنجیره تأمین و هماهنگ‌سازی جریان‌های مواد، اطلاعات و مالی را به‌منظور برآوردن تقاضای مشتری نهایی باهدف بهبود رقابت‌پذیری زنجیره تأمین را دارا می‌باشد. زنجیره ارزش دارای طیف وسیعی از فعالیت‌های گوناگون مانند طراحی، تولید و بازاریابی می‌باشد. تنظیمات جدید زنجیره ارزش می‌تواند از طریق ایجاد مشارکت جدید بین کشاورزان، فرآورده‌کنندگان و خرده‌فروشان ایجاد شود. زنجیره ارزش نشان‌دهنده بازاری متمرکز بر همکاری است که در آن افراد و شرکت‌های مختلف باهم برای تولید و بازار محصولات و خدمات به شیوه‌ای مؤثر و کارآمد کار می‌کنند. درواقع زنجیره ارزش را می‌توان مانند یک شرکت بزرگ توسعه‌یافته تصور کرد. این مقاله که به روش مروری و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی تهیه‌شده تلاش دارد با بررسی مفاهیم و عملکرد مدیریت زنجیره تأمین محصولات کشاورزی، راهبردهای لازم را بررسی و راهکارهایی ارائه نماید.

واژگان کلیدی: زنجیره تأمین، مدیریت زنجیره تأمین، کشاورزی، زنجیره ارزشی

۱- استاد و عضو هیات علمی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان ؛ b.khosravipour@gmail.com

۲- دانش آموخته کارشناسی ارشد مهندسی مکانیزاسیون کشاورزی دانشگاه شهید چمران اهواز