

تحلیل فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین کتابهای فارسی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران

نجلا حریری^۱ | مینا اسماعیلی گلسفید^۲

۱. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول)

nadjlahariri@gmail.com

۲. کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران Esmaili.21@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۸/۰۹

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، تحلیل فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین کتابهای فارسی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران است.

روش پژوهش: روش پژوهش پیمایشی تحلیلی و ابزار پژوهش سه پرسش‌نامه مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت زنجیره تأمین داخلی (رابطه ناشران با بخش سفارش کتابخانه‌ها) و مدیریت روابط با تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه است. جامعه پژوهش شامل ۳۹۷ نفر است که از ۳۷۵ نفر مراجعان کتابخانه (دانشجویان) ۱۰ ناشر و ۱۲ کتابدار (مسئول سفارش) تشکیل شده است. کل جامعه ناشران و کتابداران و ۳۱۳ نفر از جامعه مراجعان به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی، یافته‌ها با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، مجموع امتیازها، میانگین و انحراف معیار ارائه شدند. در آمار استنباطی نیز از آزمون تی برای تعیین روابط بین متغیرها استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که فرایند مدیریت ارتباط با مشتری با $P_Value < 0/001$ و میانگین $2/12$ در حد پایین‌تر از متوسط است. فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی با $P_Value = 0/013$ و میانگین $3/33$ و فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان با $P_Value = 0/005$ و میانگین $3/34$ در حد بالاتر از متوسط قرار دارند.

نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش نشان داد که مهم‌ترین موانع و مشکلات یکپارچه سازی زنجیره تأمین از دیدگاه مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها، تمرکز بر خرید منابع اطلاعاتی از طریق نمایندگان کتاب، و از دیدگاه ناشران، نداشتن ارتباط با کتابخانه، موانع ارتباطی و پستی با کتابخانه و تأخیر در اطلاع رسانی به موقع از آخرین انتشارات به کتابخانه‌ها بوده است.

واژه‌های کلیدی: کتابخانه‌های دانشگاهی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت روابط با تأمین کنندگان، مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت زنجیره تأمین داخلی.

مقدمه

امروزه، سازمان‌ها در جهت رقابت مؤثر و کارا و کسب مزیت رقابتی، ملزم به ایجاد شبکه‌ای از تأمین کنندگان و تولید کنندگان شایسته‌اند تا بتوانند نیازمندی‌های گوناگون خود را در کمترین زمان و بالاترین کیفیت تدارک ببینند. برخلاف گذشته، سازمان‌ها نمی‌توانند 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 دقیق برای تدارک مواد اولیه و تحویل به موقع به مشتری هستند تا بتوانند هزینه‌ها 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^۱ به عنوان راه کاری مؤثر و مفید در این زمینه مطرح می‌شود (فیض آبادی، ۱۳۸۲).

زنجیره عبارت است از شبکه‌ای از سازمان‌ها و فرایندهای کسب و کار جهت خرید مواد، تبدیل مواد اولیه به محصولات واسطه‌ای و نهایی و توزیع این محصولات به مشتریان است (لاودن و لاودن^۲، ۲۰۰۶). زنجیره تأمین^۳، کلیه فعالیت‌های مربوط به تولید محصول از ماده اولیه تا مشتری را شامل می‌شود. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به منبع یابی مواد اولیه و قطعات، ساخت و مونتاژ، انبار و حمل و نقل، دریافت سفارش و مدیریت آن، توزیع در تمام کانال‌ها، تحویل به مشتری و نظام‌های اطلاعاتی لازم جهت نظارت بر تمام این فعالیت‌ها اشاره کرد (لوموس و وکورکا^۴، ۱۹۹۹). لوموس و آلبر^۵ (۱۹۹۷) زنجیره تأمین را شبکه‌ای از موجودیت‌ها تعریف می‌کنند که از طریق آنها مواد جریان می‌یابد که این موجودیت‌ها شامل تأمین کنندگان، حمل کنندگان، مراکز تولید، مراکز توزیع، خرده فروشان و مشتریان است.

مدیریت زنجیره تأمین، ارتباط نزدیک و هماهنگ بین فعالیت‌های درگیر در خرید، ساخت و ارسال یک محصول است (لاودن و لاودن، ۲۰۰۶). مفهوم مدیریت زنجیره تأمین

ارتباطات و همکاری میان اعضای زنجیره را نیز شامل می‌شود. این اعضا می‌توانند تأمین کنندگان، واسطه‌ها، مشتریان و... باشند. همچنین این رویکرد مدیریتی، مدیریت عرضه و تقاضا بین یک یا چند سازمان را هم بر عهده دارد و آنها را یکپارچه می‌سازد (دفی و استانک^۶، ۲۰۰۵ نقل در حسینی، محمدی و پیشوایی، ۱۳۸۹).

مدیریت زنجیره تأمین شامل سه فرایند اصلی (ماکرو^۷) است: مدیریت ارتباط با مشتری^۸، مدیریت زنجیره تأمین داخلی^۹، و مدیریت روابط تأمین کنندگان^{۱۰}.

مدیریت ارتباط با مشتری: شامل فرایندهایی است که بر رابطه میان سازمان و مشتریانش تمرکز دارند (روابط نزولی^{۱۱}). مدیریت زنجیره تأمین داخلی: تمرکز این فرایندها بر عملیات داخلی سازمان است.

مدیریت روابط تأمین کنندگان: شامل فرایندهایی است که تمرکز آن‌ها بر روابط صعودی^{۱۲} بین سازمان و تأمین کنندگان آن است (هوگس، بالاسسکو و بالاسسکو^{۱۳}، ۲۰۰۸). هر سه فرایند، دارای یک هدف مشترک هستند و در مجموع با هدف ارائه خدمات به مشتریان به اجرا در می‌آیند. موفقیت مدیریت زنجیره تأمین مستلزم این است که هر سه فرایند یاد شده به نحو مطلوب و به صورتی یکپارچه اجرا شوند. منظور از فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین در این پژوهش، مدیریت ارتباط با مشتری (بررسی رابطه مراجعان با کتابخانه مسئولان بخش سفارش)، مدیریت زنجیره تأمین داخلی (بررسی زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب، و رابطه ناشران و مسئولان بخش سفارش) و مدیریت روابط با تأمین کنندگان (بررسی رابطه مسئولان بخش سفارش به عنوان تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی با ناشران و مراجعان کتابخانه) است.

با گسترش مفهوم مدیریت زنجیره تأمین در صنایع

6 Defee & Stank

7 Macro

8 CRM: Customer Relationship Management

9 ISCM: Internal Supply Chain Management

10 SRM: Supplier Relationship Management

11 Descending relationships

12 Ascending relationships

13 Hughes, Balasescu & Balasescu

1 SCM: Supply Chain Management

2 Laudon & Laudon

3 SC: Supply Chain

4 Lummus and vokurka

5 Lummus & Alber

در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران وجود دارد، شناسایی شده و در جهت رفع آنها راه کارهای لازم ارائه خواهد شد. با توجه به مطالب پیش گفته این پژوهش بر آن است، که به تحلیل فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین کتاب‌های فارسی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران بپردازد.

با توجه به جدید بودن موضوع، تاکنون پژوهشی در ایران با عنوان فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی انجام نشده است و از بین این فرایندهای اصلی که موضوع پژوهش است، تنها فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها بررسی شده است. بنابراین به پژوهش‌هایی که در مورد موضوع مدیریت زنجیره تأمین در سازمان‌های صنعتی انجام شده است، اشاره می‌شود.

احمدی کهنعلی (۱۳۸۷) پژوهشی با هدف طراحی مدل مدیریت جامع زنجیره تأمین صنعت خودرو انجام داده است. برای دستیابی به این هدف، هشت عامل رهبری، برنامه ریزی استراتژیک کیفیت، مدیریت منابع انسانی، مدیریت کیفیت فرایند، تمرکز بر مشتری، مدیریت اطلاعات کیفیت، مدیریت کیفیت تأمین کننده و مدیریت روابط زنجیره تأمین به عنوان عوامل کلیدی مدیریت کیفیت زنجیره تأمین شناسایی شدند. نتایج تحلیل‌ها نشان داد که تمام شاخص‌های مربوط به هر کدام از عوامل هشت گانه فوق به نحو معناداری به هم مرتبطند و بر هم تأثیر می‌گذارند. شکاری و دیگران (۱۳۸۷) در پژوهشی به بررسی یکپارچه سازی مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت ارتباط با مشتری پرداختند. در این پژوهش نشان داده شد که در نتیجه این یکپارچه سازی بخش گسترده‌ای از تصمیمات عملکردی مدیریت زنجیره تأمین از اطلاعات ارائه شده توسط مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر می‌پذیرد.

جانی (۱۳۸۸) در بررسی عرضه محصولات فرهنگی بر مبنای مدیریت زنجیره تأمین در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با استفاده از مدل مرجع اسکور^۱ به این نتیجه رسید

گونگون، این موضوع در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع رسانی 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 مسئله است که می‌توان از آنها به عنوان پدیده‌ای روزافزون در بدنه پژوهش‌های کتابداری و اطلاع‌رسانی نام برد (رجبعلی بگلو و زمردپوش، ۱۳۸۸).

بر این اساس به دلیل اینکه تمام سازمان‌ها اعم از تولیدی و خدماتی درگیر تأمین منابع مورد نیاز هستند (فیض آبادی، ۱۳۸۲)، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع رسانی 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 تولید کننده 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. 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.

کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران از جمله نهادهایی هستند که با داشتن سابقه طولانی در ارائه منابع اطلاعاتی به مراجعان، در این زمینه نقش مهمی را در جامعه پزشکی کشور ایفا می‌کنند. می‌توان با استفاده از فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین، ضمن ایجاد هماهنگی و همکاری میان بخش‌های مختلف اعم از تولید کنندگان و تأمین کنندگان منابع اطلاعاتی، از حداکثر کارایی و اثر بخشی ممکن در این کتابخانه‌ها استفاده نمود. بنابراین در این پژوهش ضمن معرفی فرایندهای اصلی (ماکرو) مدیریت زنجیره تأمین، اختلالات و مشکلاتی که در طی این فرایندها

رسید که مهم‌ترین عامل ضعف در زنجیره تأمین کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان مربوط به فرایند برنامه ریزی است. معبودی (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر به کارگیری مدیریت زنجیره تأمین در کیفیت محصولات نساجی پرداخت. در این پژوهش کیفیت روابط زنجیره تأمین با ابعاد ارتباطات، همکاری، تعهد، وابستگی، انطباق و اعتماد به عنوان متغیر مستقل بررسی شده است. همچنین رضایت مشتری که یکی از معیارهای مهم برای سنجش کیفیت قلمداد می‌شود به عنوان متغیر وابسته تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق تأمین کنندگان شرکت نساجی مازندران با ۳۰ نمونه است. یافته‌ای که تحقیق به آن اشاره کرده عبارتند از مدیریت روابط تأمین کنندگان در صنعت نساجی ارتباط مستقیم با رضایت مشتری دارد. نتایج نشان داد، بیشترین بعدی که با رضایت مشتری رابطه دارد ارتباطات و کمترین بعد وابستگی است. در انتها مشخص گردید، مدیریت زنجیره تأمین صنعت نساجی با رضایت مشتری رابطه مستقیم دارد.

حریری و شاهوار (۱۳۸۹) پژوهشی با موضوع ارتقای رضایت کاربران کتابخانه با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری را با هدف ارائه راه کارهای ارتقای سطح رضایت کاربران کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی و با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری، در سه مرحله انجام دادند. مرحله اول به منظور آگاهی از عوامل نارضایتی کاربران، با رویکرد کمی و به روش پیمایشی توصیفی و با استفاده از پرسش‌نامه لایب کوآل و با یک نمونه تصادفی طبقه‌ای بر روی ۲۷۴ نفر از کاربران اجرا شده است. در مرحله دوم پژوهش، با به کارگیری رویکرد کیفی، یک مطالعه موردی توصیفی انجام شده که با داده‌های تکمیلی مربوط به عوامل نارضایتی و راه کارهای افزایش رضایت از طریق مصاحبه تمرکز گروهی، نارضایتی‌ترین کاربران کتابخانه را شناسایی کرده‌اند. در مرحله سوم یافته‌های حاصل از دو مرحله پیش با فراهم کردن مبنای اطلاعاتی لازم، منتهی به ارائه راه کارهای ارتقای رضایت کاربران و طراحی و پیشنهاد سامانه مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت صنعتی گردید و به این

نتیجه رسیده‌اند که این سامانه، با دارا بودن امکان شخصی سازی برای اعضای کتابخانه، از ظرفیت بالقوه برای ارائه خدمات مورد نیاز و فراتر از نیاز کاربران برخوردار است.

در خارج از کشور هم بیشتر پژوهش‌ها در زمینه مدیریت زنجیره تأمین در سازمان‌های صنعتی اجرا شده و پژوهش‌های معدودی در رابطه با این موضوع در کتابخانه‌ها انجام شده که در اینجا به تعدادی از آنها اشاره می‌شود: سالین^۱ (۱۹۹۸) در تحقیقی به بررسی نقش فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین صنایع غذایی پرداخت و نشان داد که سیستم‌های اطلاعاتی فناوری نوین می‌توانند در زنجیره تأمین صنایع غذایی از طریق حمایت از استراتژی این زنجیره که با تقاضای محصول متناسب است، مزیت رقابتی ایجاد نمایند. در این تحقیق همچنین تفاوت‌های اصلی بین زنجیره‌های تأمین محصولات غذایی استاندارد و محصولات غذایی ابداعی مورد بررسی قرار گرفت.

کانجی و ونگ^۲ (۱۹۹۹) در تحقیقی ایجاد مدلی ساختاری برای بکارگیری مدیریت کیفیت در زنجیره تأمین را مورد بررسی قرار دادند. این مدل دارای چهار اصل بهبود مستمر، روابط مبتنی همکاری، مدیریت بر اساس واقعیات و بهبود مستمر و رهبری است. نتایج تحقیق نشان داد که رهبری به طور قابل ملاحظه‌ای بر تعهد به تأمین کنندگان و مشتریان، رابطه همکاری با تأمین کنندگان، مدیریت بر اساس واقعیات و بهبود مستمر تأثیر دارد. رضایت مشتری، رابطه همکاری با تأمین کنندگان، مدیریت بر اساس واقعیات و بهبود مستمر نیز تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر تعالی کسب و کار دارند.

فاینس، وس و بورکا^۳ (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان "تأثیر کیفیت روابط زنجیره تأمین در عملکرد کیفیت"، ابعاد مختلف کیفیت روابط با تأمین کنندگان (ارتباطات، همکاری، تعهد، انطباق، اعتماد و وابستگی) را بررسی کرده‌اند. جامعه پژوهش، تأمین کنندگان بخش الکترونیک کشور ایرلند هستند. آن‌ها در این تحقیق نتیجه گرفته‌اند که کیفیت روابط زنجیره تأمین اثر

1 Salin

2 Kanji & Wong

3 Faynes, Voss & Burca

کارآمد و مؤثر در پاسخ به نیازهای مشتریان، بررسی این موضوع که تاکنون در حوزه صنعت مورد توجه بوده است در کتابخانه‌ها به عنوان مکان‌هایی فرهنگی نیز می‌تواند نتایج سودمندی در جهت بهبود فرایندهای تأمین منابع به دنبال داشته باشد.

سؤال‌های پژوهش عبارتند از:

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

فرضیه‌های پژوهش

۱. وضعیت فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.
۲. وضعیت فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.
۳. وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی

مثبت بر کیفیت طراحی دارد. اما با کیفیت تطابق ارتباط ندارد. یافته‌ها هم‌چنین نشان داد که از طریق توسعه روابط صحیح با اعضای زنجیره تأمین، تأمین کنندگان می‌توانند در طراحی و فرایند توسعه محصول جدید نقش داشته باشند (نقل در معبودی، ۱۳۸۹).

وانگ^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی به اندازه‌گیری کیفیت خدمات مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی^۲ در کتابخانه‌ها پرداخت. برای ادراک اثر بخشی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی در کتابخانه‌ها، رضایت مشتریان از کیفیت خدمات کتابخانه با استفاده از ابزار سروکوآل ارزیابی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که ادراک پاسخ دهندگان از میزان تلاش کتابخانه در جهت ارتقای کیفیت خدمات مثبت بوده، ولی آنها کتابخانه را در حوزه محقق ساختن وعده‌هایش کم توان ارزیابی می‌کنند.

هانگ منگ، اکسینگ چان و ژانگ^۳ (۲۰۱۰) پژوهشی در زمینه مدیریت زنجیره تأمین به عنوان مدلی برای کتابخانه‌های دیجیتال در کشور چین انجام داده‌اند. این پژوهشگران پس از پیاده سازی این مدل مدیریتی به این نتیجه رسیدند که این مدل می‌تواند مشکلات و ضعف‌های کتابخانه‌های دیجیتال را کاهش دهد و برای کاربران کتابخانه‌های دیجیتال، یک ایستگاه اطلاعاتی و خدماتی بسیار مؤثر ایجاد کند.

چنان که در بررسی پیشینه پژوهش ملاحظه گردید، به طور کلی در ایران، موضوع مدیریت زنجیره تأمین چندان مورد توجه قرار نگرفته است. علی‌رغم اهمیت بالای این مفهوم و مطالعه گسترده آن در سایر کشورها، پژوهش‌های داخلی اندکی در این زمینه انجام شده است. در این میان، بررسی این موضوع در کتابخانه‌ها نیز مورد غفلت واقع شده و مطالعات انجام گرفته غالباً مربوط به سازمان‌های صنعتی و نه فرهنگی بوده‌اند. با توجه به گسترش رقابت در عرصه تولید و توزیع محصولات فرهنگی و نیاز بسیار گسترده آن در کشور و مخصوصاً رقابت‌های موجود بین کالاهای فرهنگی ایرانی و کالاهای وارداتی خارجی و لزوم توجه به ایجاد زنجیره‌های تأمین

1 Wang

2 ECRM: Electronic Customer Relationship Management

3 Huang Meng, Xing chun & Zhang

درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر پیمایشی تحلیلی است. جامعه پژوهش شامل سه گروه به شرح زیر است که نقش اصلی را در فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین کتاب‌های فارسی در دانشگاه‌ها به عهده دارند. مراجعان کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران (دانشجویان)، به تعداد ۱۴۴۶۴ نفر که با توجه به کثرت تعداد این بخش از جامعه، براساس جدول کرجسی و مورگان (پاول ۱، ۱۳۸۵)، تعداد ۳۷۵ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای از بین آنها انتخاب گردید.

ناشران، شامل ۱۰ ناشر هستند که پس از بررسی مشخص گردید، کتابخانه‌ها از این ناشران بیشترین خرید را انجام می‌دهند. این ناشران شامل: ارجمند، سماط، تیمور زاده، حیان، نور دانش، سبحان، بشری، گلبن، خسروی و انتشارات میر است. کتابداران (مسئولان بخش سفارش) کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران، شامل ۱۲ نفر که به دلیل محدود بودن جامعه نیاز به نمونه‌گیری وجود نداشت. بنابراین تعداد کل جامعه پژوهش ۳۹۷ نفر است. در این پژوهش برای سنجش نظرات مراجعان، ناشران و مسئولان سفارش کتابخانه‌ها در مورد مراحل و روابط زنجیره تأمین در کتابخانه‌ها اقدام به تدوین ۳ پرسش‌نامه گردید. (۱) پرسش‌نامه مربوط به مدیریت ارتباط با مشتری دارای ۱۱ سؤال، (۲) پرسش‌نامه مربوط به مدیریت زنجیره تأمین داخلی دارای ۲۲ سؤال، و (۳) پرسش‌نامه مربوط به مدیریت روابط با تأمین‌کنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه دارای ۷۶ سؤال. پرسش‌نامه‌ها در طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای شامل گزینه‌های خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد با نمره گذاری به ترتیب از ۱ تا ۵ تنظیم گردید. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نظرات برخی متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و نیز متخصصان مدیریت مورد تأیید قرار گرفت. جهت بررسی پایایی پرسش‌نامه‌ها از محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شد و

پایایی سه پرسش‌نامه فوق به ترتیب با آلفای کرونباخ ۰/۸۹، ۰/۸۱ و ۰/۸۹ تأیید گردید.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در راستای نیل به اهداف پژوهش و پاسخ به پرسش‌های اساسی و آزمون فرضیه‌ها، از آمار توصیفی و تحلیلی استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها، نرم‌افزار آماری علوم اجتماعی اس. پی. اس. اس.^۲ و ویرایش ۱۶ به کار گرفته شد. در سطح آمار توصیفی، یافته‌ها با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، مجموع امتیازها، میانگین^۳ و انحراف معیار^۴ ارائه شدند. در آمار استنباطی نیز از آزمون تی^۵ برای تعیین روابط بین متغیرها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

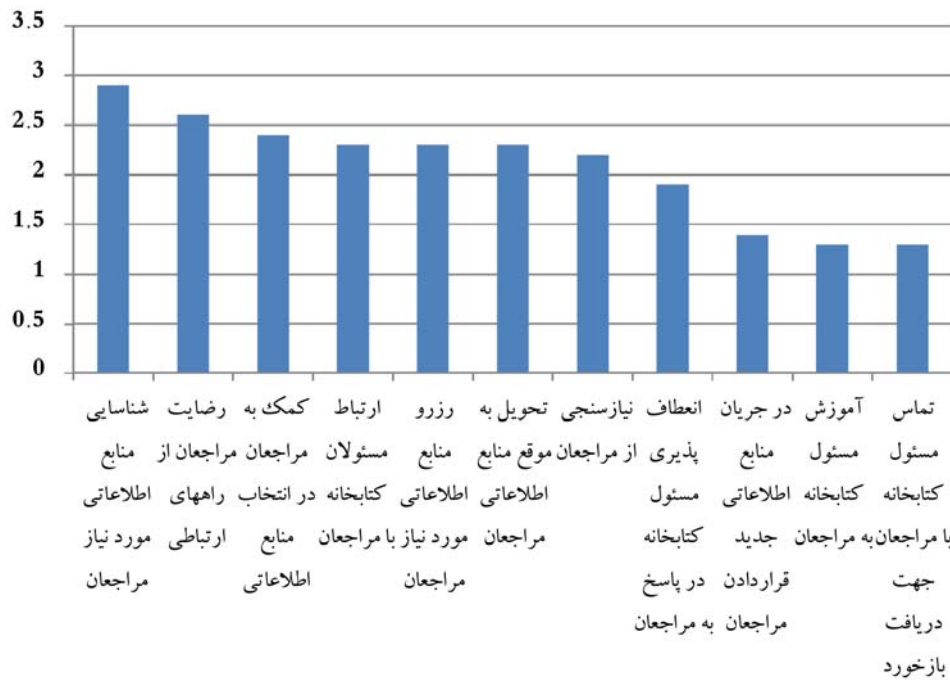
نرخ پاسخ‌گویی به پرسش‌نامه مدیریت ارتباط با مشتری ۸۳/۴۶ درصد، و پرسش‌نامه‌های مدیریت زنجیره تأمین داخلی و مدیریت روابط با تأمین‌کنندگان منابع اطلاعاتی کتابخانه‌ها ۱۰۰ درصد بوده است.

سؤال یک: در فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان، ارتباط مراجعان با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها چگونه است؟
چنان که نمودار ۱ نشان می‌دهد از میان جامعه مراجعان کتابخانه، بیشترین آنها با میانگین ۲/۹ شناسایی منابع اطلاعاتی مورد نیاز مراجعان توسط مسئول کتابخانه از طرق مختلف مانند: برگه‌های درخواست، درخواست تلفنی، بریده جراید، برگه‌های یادداشت و وب سایت کتابخانه و کمترین آنها با میانگین ۱/۳ آموزش مسئول کتابخانه به مراجعان جهت تکمیل اطلاعات کتابشناختی برگه‌های درخواست کتاب و تماس مسئول کتابخانه با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد منابع اطلاعاتی دریافت شده توسط آنها را از جمله راه‌های ارتباطی مراجعان با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها معرفی نمودند.

سؤال دو: وضعیت انجام مراحل فرایند مدیریت زنجیره

2 spss
3 Mean
4 Standard deviation
5 T-test

تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب چگونه است؟



نمودار ۱. توزیع میانگین شاخص‌های ارتباط مراجعان با مسئولان بخش سفارش کتابخانه



نمودار ۲. توزیع میانگین شاخص‌های مراحل فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب

مانند کتاب‌فروشی‌ها، مراکز پخش و نمایشگاه‌ها و کمترین آنها با میانگین ۲/۶ نظارت ناشر بر تمام مراحل صحافی مانند تا

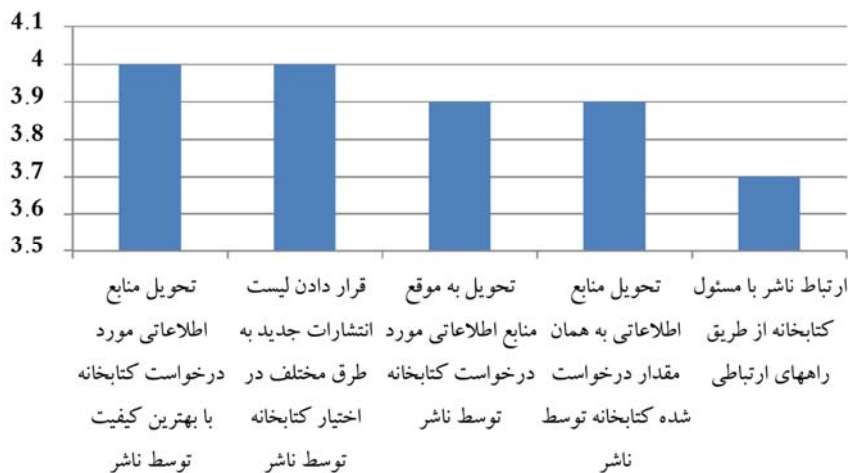
نمودار ۲ نشان می‌دهد از میان جامعه ناشران، بیشترین آنها با میانگین ۴/۱ پخش کتاب نهایی از طریق کانال‌های توزیع

درخواست کتابخانه با بهترین کیفیت و قرار دادن لیست انتشارات جدید به طرق مختلف در اختیار کتابخانه، و کمترین آنها با میانگین ۳/۷ ارتباط ناشر با مسئول کتابخانه از طریق راه‌های ارتباطی (تلفن، ایمیل، اینترنت، فاکس) را از جمله راه‌های ارتباطی ناشران با مسئولان کتابخانه‌ها اعلام نموده‌اند.

سؤال چهارم: وضعیت انجام مراحل فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌ها چگونه است؟

کردن، ترتیب، ته دوزی، جلد زنی، برش را از جمله مراحل معرفی نمودند که در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب انجام می‌شود.

سؤال سه: در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی، ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها چگونه است؟ چنان که در نمودار ۳ مشاهده می‌شود، از میان جامعه ناشران، بیشترین آنها با میانگین ۴ تحویل اطلاعاتی مورد



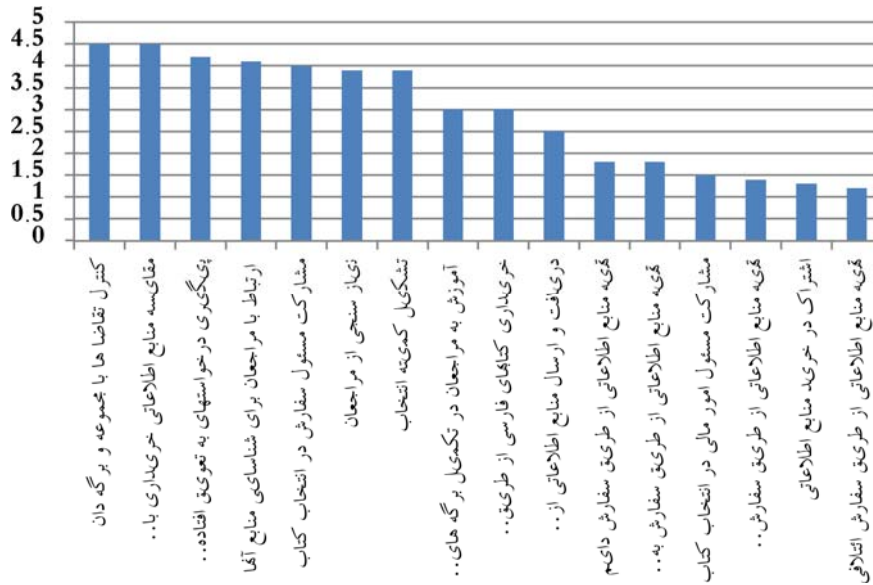
نمودار ۳. توزیع میانگین شاخص‌های ارتباط ناشران با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها

ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان و ناشران چگونه است؟

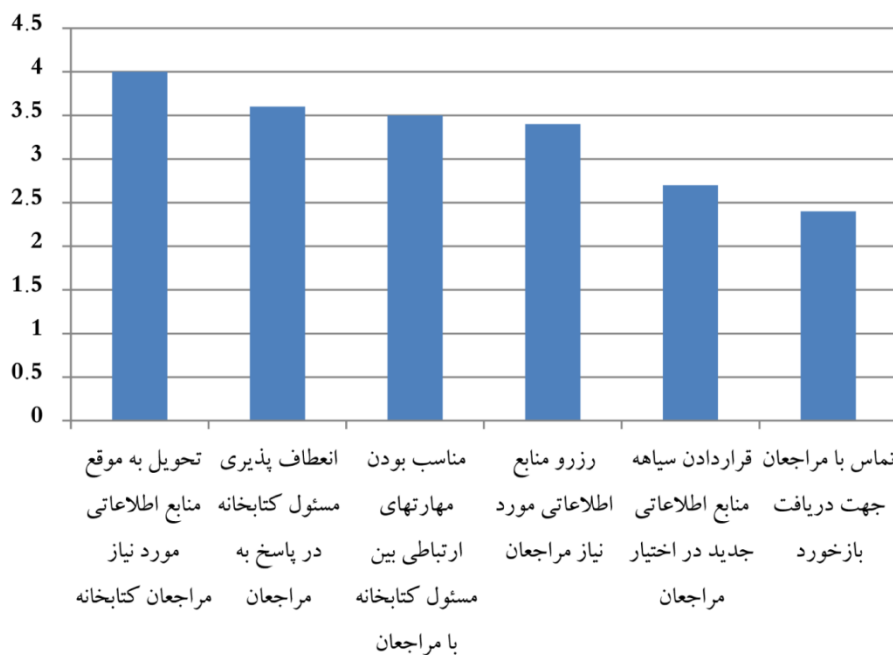
نمودار ۵ حاکی از این است که از میان جامعه مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها، بیشترین آنها با میانگین ۴ تحویل به موقع منابع اطلاعاتی مورد نیاز مراجعان کتابخانه و کمترین آنها با میانگین ۲/۴ تماس با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد عملکرد و ارائه خدمات به آنها را از جمله راه‌های ارتباطی بین مسئولان بخش سفارش با مراجعان کتابخانه‌ها اعلام نموده‌اند.

نمودار ۴ نشان می‌دهد از میان جامعه مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها، بیشترین آنها با میانگین ۴/۵ کنترل تقاضاها با مجموعه و برگه‌دان کتابخانه و مقایسه منابع اطلاعاتی خریداری شده با فهرست بسته بندی یا صورت حساب‌ها بعد از خرید منابع اطلاعاتی و کمترین آنها با میانگین ۱/۲ تهیه منابع اطلاعاتی کتابخانه از طریق سفارش ائتلافی را از مراحل معرفی نمودند که در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌ها سپری می‌شود.

سؤال پنجم: در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان،



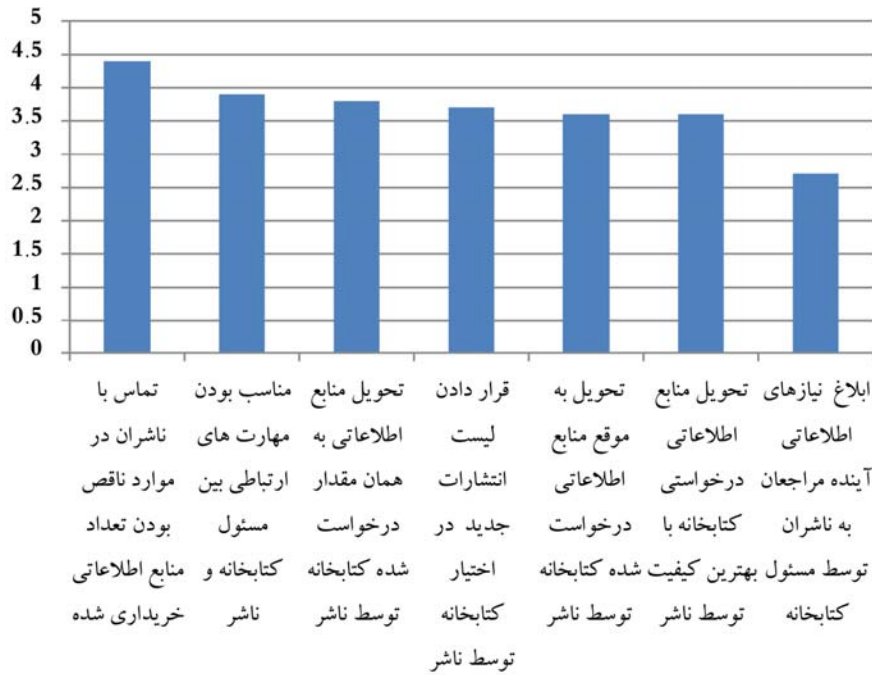
نمودار ۴. توزیع میانگین شاخص‌های مراحل فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌ها



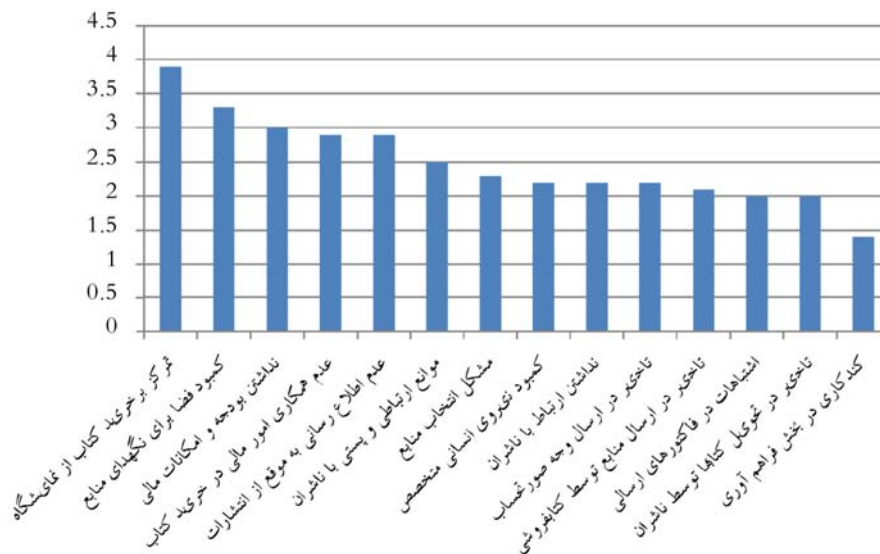
نمودار ۵. توزیع میانگین شاخص‌های ارتباط مسئولان بخش سفارش با مراجعان کتابخانه‌ها

چنان‌که نمودار ۶ نشان می‌دهد از میان جامعه مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها، بیشترین آنها با میانگین ۴/۴ تماس با ناشران در موارد ناقص بودن تعداد منابع اطلاعاتی خریداری شده و کمترین آنها با میانگین ۲/۷ ابلاغ نیازهای اطلاعاتی آینده مراجعان به ناشران را از جمله راه‌های ارتباطی بین

مسئولان بخش سفارش با ناشران اعلام نموده‌اند. سؤال شش: موانع و مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران کدامند؟



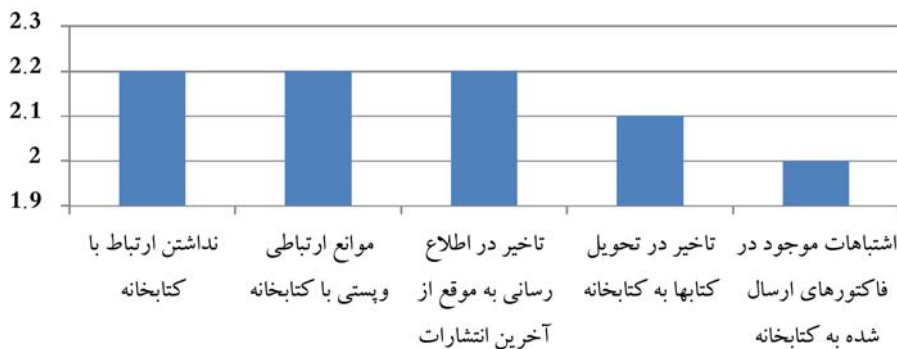
نمودار ۶. توزیع میانگین شاخص‌های ارتباط مسئولان بخش سفارش با ناشران توسط ناشر



نمودار ۷. توزیع میانگین موانع و مشکلات در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان سفارش

کتاب را از موانع و مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان اعلام نموده‌اند.

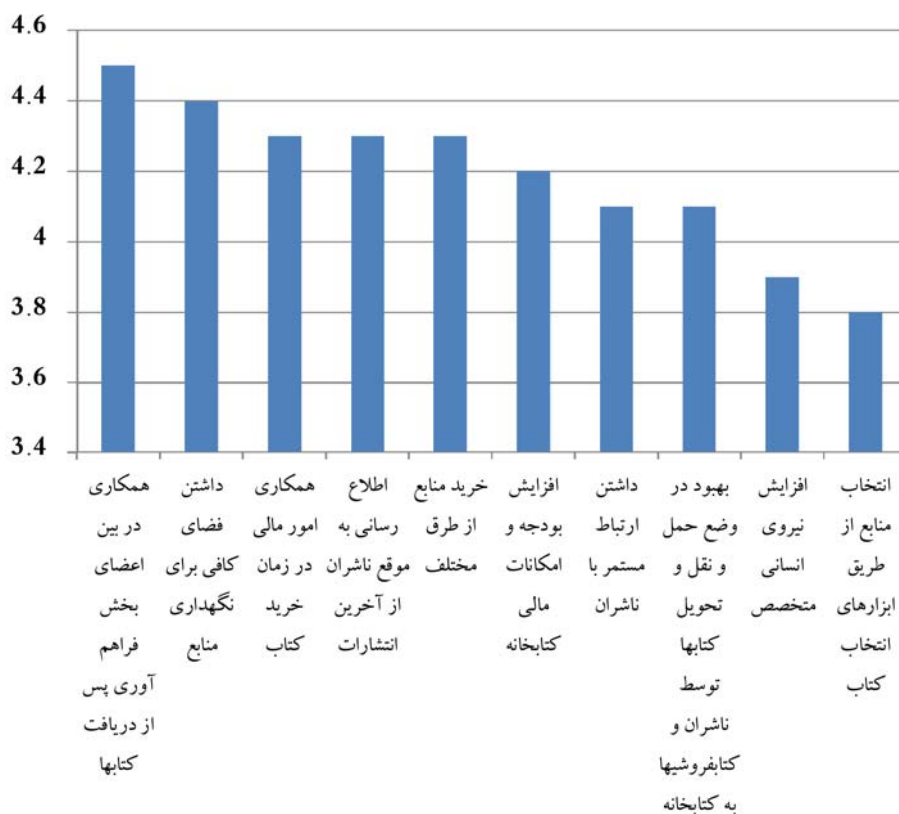
نمودار ۷ نشان می‌دهد که از میان جامعه مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها بیشترین آنها با میانگین ۳/۹ تمرکز بر خرید منابع اطلاعاتی از طریق نمایشگاه‌های کتاب و کمترین آنها با میانگین ۱/۴ کندکاری در بخش فراهم آوری پس از دریافت



نمودار ۸. توزیع میانگین موانع و مشکلات در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران

مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی معرفی نموده‌اند. سؤال هفت: راه کارهایی برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها از دیدگاه مسئولان بخش سفارش و ناشران چیست؟

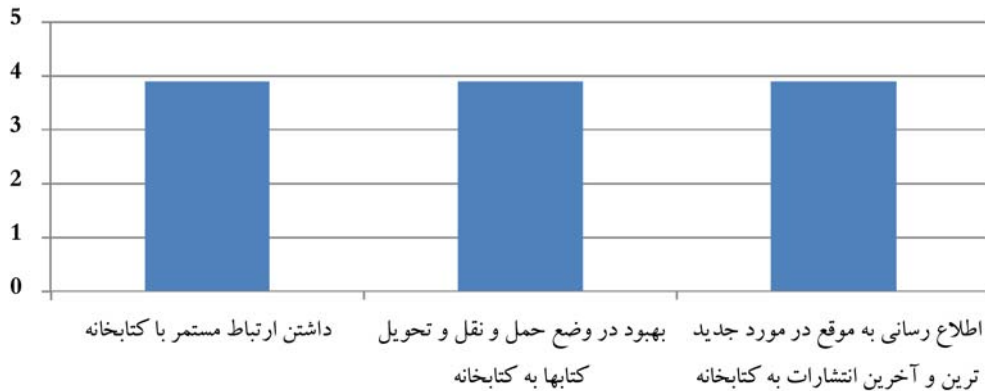
با توجه به نمودار ۸ مشاهده می‌شود که از دیدگاه ناشران، بیشترین آنها با میانگین ۲/۲ نداشتن ارتباط با کتابخانه، موانع ارتباطی و پستی با کتابخانه و تأخیر در اطلاع رسانی به موقع از آخرین انتشارات و کمترین آنها با میانگین ۲ اشتباهات موجود در فاکتورهای ارسال شده به کتابخانه را از موانع و



نمودار ۹. توزیع میانگین راه کارهای بهبود فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان از دیدگاه مسئولان بخش سفارش

از طریق ابزارهای انتخاب کتاب را از جمله راه کارها برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان معرفی نموده‌اند.

نمودار ۹ نشان می‌دهد که بیشتر مسئولان بخش سفارش با میانگین ۴/۵ همکاری در بین اعضای بخش فراهم آوری پس از دریافت کتاب‌ها و کمترین آنها با میانگین ۳/۸ انتخاب منابع



نمودار ۱۰. توزیع میانگین راه کارهای بهبود فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی از دیدگاه ناشران

داخلي است. پس از بررسی سؤال‌های پژوهش در ادامه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها مطرح شده است: فرضیه یک: وضعیت فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.

چنان‌که نمودار ۱۰ نشان می‌دهد از دیدگاه جامعه ناشران، داشتن ارتباط مستمر با کتابخانه، بهبود در وضع حمل و نقل و تحویل کتاب‌ها به کتابخانه و اطلاع رسانی به موقع در مورد جدیدترین و آخرین انتشارات به کتابخانه با میانگین ۳/۹ از جمله راه کارها برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌ها در فرایند مدیریت زنجیره تأمین

جدول ۱. شاخص‌های آماری فرایند مدیریت ارتباط با مشتری و نتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳

میانگین	انحراف معیار	نتایج آزمون تی مقایسه میانگین با مقدار ۳
۲/۱۲	۰/۵۲	مقدار آماده تی = ۳ = ۲۶/۰ درجه آزادی = ۳۱۲
		p_value < ۰/۰۰۱

متوسط است، لذا فرضیه اول تأیید می‌شود. فرضیه دو: وضعیت فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.

در رابطه با فرضیه ۱، به دلیل اینکه میانگین محاسبه شده در فرایند مدیریت ارتباط با مشتری ۲/۱۲ و $P_Value < ۰/۰۰۱$ است، بنابراین آزمون تی نشان می‌دهد که وضعیت فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد

جدول ۲. شاخص‌های آماری فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی و نتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳

میانگین	انحراف معیار	نتایج آزمون تی مقایسه میانگین بامقدار ۳
۳/۳۳	۰/۳۴	مقدار آماده تی = ۳/۱۰۷ درجه آزادی = ۹ p_value = ۰/۰۱۳

فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی

از حد متوسط است، لذا فرضیه دوّم رد می‌شود. فرضیه سه: وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران پایین‌تر از حد متوسط است.

در رابطه با فرضیه ۲، به دلیل اینکه میانگین محاسبه شده در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی ۳/۳۳ و ۰/۰۱۳ P-Value = است، بنابراین آزمون تی نشان می‌دهد که وضعیت فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران بالاتر

جدول ۳. شاخص‌های آماری فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان و نتایج آزمون تی مقایسه میانگین با ۳

میانگین	انحراف معیار	نتایج آزمون تی مقایسه میانگین بامقدار ۳
۳/۳۴	۰/۳۳	مقدار آماده تی = ۳/۵۲۱ درجه آزادی = ۱۱ p_value = ۰/۰۰۵

فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان

سفارش کتابخانه‌ها معرفی شده است. در این زمینه، در برخی پژوهش‌ها به راه‌های ارتباطی دیگری اشاره شده است. از جمله نتایج پژوهش‌های برادی، فلیس و مارشال^۱ (۲۰۰۶) در کتابخانه دانشگاه مالتا نشان داد، استفاده از چارچوب مدیریت ارتباط با مشتری موجب برقراری ارتباط میان مراجعان کتابخانه و مسئولان آنها می‌شود. یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است، که فرایند مدیریت ارتباط با مشتری چارچوب مفیدی در تجزیه و تحلیل ارزش کتابخانه‌های دانشگاهی بوده و راهبرد ارتباطی خوبی در اجرای موفقیت آمیز مدیریت ارتباط با مشتری است. به علاوه، آموزش مراجعان در کسب مهارت‌های اطلاعاتی کتابخانه مانند تکمیل اطلاعات کتاب‌شناختی برگه‌های درخواست کتاب، عنصری اساسی در رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری محسوب شده است. آن‌ها همچنین به این نتیجه رسیدند که آموزش کاربران در همه کتابخانه‌ها، بخشی اساسی در رویکرد جلب رضایت کاربران یک کتابخانه است. نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش آنها در زمینه آموزش

در رابطه با فرضیه ۳، به دلیل اینکه میانگین محاسبه شده در فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان ۳/۳۴ و ۰/۰۰۵ P-Value = است، بنابراین آزمون تی نشان می‌دهد که وضعیت فرایند مدیریت روابط با تأمین کنندگان در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران بالاتر از حد متوسط است، لذا فرضیه سوم رد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش مشخص گردید که در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران از بین سه فرایند اصلی زنجیره تأمین کتاب‌های فارسی، فرایند مدیریت ارتباط با مشتری دارای کم‌ترین میانگین و وضعیت پایین‌تر از حد متوسط است.

در این فرایند، آموزش مسئولان کتابخانه به مراجعان در کسب مهارت‌های اطلاعاتی کتابخانه (تکمیل اطلاعات کتاب‌شناختی برگه‌های درخواست کتاب) و تماس با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد منابع اطلاعاتی دریافت شده توسط آنها، کمترین راه ارتباطی مراجعان با مسئولان بخش

1 Brody, Felice & Marshall
2 Malta

خدمات به آنها بپردازند. همچنین آنها باید نیازهای اطلاعاتی آینده مراجعان را به ناشران ابلاغ نمایند.

بیشترین موانع و مشکلات در یکپارچه کردن زنجیره‌های تأمین کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران از دیدگاه مسئولان بخش سفارش، تمرکز بر خرید کتاب‌ها از طریق نمایشگاه‌های کتاب و از دیدگاه ناشران، نداشتن ارتباط با کتابخانه، موانع ارتباطی و پستی با مسئولان بخش سفارش و تأخیر در اطلاع‌رسانی به موقع از آخرین و جدیدترین انتشارات به کتابخانه‌ها معرفی شده است.

در این زمینه، در برخی پژوهش‌ها به موانع و مشکلات دیگری نیز اشاره شده است، از جمله نتایج پژوهش لیاقت (۱۳۷۸) نشان می‌دهد که وابستگی شدید کتابخانه‌ها به استفاده از نمایشگاه بین‌المللی کتاب به عنوان یکی از روش‌های مورد استفاده در خرید، موجب تمرکزگرایی آنان به این روش می‌گردد. نتیجه پژوهش حاضر با پژوهش انجام گرفته در این مورد همگون بوده و آن را تأیید می‌کند. بنابراین برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در فرایندهای مدیریت زنجیره تأمین پیشنهاد می‌شود که مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها به خرید منابع اطلاعاتی از طرق مختلف (کتابفروشی‌ها، ناشران، مراکز پخش و...) و ناشران هم به ارتباط مستمر با مسئولان کتابخانه‌ها و اطلاع‌رسانی به موقع از آخرین و جدیدترین انتشارات به کتابخانه‌ها بپردازند.

از محدودیت پژوهش می‌توان عدم آشنایی ناشران، مسئولان بخش سفارش و مراجعان کتابخانه مورد تحقیق، نسبت به ادبیات موضوع مربوطه را نام برد که این خود محقق را مجبور ساخت که تمام مراحل و روابط مربوط به مدیریت زنجیره تأمین در کتابخانه‌ها را از ابتدا تا انتها معرفی نماید تا پاسخ‌دهندگان در تکمیل پرسش‌نامه‌ها دچار مشکل نشوند. در نهایت پیشنهاد می‌شود که پژوهشگران برای پژوهش‌های آینده به تحلیل دیگر فرایندهای مدیریت زنجیره تأمین در کتابخانه‌ها و مقایسه فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین در دو کتابخانه بپردازند.

مسئولان کتابخانه به مراجعان جهت تکمیل اطلاعات کتاب‌شناختی برگه‌های درخواست کتاب مغایرت دارد. بنابراین برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در فرایند مدیریت ارتباط با مشتری، پیشنهاد می‌شود که مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها به آموزش مراجعان در کسب مهارت‌های اطلاعاتی کتابخانه‌ها (تکمیل اطلاعات کتاب‌شناختی برگه‌های درخواست کتاب) و تماس با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد منابع اطلاعاتی دریافت شده توسط آنها بپردازند.

در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، نظارت ناشر بر تمام مراحل صحافی کتاب، کمترین مرحله‌ای معرفی شده که توسط ناشران در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی در مراکز تولید کتاب انجام می‌شود، همچنین در این فرایند کمترین راه ارتباطی میان ناشران با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها از طریق راه‌های ارتباطی (تلفن، فاکس، ایمیل، اینترنت) معرفی شده است که برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در فرایند مدیریت زنجیره تأمین داخلی پیشنهاد می‌شود، ناشران بر مراحل صحافی کتاب‌ها نظارت داشته و به ارتباط بیشتر با مسئولان بخش سفارش کتابخانه‌ها از طریق راه‌های ارتباطی بپردازند.

در فرایند مدیریت روابط تأمین کنندگان در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهیه منابع اطلاعاتی کتابخانه از طریق سفارش ائتلافی، کمترین مرحله معرفی شده توسط مسئولان بخش سفارش در فرایند مدیریت روابط تأمین کنندگان در کتابخانه‌ها است. همچنین در این فرایند تماس با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد عملکرد و ارائه خدمات به آنها و ابلاغ نیازهای اطلاعاتی آینده مراجعان به ناشران کمترین راه ارتباطی میان مسئولان بخش سفارش با مراجعان و ناشران اعلام شده است. بنابراین برای بهبود یکپارچگی فعالیت‌ها در فرایند مدیریت روابط تأمین کنندگان پیشنهاد می‌شود که مسئولان بخش سفارش به تهیه منابع اطلاعاتی کتابخانه از طریق سفارش ائتلافی و به تماس با مراجعان جهت دریافت بازخورد در مورد عملکرد و ارائه

منابع

- Brody-Preston, J.; Felice Y.; Marshall S. (2006). Customer Relationship: case Studies From Malta and the UK. *Library Management*, 27(67), 430- 447.
- Defee, C.C.; Stank, T.P. (2005). Applying strategy-structure-performance Paradigm to the supply chain environment. *The international journal of logistic Management*, 16(1), 28-50.
- Fynes,B.; Voss, C.; Burca, S. (2004). The impact of supply chain relationship Quality on quality performance, *international journal of production Economics*.
- Huang, Meng-Xing; Xing, Ch. X.; Zhang, Y. (2010). Supply Chain Management Model for digital libraries. *Electronic library*, 28(1), 29-37.
- Hughes, A.; Balasescu, M.; Balasescu, S. (2008). The role and importance of information technology in the supply chain management. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 1(50), 33-38.
- Kanji, G.K.; Wong A.(1999).Business excellence model for supply chain Management. *Total quality management*, 10(8), 1147-1168.
- Laudon, K.; Laudon J. (2006). Management information systems: Managing The Digital Firm, 9th edition, prentice- Hall.
- Lumms, R.R.; Alber, K.L. (1997). *Supply Chain Management: Balancing the Supply Chain with Customer Demand*. The Educational and Resource Foundation of APICS, Falls Church, VA.
- Lumms, R.; vokurka, R. (1999). Defining supply chain management: A historical Perspective and practical. *guidelines*, 99(1), 11-17.
- Salin v. (1998). Information technology in agre-food supply chains. *International Food and agribusiness management review*, 1(3), 329-334.
- Wang, M.Y. (2008). Measuring E-CRM service quality in the library context: A Preliminary study. *The Electronic Library*, 26(6), 896 - 911.
- احمدی کهنعلی، ر. (۱۳۸۷) طراحی مدل مدیریت جامع زنجیره تأمین صنعت خودرو، مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو. پایان نامه دوره دکتری مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- پاول، ر. (۱۳۸۵) روش های اساسی پژوهش برای کتابداران. ترجمه نجلا حریری. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، مرکز انتشارات عملی.
- جانی، ع. (۱۳۸۸) عرضه محصولات فرهنگی بر مبنای مدیریت زنجیره تأمین. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.
- حریری، ن؛ شاهوار، ش. (۱۳۸۹) ارتقای رضایت کاربران کتابخانه با استفاده از سامانه مدیریت ارتباط با مشتری. فصلنامه کتاب، ۸۳، ۲۳-۳۹.
- حسینی، م؛ محمدی، ا.س؛ پیشوایی، م. (۱۳۸۹). راهبرد زنجیره تأمین و انتخاب سامانه تولید. مطالعات مدیریت راهبردی، ۲، ۸۹-۱۱۲.
- رجبعلی بگلو، ر؛ زمرد پوش، ف. (۱۳۸۸) تبیین جایگاه مدیریت روابط با مشتری در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی، ۱۲(۳)، پیاپی ۴۷.
- شکاری، ا؛ آخوندی، ا؛ فتح الهی، ف؛ صیاد منش، ش. (۱۳۸۷) یکپارچه سازی مدیریت زنجیره تأمین و مدیریت ارتباط با مشتری. دومین کنفرانس لجستیک و زنجیره تأمین تهران.
- فیض آبادی، ج. (۱۳۸۲) مقدمه ای بر مدیریت زنجیره تأمین، ماهنامه تدبیر (۱۳۱).
- لیاقت، م. (۱۳۷۸) انتخاب و تهیه مواد کتابخانه ای در کتابخانه های دانشگاه شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی. دانشگاه شیراز، شیراز.
- معبودی، م. (۱۳۸۹) بررسی تأثیر به کارگیری مدیریت زنجیره تأمین در کیفیت محصولات نساجی. پایان نامه کارشناسی ارشد، گرایش مدیریت صنایع نساجی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.