

# به کارگیری عملیات بارانداز در طراحی شبکه‌های لجستیک:

## دسته‌بندی و مرور ادبیات

سعید رضایی<sup>۱\*</sup>، امیرسامان خیرخواه<sup>۲</sup>

دانشگاه بوعلی سینا

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۵/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۷/۱۸

### چکیده

در جهان رقابتی امروز، ارائه روش نوینی که به واسطه آن بتوان حداکثر کارایی را در چرخه تولید و تأمین‌کنندگان ایجاد کرد، بسیار حائز اهمیت است. مسئله به کارگیری عملیات بارانداز در طراحی شبکه‌های زنجیره تأمین و لجستیک به عنوان یک رویکرد نوین و کاربردی توجهات زیادی را چه در حوزه آکادمیک و چه در حوزه صنعت به خود جلب کرده است. چیزی که باعث شده این راهبرد در سال‌های اخیر به شدت مورد استقبال قرار بگیرد، نقش آن در کوتاه کردن چرخه حمل و نقل، کنترل هزینه‌های حمل موجودی، تحویل به موقع سفارش و کاهش آلاینده‌ها و پیامدهای زیست محیطی می‌باشد که سبب ایجاد ارزش در ابعاد مختلف و بهبود سطح خدمت شده است. در بسیاری از موارد، ارسال کالا به‌طور مستقیم از مبدأ (مراکز تولید یا توزیع) به مقصد (مناطق فروش) بسیار گران تمام می‌شود؛ بنابراین در این شرایط، از گره‌های میانی تحت عنوان مراکز بارانداز استفاده می‌شود. در این مقاله مروری، ضمن ارائه تصویر روشنی از سیستم عملیاتی بارانداز، کلیه مسائل و تصمیماتی که در این حوزه و در دوره عمر یک ترمینال بارانداز صورت می‌گیرد، برای اولین بار در یک چارچوب مدون و جامع از سطح راهبردی تا سطح عملیاتی دسته‌بندی و به‌روزرسانی شده که از این طریق، مطالعات و تحقیقات انجام شده در هر بخش مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش دیگری از مقاله، دسته‌بندی دیگری بر اساس سه معیار کلی رویکرد مدل‌سازی، توابع هدف و متدولوژی‌های حل ارائه گردیده و در این راستا، سعی شده با ارائه مطالب در قالب جداول و به صورت گرافیکی، دید وسیع‌تری برای خواننده در جهت توسعه تحقیقات و کشف خلأهای موجود در این حوزه فراهم گردد.

**کلمات کلیدی:** عملیات بارانداز، شبکه لجستیک، مرور ادبیات، دسته‌بندی

### ۱- معرفی

امروزه، شرایط متغیر بازار از یک سو و درخواست‌های متنوع مشتریان در کنار رقابت فشرده بین تولیدکنندگان کالاها و خدمات در بازار از سوی دیگر ایجاب می‌کند تا زنجیره‌های تأمین با ایجاد نگرش‌های مؤثر در راستای کاهش

هزینه‌ها و نگرش‌های کیفیتی، برای بقا در شرایط مختلف، به افزایش میزان کارایی خود نیز بپردازند. موفقیت و شکست زنجیره تأمین در نهایت توسط مشتری یا مصرف‌کننده نهایی تعیین می‌شود. رساندن کالای درست، در قیمت و زمان مناسب به مصرف‌کننده، نه فقط مهم‌ترین عامل برای موفقیت رقابتی است بلکه نقش کلیدی در بقای یک نهاد تجاری دارد. بنابراین در راستای برقراری یک راهبرد جدید زنجیره تأمین، رضایت مشتری و شناخت بازار، عناصر حیاتی و ضروری در این عرصه هستند. فقط زمانی که محدودیت‌های بازار شناخته شده باشند، یک واحد می‌تواند به تهیه، استخراج و توسعه راهبرد در جهت پوشش نیازهای زنجیره تأمین و در واقع مشتری نهایی اقدام کند. در دنیای اقتصادی

\*۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی، دانشگاه بو علی سینا همدان، نویسنده پاسخگو، پست الکترونیکی: saeidrezaei7ie@gmail.com نشانی: تهران، فلکه دوم صادقیه، بزرگراه آیت ... کاشانی، بلوار ابادر، نبش بنفشه ۲، پلاک ۱۹، واحد ۳، کد پستی: ۱۴۷۲۶۷۶۹۷۴

۲- دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی، دانشگاه بوعلی سینا همدان، پست الکترونیکی: amirsamankheirkhah@yahoo.com