

تخطيط وتنظيم الأنظمة الشرائية Planning and Organizing Purchasing Activities



أهداف الكورس Course Objective



هدف الكورس هو فهم أعمق لاحتياج كل مؤسسة لأن تخطط مشترياتها بناء على استراتيجية الشركة وأخذ القرارات الصحيحة بعد دراسة وبحث الاحتياجات ومؤشرات السوق.

التخطيط يجب أن يكتمل بعلاقة مميزة مع الموردين تسعى الشركة لتطويرها من خلال نظم وإجراءات محددة وعلمية.

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:



- تخطيط الشراء - Purchasing Planning
- نظم الشراء - Purchasing Activities
- إدارة علاقات الموردين - Suppliers Relationship Management



المحاضرة الاولى تخطيط الشراء Purchasing Planning

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

1. تعريف وأهمية الشراء.
 2. أهداف تخطيط المشتريات الجزء الأول.
 3. أهداف تخطيط المشتريات الجزء الثاني.
 4. استراتيجية الشركة و تخطيط المشتريات.
 5. أهمية بحوث الشراء.
 6. مجالات بحوث الشراء (الجودة و الكمية).
1. Definition and Importance of Purchasing.
 2. Purchasing Planning Objectives Part One.
 3. Purchasing Planning Objectives Part Two.
 4. Company's strategy & Procurement Planning.
 5. Importance of Purchasing Research.
 6. Purchasing Research Areas (Quality and Quantity.)

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

7. Purchasing Research Areas (Suppliers and Time.)
 8. Purchasing Research Areas (Price).
 9. Making Purchasing Decisions Part One.
 10. Making Purchasing Decisions Part Two.
 11. Estimated Purchase Budget.
 12. Forecasting Needs.
7. مجالات بحوث الشراء (الموردين والوقت).
 7. مجالات بحوث الشراء (السعر).
 8. اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول.
 9. اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الثاني.
 10. الموازنة التقديرية للشراء.
 11. التنبؤ بالإحتياجات.

تعريف وأهمية الشراء

Definition and Importance of Purchasing

الشراء Purchasing:

- الشراء هو المرحلة الأولى من إدارة المواد.

الشراء يعني شراء السلع والخدمات من بعض الوكالات الخارجية. الهدف من قسم الشراء هو ترتيب توريد المواد وقطع الغيار والخدمات أو السلع شبه المصنعة، التي تطلبها المنظمة لإنتاج المنتج المطلوب، من وكالة أو مصدر خارج المنظمة.



تعريف وأهمية الشراء

Definition and Importance of Purchasing

أهمية الشراء:

- توفر وظيفة الشراء المواد التي بدونها لا يمكن أن تتحرك عجلات الانتاج.
- إن التوفير في تكلفة المواد يعادله زيادة في المبيعات.
- قسم المشتريات ينفق أكثر من 50 في المائة من أرباح شركته على المشتريات.
- يمكن أن يساهم الشراء في تقليل الواردات وتوفير النقد الأجنبي.
- الشراء هو العامل الرئيسي في تنفيذ المشاريع الصناعية الكبيرة.



أهداف تخطيط المشتريات الجزء الاول

Purchasing Planning Objectives Part One

الهدف الأول: خفض التكاليف

- هذه هي الوظيفة الأساسية لقسم المشتريات.
- تحقيق توفير في التكلفة عن طريق اختيار مزيج من الموردين الذين يمكنهم تقديم أفضل الأسعار والشروط في هذه العملية.
- إنهاء العلاقات مع الموردين الذين لا يستطيعون توفير المستوى المناسب من الجودة بالأسعار المطلوبة.



أهداف تخطيط المشتريات الجزء الاول

Purchasing Planning Objectives Part One



الهدف الأول: خفض التكاليف

- الاستفادة من الضمانات والخصومات.
- توفير شفافية أفضل في كيفية إنفاق شركتك. سيسمح لك هذا بالتفاوض على عقود أفضل وتحرير التدفق النقدي الخاص بك.

أهداف تخطيط المشتريات الجزء الاول

Purchasing Planning Objectives Part One



الهدف الثاني: تقليل المخاطر وضمان أمر التوريد

- تتضمن إدارة سلسلة التوريد مشاركة وإدارة المخاطر مع الموردين.
- نقل المخاطر إلى الموردين الأكثر قدرة على إدارتها.
- تنويع مصادر التوريد.

أهداف تخطيط المشتريات الجزء الاول

Purchasing Planning Objectives Part One

الهدف الثاني: تقليل المخاطر وضمان أمر التوريد

- تحديد السلع والخدمات التي تعتبر بالغة الأهمية للشركة واتخاذ الخطوات المناسبة لتأمين سلاسل التوريد الخاصة بها.
- اتخاذ قرارات اقتصادية حيث يمكن أن تؤدي المخاطر العالية إلى انخفاض الأسعار أو العكس.

أهداف تخطيط المشتريات الجزء الاول

Purchasing Planning Objectives Part One

الهدف الثالث: إدارة العلاقات

- لا يقتصر الشراء على مشاركة المخاطر فحسب، بل يتعلق أيضًا بمشاركة الفوائد.
- جعل المورد مهتمًا بالعمل مع شركتك.
- الاستثمار في علاقة طويلة الأمد.
- إدارة العلاقات داخل شركتك يجب أن تعمل مع أصحاب المصلحة الداخليين مثل التسويق والتمويل والخدمات اللوجستية والتوزيع لضمان توافقهم جميعًا.



أهداف تخطيط المشتريات الجزء الثاني

Purchasing Planning Objectives Part Two

الهدف الرابع: تحسين الجودة

- تحسين الجودة من خلال تحديد مستويات الأداء المستهدفة للجودة.
- تتبع الأداء مقابل تلك الأهداف يعد مقياساً نموذجياً أساسياً لخصائص الجودة.
- تحديد مقياس نموذجي يستخدم لقياس أشياء خاصة بالمنتج أو توقيت التسليم.
- تعمل بعض الشركات بشكل وثيق مع مورديها لتطوير عملياتهم ومساعدتهم في تحسين الجودة.



أهداف تخطيط المشتريات الجزء الثاني

Purchasing Planning Objectives Part Two

الهدف الخامس: متابعة الابتكار

- نظرًا لأن قسم المشتريات على اتصال دائمًا بمجموعة متنوعة من الشركات الخارجية، فهو في وضع مثالي للحصول على سلع وخدمات مبتكرة يمكن أن توفر ميزة تنافسية لعملك (ميزة في السعر أو الجودة أو الراحة).



أهداف تخطيط المشتريات الجزء الثاني

Purchasing Planning Objectives Part Two

الهدف الخامس: متابعة الابتكار

- سيلعب قسم المشتريات أيضًا دورًا مهمًا في مساعدتك على توفير الإمدادات للمنتجات أو الخدمات المبتكرة التي طورتها شركتك الخاصة. غالبًا ما يتطلب تسويق البحث والتطوير تعاونًا وثيقًا مع الموردين.

أهداف تخطيط المشتريات الجزء الثاني

Purchasing Planning Objectives Part Two

الهدف السادس: الاستفادة من التكنولوجيا

- يجب أن يحدد قسم المشتريات الحلول التقنية لمعالجة مشاكل سلسلة التوريد.
- يجب أن يلعب قسم المشتريات أيضًا دورًا مهمًا في اختيار وتنفيذ أنظمة تخطيط موارد المؤسسات وأنظمة مراقبة المخزون وغيرها من التقنيات التي تهدف إلى تحسين كفاءة إدارة سلسلة التوريد الخاصة بك.



استراتيجية الشركة وتخطيط المشتريات

Company's strategy & Procurement Planning

ما هي العلاقة بين استراتيجية الشركة و تخطيط المشتريات؟

- الشراء له أهمية حيوية لجهود التخطيط المؤسسي.
- معدل التغير المتسارع بشكل كبير في المتغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وكذلك في التكنولوجيا يجبر الشركات على مراقبة بيئاتها باستمرار.
- يمكن للمشتريات مراقبة البيئة الخارجية للشركة للحصول على مزايا تنافسية من خلال توفير مدخلات حول التغيرات المتوقعة في السوق.



استراتيجية الشركة وتخطيط المشتريات

Company's strategy & Procurement Planning

ما هي الأسباب؟

- التوريد له تأثير كبير على القيمة المضافة لمنتجات العديد من الشركات.
- يلعب الشراء دورًا رئيسيًا في إدارة التوريد، والذي يجب أن يكون مكونًا رئيسيًا في التخطيط الاستراتيجي.



استراتيجية الشركة وتخطيط المشتريات

Company's strategy & Procurement Planning

ما هي الأسباب؟

- قد يسمح التكامل الأكبر لاستراتيجيات التوريد والتسويق للشركة بزيادة قدرتها التنافسية.
- يتم تحديد درجة كبيرة من جودة المنتج في المراحل الأولى من عملية تطوير المنتج، ويمكن تحسينها من خلال المشاركة المبكرة في الشراء.



أهمية بحوث الشراء

Importance of Purchasing Research



التغيرات التي ادت إلى ضرورة بحوث الشراء:

- لم يعد المشتري اليوم مجرد مشتر ولا يستطيع الابتعاد عن ظروف السوق وتطورات السوق
- يجب أن يكون المشتري ملما بجميع الابتكارات في مجال المواد.
- يجب أن يحدث تحسينات في أداء المواد من خلال تحسين جودة المنتجات وإدخال عمليات جديدة ومواد جديدة وبدائل وحتى شروط جديدة في عقده دون انقطاع.

أهمية بحوث الشراء

Importance of Purchasing Research

التغيرات التي أدت إلى ضرورة بحوث الشراء:

- يجب أن يكون المشتري على اتصال دائم بمعرفة جميع الموردين المحتملين والبدائل الممكنة.
- يجب أن يميل المشتري إلى جعل عملية الشراء أكثر كفاءة واقتصادية تحقيقًا لهذه الغاية.
- يجب إجراء تحليل منهجي ورسمي ومستمر لجميع العوامل التي تؤثر على وظيفة الشراء.
- الهدف من بحث شراء هو ضمان القرارات المثلى وتحسين الربحية.



مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

يجب أن يُمنح قسم المشتريات السلطة والمسؤولية اللازمتين لإدارة مثل هذه الضوابط لشراء:

- الكمية المناسبة
- من الجودة المناسبة
- في الوقت المناسب
- وبالأسعار المناسبة
- من المورد المناسب
- بالشروط المناسبة

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية) Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

ما هي المجالات؟

المجال الأول: الجودة



- معرفة إذا كان تحديد المواصفات مناسباً.
- يمكن وضع مواصفات مثالية، ولكن في نفس الوقت تجعلها غير اقتصادية.
- أن تكون المواصفات جيدة بما يكفي لهذا الغرض.

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الأول: الجودة



- يجب ألا تكون جيدة جدًا بشكل غير اقتصادي ولا متساهلة جدًا.
- البحث المستمر عن أشياء قابلة للتطبيق.
- العثور على بدائل تتجنب استخدام المواد الخام النادرة لخفض التكلفة وتحسن التوافر.
- بسبب الابتكارات التكنولوجية، تظهر مواد جديدة في السوق بوتيرة مذهلة.

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية) Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الأول: الجودة



- يجب البحث باستمرار عن منتجات جديدة، والتي يمكن أن تخدم بشكل جيد أو أفضل وتكون أكثر اقتصادا.
- يجب أن يكون الهدف خدمة أفضل وصلاحية أطول بتكاليف أقل.

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الأول: الجودة

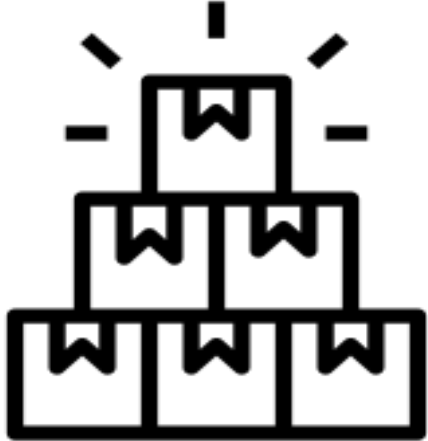
- جانب آخر مهم هو استبدال الواردات من الخارج. يجب تطوير بدائل أصلية فعالة للعناصر المستوردة.
 - يجب بذل جهود مستمرة نحو التوحيد، ويمكن النظر في تقليل التنوع وطرق التعبئة والتغليف.
- هناك قدر كبير من النطاق في توفير التكاليف من خلال تطوير أو استخدام مواد تغليف جديدة أو عن طريق تغيير أحجام العبوات القياسية التي تخضع لقبول العميل.

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الثاني: الكمية

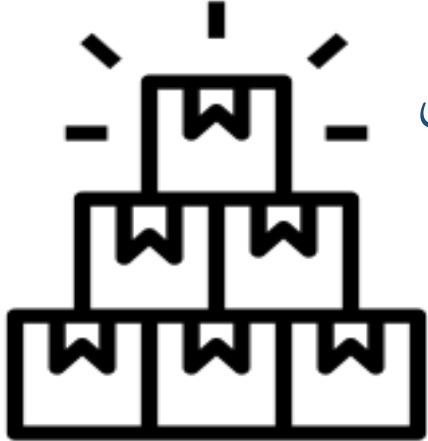
- الكمية المراد شراؤها لها تأثير مهم على إدارة المخزون.
- يجب أن تكون توقعات المتطلبات دقيقة بشكل معقول للحفاظ على مستويات المخزون منخفضة دون التأثير على الخدمة.
- يجب اعتماد أحدث طرق التنبؤ وتطبيق صيغة EOQ أو الكمية الاقتصادية للشراء.



مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الثاني: الكمية



- تصحيح التوقعات بشكل مناسب للعناصر ذات الاستهلاك الموسمي أو للعناصر التي تظهر اتجاهًا تصاعديًا أو تنازليًا ملحوظًا.
- يجب تطبيق مزيد من التصحيحات على عوامل مثل قانون العرض والطلب.
- تحقيق مفصل في النقص المحتمل في المواد الخام.

مجالات بحوث الشراء (الجودة والكمية)

Purchasing Research Areas (Quality and Quantity)

المجال الثاني: الكمية

- دراسة إمكانية حدوث إضرابات في الصناعات أو النقل وتأثير اللوائح الحكومية، وقيود الاستيراد، إلخ.
- قد تؤثر الخصومات على الكمية إذا باختصار، يجب دراسة النمط السلوكي لكل عنصر على حدة وفي المجموعة.
- إذا كان عدد العناصر كبيرًا، فقد يكون تحليل ABC مفيدًا.

مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت) Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الثالث :الموردين



- يجب مراقبة البائعين عن كثب فيما يتعلق بأدائهم.
- يمكن فقط الاحتفاظ بالموردين الذين لا يفشلون في توفير مواد ذات جودة عالية، والذين يقومون بالتسليم في الوقت المحدد وبأسعار تنافسية، في القائمة المعتمدة.

مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت)

Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الثالث :الموردين

- يجب أن يكون هناك جهد مستمر في تحديد مواقع البائعين الجدد لتوريد المواد الحالية أو البديلة.
- يجب أن تكون هناك قائمة مرجعية لجميع الموردين الحاليين والمحتملين توضح خطوط إنتاجهم الحالية ووضعهم المالي، وبرنامجهم التوسعي والإضافات المحتملة إلى خطوط منتجاتهم.

مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت) Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الثالث :الموردين

- يجب أن تكون هناك القائمة لأوامر التوريد في حالات الطوارئ.
- العثور على البائعين على مقربة من الاحتياجات الفعلية.
- تحسين العلاقات مع البائعين موضوعًا يحتاج إلى اهتمام وثيق.



مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت) Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الرابع: الوقت

- أفضل ما يمكن شراؤه يعتمد بشكل أساسي على مراعاة المهلة الزمنية لمتطلبات مخزون السلامة.
- أي جهد يبذل لتقليل المهلة يستحق كل هذا العناء.



مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت)

Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الرابع: الوقت

- يعتمد توفير مخزون السلامة على اعتبارات الخدمة. كلما ارتفع مستوى الخدمات، كلما زاد مخزون الأمان، وبالتالي زادت قيمة المخزون.
- يجب أن يكون أفضل مستوى خدمة، مع مراعاة الموارد المالية للشركة.



مجالات بحوث الشراء (الموردين و الوقت)

Purchasing Research Areas (Suppliers and Time)

المجال الرابع: الوقت

- لكل مجموعة من العناصر طبيعة، على سبيل المثال: حيوية، أساسية، مرغوبة، سريعة الحركة، بطيئة الحركة إلخ.
 - عامل مهم هو الاتجاه في أسعار السلع الأساسية.
- ما هو أفضل وقت في السنة تكون فيه الأسعار أقل؟ قد يتطلب أي قرار يتم التوصل إليه بشأن المهلة الزمنية واعتبارات مخزون السلامة من خلال التحليل القائم على الاتجاه في أسعار السلع الأساسية.

مجالات بحوث الشراء (السعر)

Purchasing Research Areas (Price)

المجال الخامس: السعر

- يمكن أن تؤدي التنافسية إلى خفض الأسعار.
- يتم اللجوء إلى المفاوضات وفي هذه الحالة يجب على فريق البحث إعداد البيانات المطلوبة.
- إذا لم تنجح المفاوضات، يجب على فريق البحث تطوير بدائل مقبولة كحل طويل الأجل.



مجالات بحوث الشراء (السعر) Purchasing Research Areas (Price)

المجال الخامس: السعر

- تحليل إذا كان من الممكن صنع العناصر داخليًا بدلاً من الشراء.
- القصور الإدارية، على سبيل المثال: التأخير في قرار الشراء، والتأخير في اختبار وقبول المواد الواردة، والتأخير في المدفوعات للموردين كل هذه تؤدي إلى ارتفاع الأسعار.



مجالات بحوث الشراء (السعر) Purchasing Research Areas (Price)

المجال الخامس: السعر

- قد يقوم فريق البحث بعمل دراسات حالة واقتراح تحسينات في عمليات الشراء وتقديم المشورة بشأن تقنيات الشراء الأكثر فعالية.
- ستؤدي أساليب نقل و توزيع المواد المحسنة أو التصنيع المحسن إلى خفض الأسعار بالتأكيد.



مجالات بحوث الشراء (السعر)

Purchasing Research Areas (Price)

VIDEO

<https://youtu.be/iixMzImFKPc>

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One

تتضمن عملية قرار شراء الأعمال خمس مراحل:

- المراحل الخمس لعملية قرار شراء الأعمال هي الاحتياج، والمواصفات، وطلبات تقديم العروض، والتقييم، وأخيراً، تقديم الطلب.
- في كل مرحلة، قد يتم إشراك صانعي قرار مختلفين، اعتماداً على التكلفة والأهمية الاستراتيجية لعملية الشراء.



اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One

- للتنقل في عملية قرار الشراء بنجاح، تحتاج إلى توفير النوع الصحيح من المعلومات والتأكد من أن ممثلي المشتريات لديك يتصلون بصانعي القرار المناسبين.
- يمكنك أيضًا تعزيز العملية من خلال تقديم المشورة والتوجيه للعملاء في كل مرحلة.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One

المرحلة الأولى: الاحتياج



- تبدأ العملية عندما تحدد الشركة حاجتها إلى الشراء.
- قد ترغب في استبدال عنصر موجود أو تجديد المخزونات أو شراء منتج جديد متوفر في السوق.
- يمكنك أيضًا تحفيز حاجة قد لا تكون الشركة على دراية بها من خلال تقديم المشورة لهم بشأن المشكلات والتحديات التي تواجهها الشركات الأخرى في صناعتهم..

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One



المرحلة الأولى: الاحتياج

- يعمل فريق الشراء مع الإدارة الطالبة للتأكد من الطلب.
- يمكن لفريق المبيعات تقديم المشورة والتوجيه في هذه المرحلة من خلال تقديم أوراق المناقشة أو دعوة صناع القرار إلى ورش العمل أو الندوات حول هذا الموضوع.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One

المرحلة الثانية: المواصفات والبحث

- عندما يوافق فريق الشراء على المتطلبات، فإنه يعد مواصفات مفصلة تحدد الكميات والأداء والمتطلبات الفنية للمنتج.
- يمكن لفريق المبيعات دعم هذه المرحلة من خلال تقديم المشورة لفريق الشراء بشأن أفضل الممارسات أو التعاون مع فريق الشراء لتطوير المواصفات.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الأول

Making Purchasing Decisions Part One

المرحلة الثانية: المواصفات والبحث

- تستخدم فرق الشراء المواصفات للبحث عن موردين محتملين.
قد يبحثون في الإنترنت للعثور على المنتجات أو الشركات التي تقدم مطابقة لمواصفاتهم.
- من المهم أن يتميز موقع الويب الخاص بك بكلمات رئيسية تتوافق مع احتياجات العملاء من المنتجات أو الخدمات.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الثاني

Making Purchasing Decisions Part Two

المرحلة الثالثة: طلب تقديم عرض

- عندما يحدد فريق الشراء الموردين المحتملين، فإنه يسأل عن عروض مفصلة من الموردين.
- قد يصدر الفريق مستنداً رسمياً يُعرف باسم طلب تقديم عرض، أو قد يحدد المتطلبات ويدعو الموردين المحتملين إلى تقديم عرض تقديمي أو تقديم عرض أسعار.
- إذا كان للمنتج أو الخدمة مواصفات دقيقة، فقد يطلب فريق الشراء ببساطة عروض أسعار. إذا كان المنتج أكثر تعقيداً، فقد يطلب مقترحات حول كيفية تلبية المورد للاحتياجات.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الثاني

Making Purchasing Decisions Part Two

المرحلة الرابعة: تقييم العروض

- يقوم فريق الشراء بتقييم عروض الموردين مقابل معايير مثل السعر والأداء والقيمة مقابل السعر بالإضافة إلى تقييم المنتج.
- يقوم فريق الشراء بتقييم المورد على أساس عوامل مثل سمعة الشركة والاستقرار المالي والقدرة التقنية والموثوقية.
- يمكنك التأثير على القرارات في هذه المرحلة من خلال توفير معلومات الشركة ودراسات الحالة والتقارير المستقلة التي تراجع شركتك ومنتجاتك.

اتخاذ القرارات الشرائية الجزء الثاني

Making Purchasing Decisions Part Two

المرحلة الخامسة: الطلب وعملية المراجعة

- قبل أن يضع فريق الشراء طلبًا مع المورد المختار، يتفاوضون على السعر والخصم وترتيبات التمويل وشروط الدفع، بالإضافة إلى تأكيد تواريخ التسليم وأي مسائل تعاقدية أخرى.
- عند اكتمال الطلب وتسليمه، قد يضيف فريق الشراء مرحلة أخرى من خلال مراجعة أداء المنتج والمورد. قد تتضمن هذه المرحلة فرض رسوم جزائية إذا فشل المنتج في تلبية المواصفات المتفق عليها.

الموازنة التقديرية للشراء

Estimated Purchase Budget

ما هي الميزانية؟

- تعد الميزانية، بالطبع أحد أهم جوانب إدارة أي عمل تجاري.
- تخبرنا ميزانية المشتريات بما يمكننا تحمله وما لا نستطيع تحمله.
- تعمل على توجيه إستراتيجية الشراء لدى الشركة.



الموازنة التقديرية للشراء

Estimated Purchase Budget

ما هي الميزانية؟

- ميزانية المشتريات يمكن أن تحذرنا عندما تخرج الموارد المالية عن السيطرة.
- لا تستطيع منعنا من شراء أي شيء.
- يمكن أن يؤدي الفشل في تنفيذ إجراءات محددة مثل قيود الطلب والميزانيات القائمة على المشروع إلى التأثير على صافي أرباحك.

الموازنة التقديرية للشراء

Estimated Purchase Budget

مشكلة الميزانية:

- غالبًا ما تبدأ المشكلة عندما لا تتمكن الإدارة المالية من العثور على الأموال التي من المفترض أن توفرها المشتريات على مدار العام.
- إذا يجب أن يجتمع قسم الشؤون المالية والمشتريات والمدير التنفيذي معًا ويضع خطة بديلة.

الموازنة التقديرية للشراء

Estimated Purchase Budget

مشكلة الميزانية:

- ومع ذلك، فإن الميزانية الرسمية مطلوبة لشراء المواد المباشرة. تضمن هذه العملية الشفافية عبر الإدارات، حيث سيتم تجهيز التمويل بشكل أفضل لتحديد الوفورات مقابل الميزانية الأولية. وسيكونون على دراية بزيادات الأسعار السنوية بما أنك تسجلها في الوقت الفعلي.

الموازنة التقديرية للشراء

Estimated Purchase Budget

التعامل مع مشاكل الميزانية:

- تحديد السلع والخدمات التي ستحتاجها.
- استكشف خيارات البائعين الخاصة بك وقم بالاختيار.
- الاتفاق والتنسيق داخليا.
- ضع أدوات التحكم الصحيحة للميزانية بإنشاء عملية موافقة محكمة.



التنبؤ بالاحتياجات Forecasting Needs



- التنبؤ بالطلب هو عملية استخدام التحليل للبيانات التاريخية لتقدير وتوقع طلب العملاء المستقبلي على منتج أو خدمة.
- يساعد التنبؤ بالطلب الشركة على اتخاذ قرارات توريد بشكل أفضل.
- يساعد التنبؤ بالاحتياجات تقدير إجمالي المبيعات والإيرادات لفترة زمنية مقبلة.

التنبؤ بالاحتياجات Forecasting Needs

- يسمح التنبؤ بالطلب للشركات بتحسين المخزون من خلال توقع المبيعات المستقبلية.
- يمكن لمديري الطلبات اتخاذ قرارات حول كل شيء بدءًا من تخطيط المخزون واحتياجات التخزين إلى تشغيل مبيعات وتلبية توقعات العملاء.

التنبؤ بالاحتياجات Forecasting Needs

لن تكون دقة التنبؤ بالطلب 100٪ أبدًا، ولكن يساعد التنبؤ على:

- تحسين فترات الإنتاج.
- زيادة الكفاءات التشغيلية.
- توفير المال.
- إطلاق منتجات جديدة.

التنبؤ بالاحتياجات Forecasting Needs

لن تكون دقة التنبؤ بالطلب 100٪ أبدًا، ولكن يساعد التنبؤ على:

- توفير تجربة أفضل للعملاء.
- تحضير الميزانية.
- تحديد خطة الإنتاج.

حالة عملية Case Study

شرح الحالة:

- في هذه الحالة، كان العميل هو الحكومة الفيدرالية الأسترالية، التي كانت بحاجة إلى التنبؤ بالميزانية السنوية لخطة المزايا للصيديات Pharmaceutical Benefits Scheme PBS.
- يوفر PBS دعمًا للعديد من المنتجات المباعة في صيديات أستراليا.
- تعتمد النفقات على ما يشتريه الأشخاص خلال العام.
- بلغ إجمالي الإنفاق حوالي 7 مليار دولار أسترالي في عام 2009، وتم التقليل من شأنه بنحو مليار دولار في كل عام من العامين قبل أن يُطلب من الاستشاريين تطوير نهج تنبؤ أكثر دقة.



حالة عملية Case Study

المطلوب عمله:

- من أجل التنبؤ بإجمالي النفقات، من الضروري التنبؤ بحجم مبيعات مئات مجموعات المنتجات الصيدلانية باستخدام البيانات الشهرية.
- تمتلك جميع المجموعات تقريباً اتجاهات وأنماط موسمية.
- شهدت أحجام مبيعات العديد من المجموعات ارتفاعاً مفاجئاً أو انخفاضاً بسبب التغيرات في الأدوية المدعومة.
- كانت نفقات العديد من المجموعات لها تغيرات مفاجئة بسبب توفر أدوية منافسة أرخص.



حالة عملية Case Study

الحل:

- الحاجة إلى إيجاد طريقة تنبؤ تسمح بالاتجاه والموسمية.
- في نفس الوقت يجب أن تكون طريقة التنبؤ ذكية لتتعرف على التغيرات المفاجئة في الأنماط الأساسية.
- يجب أن تكون قابلة للتطبيق تلقائيًا على عدد كبير من السلع.
- جاء الحل باستخدام برنامج متخصص لتنبؤ الاحتياجات.
- كان التأثير إيجابيا على الشراء عندما أصبحت الاحتياجات المتوقعة أكثر دقة.





المحاضرة الثانية
نظم الشراء
Purchasing Activities

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

1. نظام الشراء والتخزين.
 2. إجراءات الشراء.
 3. معايير تحديد إجراءات الشراء.
1. Purchasing and Warehousing System.
 2. Purchasing Procedures.
 3. Criteria for Determining Purchasing Procedures.

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

4. Forms and Records. 4. النماذج والسجلات المستخدمة.
5. Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P. 5. نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P .
6. Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T . 6. نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بال J.I.T .

نظام الشراء والتخزين

Purchasing and Warehousing System

المشتريات هي عملية معقدة وديناميكية تتضمن:

- التخطيط الاستراتيجي.
 - العديد من مراحل التنفيذ، من تحديد المصادر إلى الدفع وإعداد التقارير.
 - إدارة سلسلة التوريد وطلبات الشراء والأوامر.
 - إدارة الميزانية.
- كل هذه العمليات جزء لا يتجزأ من المشتريات ككل.



نظام الشراء والتخزين

Purchasing and Warehousing System



- يستخدم المديرون العديد من الأدوات المخصصة لضمان كفاءة وبساطة دورة المشتريات.
- برامج ال ERP الصحيحة تلعب دورًا مهمًا في اتخاذ قرارات والحفاظ على التحكم في كل خطوة.
- الأدوات المخصصة هي حلول برمجية تعالج أوجه القصور في إدارة المشتريات اليدوية عن طريق ال automation لبعض العمليات.

نظام الشراء والتخزين

Purchasing and Warehousing System

كيف يمكن لإدارة المشتريات اليدوية أن تعيقك:

- المهام المتكررة.
- التأخير والاختناقات.
- انعدام الشفافية.
- وثائق منخفضة الجودة.
- عدم الدقة في إعداد التقارير.



إجراءات الشراء

Purchasing Procedures

- تعتمد معظم الشركات على شركات أخرى للمنتجات والخدمات التي تساعد في عملياتها.
- تمكن عملية الشراء أي مؤسسة من تقييم هذه المعاملات بين الشركات لتحقيق الكفاءة.
- من خلال فهم عملية الشراء هذه، يمكن للشركات تتبع إنفاقها بعناية وربما توفير في التكاليف.



إجراءات الشراء

Purchasing Procedures

خطوات إجراءات الشراء

- الخطوة الأولى: تحديد الحاجة.
- الخطوة الثانية: وصف خصائص المنتج.
- الخطوة الثالثة: صياغة المواصفات.
- الخطوة الرابعة: الاستعانة بالموردين.



إجراءات الشراء

Purchasing Procedures

خطوات إجراءات الشراء

- الخطوة الخامسة: تحليل المصادر المختلفة.
- ابدأ بتحديد معايير الاستبعاد.
- قم بإجراء تحليل مفصل لكل اقتراح.
- كم عدد الموردين لنفس المنتج؟
- الخطوة السادسة: التحضير للمفاوضات.



إجراءات الشراء

Purchasing Procedures

خطوات إجراءات الشراء

- الخطوة السابعة: الحصول على الموافقة على الطلب.
- الخطوة الثامنة: وضع الطلب.
- الخطوة التاسعة: استلام والموافقة على الطلب.
- الخطوة العاشرة: مراجعة أداء الموردين.



معايير تحديد إجراءات الشراء

Criteria for Determining Purchasing Procedures

معايير أساسية في تحديد قرار الشراء:

- السعر
- الموقع الجغرافي
- شروط وأحكام الدفع
- مواعيد التسليم و الالتزام بها
- سهولة التشغيل أو الاستخدام



معايير تحديد إجراءات الشراء

Criteria for Determining Purchasing Procedures

معايير أساسية في تحديد قرار الشراء

- سهولة الصيانة
- الخدمة لاحتياجات المستخدم
- الموثوقية وجودة المنتج
- النضج التكنولوجي للحل
- المواصفات الفنية



معايير تحديد إجراءات الشراء

Criteria for Determining Purchasing Procedures

معايير أساسية في تحديد قرار الشراء

- وجود أو عدم وجود الخدمات الفنية المقدمة
- وجود أو عدم وجود تدريب يقدمه المورد
- مدة التدريب المطلوبة
- خدمة ما بعد البيع



معايير تحديد إجراءات الشراء

Criteria for Determining Purchasing Procedures



المعايير الأخرى

- العلاقات الموجودة مسبقًا
- مكانة وسمعة المورد
- الكفاءة المدركة
- شخصية المتحدثين، "الشعور" المهني

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records



هناك نوعان من نماذج الشراء الرئيسية:

طلب الشراء وأمر الشراء. كلاهما نموذجان يتم استخدامها داخل الشركة وتستخدم
لتمكين الأداء الفعال لقسم المشتريات.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records



أول نماذج الشراء هو طلب الشراء.

- يتم إنشاء طلب الشراء بواسطة الجهة الطالبة عندما يحتاج المخزون إلى التجديد.
- طلب الشراء هو طلب لأمر جديد وتكون العملية محسوبة وبالتالي فهي طريقة أسرع وأكثر كفاءة.
- تتطلب عمليات الشراء معلومات مفصلة.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records



ثاني نماذج الشراء هو أمر الشراء.

- هذا النموذج عبارة عن تفويض كتابي يتم إرساله مباشرة إلى البائع.
- يحتوي على تفاصيل البضائع المطلوبة والكميات وتفاصيل التسليم.
- يمكن استخدامه أيضًا عند الحاجة إلى خدمة.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records

ثاني نماذج الشراء هو أمر الشراء.

- تعامل كلتا الشركتين أمر الشراء على أنه مستند قانوني يؤكد الطلب.
- في بعض الأحيان يتم استخدامه كتأكيد لأمر هاتفي أو طلب مقدم من مندوب مبيعات.
- نظرًا لأنه مستند قانوني، غالبًا ما يُطلب من البائع التوقيع وإرجاع نسخة كتأكيد على استلامها.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records

بالطبع، يوجد في قسم المشتريات المنظم جيدًا عدد من نماذج الشراء القياسية الأخرى مثل:

- الاتفاقية الرئيسية: الاتفاقية القانونية بين المورد والمشتري.
- اتفاقية المقاول المستقل: تُستخدم عند استخدام "العمل مقابل أجر". عادة ما تتم مراجعة هذا النموذج والنموذج أعلاه من قبل الإدارة القانونية.
- نموذج تقييم البائع: يستخدم عند اختيار بائع جديد من عدة بائعين.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records

بالطبع، يوجد في قسم المشتريات المنظم جيداً عدد من نماذج الشراء القياسية الأخرى مثل:

- المطالبة بالسلع المعيبة: يُستخدم عندما تحتاج إلى المطالبة بائتمان لسلع معيبة تم تسليمها.
- رفض البضائع: يُستخدم لرفض التسليم الذي لا يرتقى إلى المستوى القياسي المطلوب.
- إلغاء أمر الشراء: يُستخدم عندما ترغب في إلغاء الطلب.

النماذج والسجلات المستخدمة

Forms and Records

بالطبع، يوجد في قسم المشتريات المنظم جيدًا عدد من نماذج الشراء القياسية الأخرى مثل:

- النماذج الضريبية: تتطلب البلدان المختلفة إكمال نماذج مختلفة على سبيل المثال نموذج ضريبة القيمة المضافة.
- طلب الائتمان: يُستخدم عندما تطلب إنشاء أو تغيير الائتمان مع أحد مورديك.
- معظم نماذج الشراء هذه عبارة عن مستندات قياسية يتم توفيرها ببرامج ال ERP .

نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning
known as M.R.P

VIDEO

YL_35<https://youtu.be/eoLSZh>



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بزنس



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

ما هو تخطيط متطلبات المواد MRP؟

- تخطيط متطلبات المواد هو نظام متكامل قائم على البرامج لإدارة المخزون والإمداد مصمم للشركات. طلب الائتمان يُستخدم عندما تطلب إنشاء أو تغيير الائتمان مع أحد مورديك.

نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning
known as M.R.P



تستخدم الشركات MRP

- لتقدير كميات المواد الخام.
- الحفاظ على مستويات المخزون.
- جدولة الإنتاج والتسليم.



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

النقاط الرئيسية

- يساعد تخطيط متطلبات المواد MRP في تطوير خطة إنتاج للسلع النهائية من خلال تحديد متطلبات المخزون للمكونات والمواد الخام.
- يؤكد MRP أن المواد والمكونات ستكون متاحة عند الحاجة، وتقليل مستويات المخزون، وتقليل المهل الزمنية للعملاء، وتحسين رضا العملاء.
- يعتمد تخطيط متطلبات المواد MRP على دقة البيانات، وله تكلفة عالية في التنفيذ، ويحافظ على جدول إنتاج صارم.

نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

كيف يعمل تخطيط متطلبات المواد MRP؟



- يساعد MRP الشركات والمصنعين على تحديد:

- ما هو مطلوب؟

- مقدار الحاجة.

- متى تكون المواد مطلوبة؟

- يعمل بشكل عكسي من خطة الإنتاج للسلع النهائية.



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

كيف يعمل تخطيط متطلبات المواد MRP

- يحول MRP الخطة إلى قائمة بالمتطلبات الخاصة بالتجمعات الفرعية والأجزاء والمواد الخام اللازمة لإنتاج منتج نهائي ضمن الجدول الزمني المحدد.
- يساعد تخطيط متطلبات المواد MRP الشركات المصنعة في الحصول على فهم لمتطلبات المخزون مع موازنة كل من العرض والطلب.



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

باستخدام MRP، يمكن للمديرين تحديد احتياجاتهم من العمالة والإمدادات وتحسين كفاءتهم الإنتاجية من خلال إدخال البيانات في مخطط MRP مثل:

- اسم العنصر أو التسمية: العنوان الجيد النهائي، ويسمى أحياناً المستوى "0" في قائمة مكونات الصنف.
- جدول الإنتاج الرئيسي Master Production Schedule –MPS
- ما هو المبلغ المطلوب لتلبية الطلب؟



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

باستخدام MRP، يمكن للمديرين تحديد احتياجاتهم من العمالة والإمدادات وتحسين كفاءتهم الإنتاجية من خلال إدخال البيانات في مخطط MRP مثل:

- متى هو مطلوب؟
- العمر الافتراضي للمواد المخزنة.
- ملف حالة المخزون Inventory Status File –ISF المواد المتوفرة في المخزون والمواد المطلوبة من الموردين.



نظام الشراء طبقا لتخطيط الاحتياجات من المواد والمعروف بال M.R.P

Purchasing System according to Material Requirements Planning known as M.R.P

باستخدام MRP، يمكن للمديرين تحديد احتياجاتهم من العمالة والإمدادات وتحسين كفاءتهم الإنتاجية من خلال إدخال البيانات في مخطط MRP مثل:

- فواتير المواد Bill of Material –BOM تفاصيل المواد والمكونات المطلوبة لصنع كل منتج.
- بيانات التخطيط: القيود والتوجيهات مثل التوجيه، ومعايير العمالة، ومعايير الجودة والاختبار.

نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بالJ.I.T

Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T

ما هو (JIT) Just-in-Time؟



- نظام المخزون JIT هو استراتيجية إدارة تعمل على مواءمة طلبات المواد الخام من الموردين مباشرةً مع جداول الإنتاج.
- تستخدم الشركات استراتيجية المخزون هذه لزيادة الكفاءة وتقليل الفاقد من خلال استلام البضائع فقط عندما تحتاجها لعملية الإنتاج.

نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بالJ.I.T

Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T



ما هو (JIT) Just-in-Time؟

- هذا النظام يقلل من تكاليف المخزون.
- تتطلب هذه الطريقة من المنتجين توقع الطلب بدقة.

نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بالJ.I.T

Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T

النقاط الرئيسية

- نظام المخزون JIT هو استراتيجية إدارة تقلل المخزون وتزيد من الكفاءة.
- يُعرف التصنيع بنظام JIT أيضًا باسم Toyota Production System (TPS) لأن شركة تصنيع السيارات Toyota اعتمدت هذا النظام في السبعينيات.



نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بالJ.I.T

Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T

النقاط الرئيسية

- يعتمد نجاح عملية إنتاج JIT على:
- الإنتاج الثابت.
- الاتقان عالي الجودة.
- عدم وجود أعطال في الماكينة.
- الموردين الموثوق بهم.



نظام الشراء طبقا للتوريد عند الانتاج والمعروف بالJ.I.T

Purchasing According to Supply at Production known as J.I.T

كيف يعمل نظام المخزون JIT ؟

- يقلل نظام المخزون JIT من المخزون ويزيد من الكفاءة.
- تعمل أنظمة إنتاج JIT على خفض تكاليف المخزون لأن الشركات المصنعة تتلقى المواد والأجزاء حسب الحاجة للإنتاج ولا يتعين عليها دفع تكاليف التخزين.
- لا يُترك المصنعون أيضًا مع مخزون غير مرغوب فيه في حالة إلغاء الطلب أو عدم الوفاء به.

حالة عملية Case Study

- تشتهر شركة Toyota Motor بنظام جرد JIT، وتطلب القطع فقط عندما تتلقى طلبات شراء سيارات جديدة. على الرغم من أن الشركة قامت بتركيب هذه الطريقة في السبعينيات، إلا أن إتقانها استغرق 20 عامًا.
- للأسف، تسبب نظام مخزون JIT لشركة Toyota تقريبًا في توقف الشركة في فبراير 1997، بعد حريق في مورد قطع غيار السيارات الياباني Aisin.



حالة عملية Case Study

- المورد فقد قدرته على إنتاج صمامات لسيارات Toyota .
- و نظرًا لأن Aisin هو المورد الوحيد لهذا الجزء، فقد تسبب هذا في توقف Toyota عن الإنتاج لعدة أيام.
- وقد تسبب هذا في حدوث تأثير مضاعف، حيث اضطر موردو قطع غيار تويوتا الآخرين أيضًا إلى الإغلاق مؤقتًا لأن صانع السيارات لم يكن بحاجة إلى أجزائه خلال تلك الفترة الزمنية. وبالتالي، كلف هذا الحريق إيرادات تويوتا 160 مليار ين ياباني.

المحاضرة الثالثة
إدارة علاقات الموردين
Suppliers Relationship Management

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

1. Benefits of Suppliers Relationship Management Part 1
2. Benefits of Suppliers Relationship Management Part 2
3. Classification of Suppliers

1. فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

2. فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الثاني

3. مفهوم تقسيم الموردين

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

4. Developing Supplier Relationships and Managing Risks

4. تطوير علاقات الموردين وإدارة المخاطر

5. Evaluation of Suppliers according to their Classification

5. تقييم الموردين حسب تقسيمهم

6. SRM Software

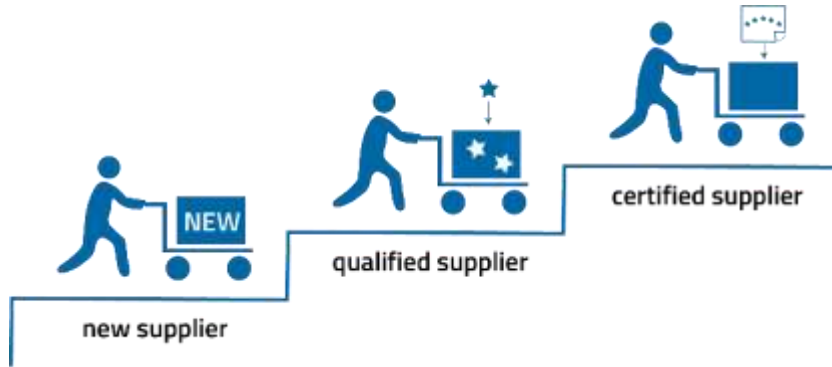
6. برامج الـ SRM

فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

1 Benefits of Suppliers Relationship Management Part

1. تحسين جودة السلع والخدمات

- إقامة علاقات مع الموردين ذوي الأداء العالي والحفاظ عليها.
- يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين الاتصال والتعاون، والذي يمكن أن يؤدي بدوره إلى منتجات وخدمات ذات جودة أفضل.

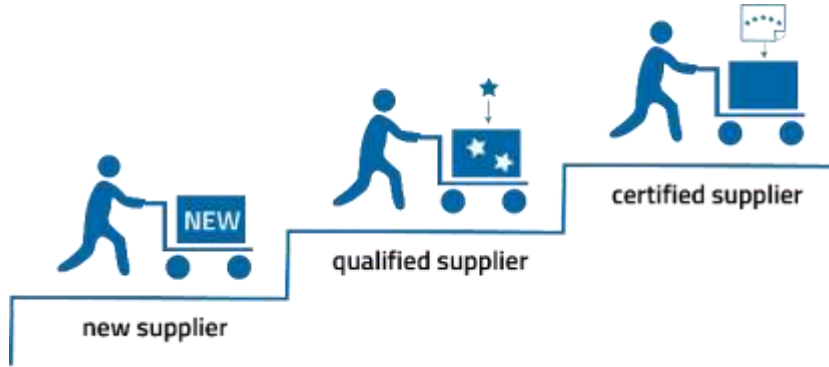


فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

1 Benefits of Suppliers Relationship Management Part

2. انخفاض التكاليف

- من خلال التفاوض على أسعار أفضل مع الموردين.
- تحسين الكفاءات في سلسلة التوريد.





فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

1Benefits of Suppliers Relationship Management Part

3. تحسين أداء الموردين

- من خلال تحديد توقعات واضحة وتقديم ملاحظات حول أداء الموردين.
- يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين الاتصال والتعاون، والذي يمكن أن يؤدي بدوره إلى منتجات وخدمات ذات جودة أفضل.



فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

1Benefits of Suppliers Relationship Management Part

4. مزيد من الشفافية والوضوح

- تحسين الشفافية والرؤية في سلسلة التوريد من خلال توفير رؤية لأداء الموردين.
- إنشاء قنوات اتصال واضحة.

فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الأول

1Benefits of Suppliers Relationship Management Part



5. تحسين الاتصال والتعاون

- تحسين الاتصال والتعاون بين الشركة ومورديها، مما يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات.

فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الثاني

2Benefits of Suppliers Relationship Management Part

6. مزيد من الابتكار

- إقامة علاقات مع موردين مبدعين ومبتكرين. يمكن أن يؤدي ذلك إلى منتجات وخدمات جديدة يمكن أن تساعد الشركة على اكتساب ميزة تنافسية.

7. زيادة رضا العملاء

- من خلال ضمان حصول العملاء على المنتجات والخدمات التي يحتاجون إليها عندما يحتاجون إليها.





فوائد إدارة العلاقة مع الموردين الجزء الثاني

2Benefits of Suppliers Relationship Management Part

8. خفة الحركة

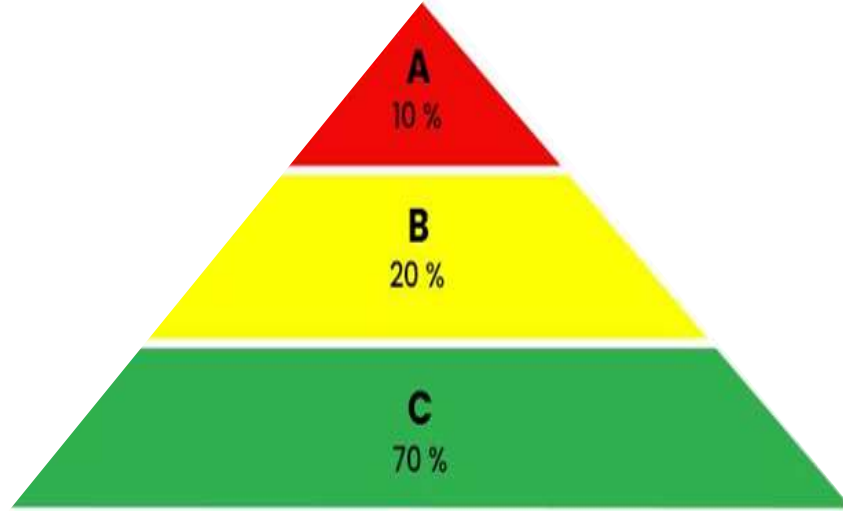
- من خلال إقامة علاقات مع الموردين الذين يتسمون بالمرونة والاستجابة للتغيير.
- هذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات.

9. تحسين استمرارية الأعمال

- من خلال إقامة علاقات موثوقة مع موردين موثوقين ولديهم سجل حافل.
- هذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات.

مفهوم تقسيم الموردين

Classification of Suppliers

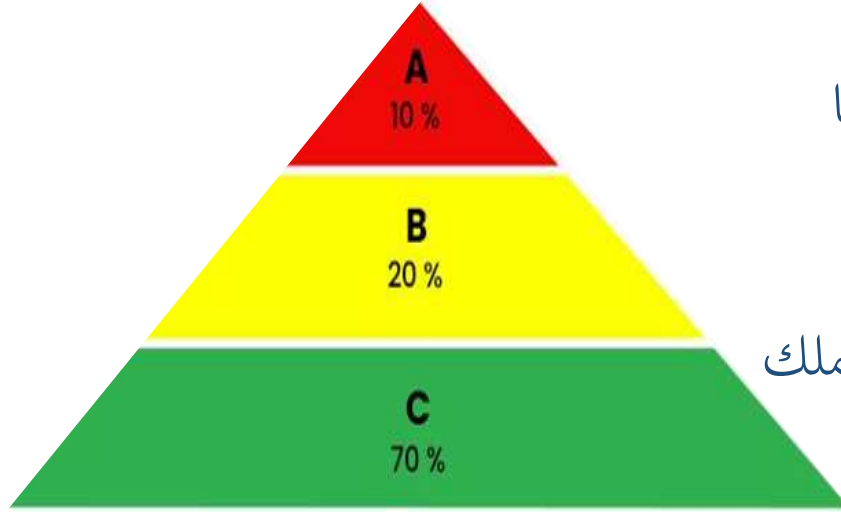


قم بإنشاء مجموعات منفصلة للموردين الرئيسيين، مثل:

- البائعين الاستراتيجيين A
- البائعين التكتيكيين B
- البائعين الآخرين C

مفهوم تقسيم الموردين

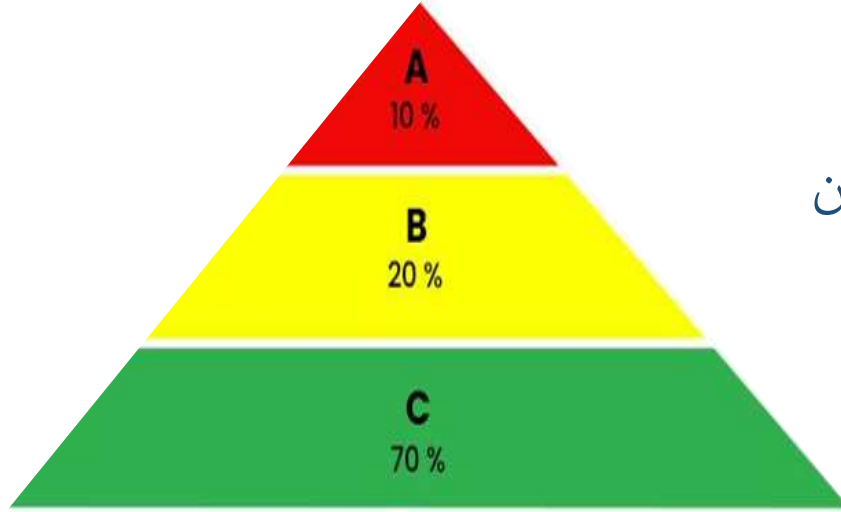
Classification of Suppliers



- ستتطلب كل مجموعة من مجموعات الموردين هذه إستراتيجيتها الإدارية، وسيتطلب كل منها استراتيجية مختلفة للتعامل.
- يجب أن تكتشف من الموردين الذين سيضيفون أكبر قيمة إلى عملك هؤلاء هم الموردون الذين يلعبون دورًا حاسمًا في نجاح الشركة.

مفهوم تقسيم الموردين

Classification of Suppliers



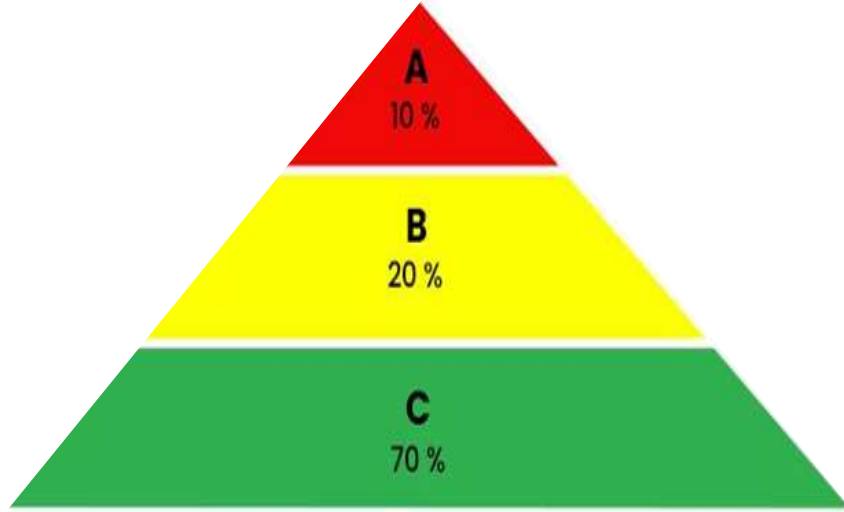
- عادة ما يكون هؤلاء هم البائعون الذين تنفق معهم أكبر قدر من المال، لكنهم قد يكونون أيضًا موردين ثانويين ولكن مهمين يساعدونك في توفير الابتكار.

مفهوم تقسيم الموردين

Classification of Suppliers

الموردون التكتيكيون:

- هم أولئك الذين تشتري منهم بشكل متكرر.
 - لديهم ميزانية محدودة.
 - هؤلاء هم الموردون الذين لديك خيارات أخرى لهم.
- أي مورد إضافي ليس بالغ الأهمية لعملية إدارة الموارد البشرية الخاصة بك فيتم وضعه في ثالث درجة.



تطوير علاقات الموردين وإدارة المخاطر

Developing Supplier Relationships and Managing Risks

يجب فحص ال SRM الخاص بك وتحديثه بانتظام أثناء تفاعلِكَ مع الموردين

الهدف هو:

- إبقاء التكاليف منخفضة.
- أن يكون الإبداع مرتفعًا.



تطوير علاقات الموردين وإدارة المخاطر

Developing Supplier Relationships and Managing Risks

قم بجدولة اجتماعات منتظمة مع مورديك للتركيز على:

- الجودة
- التسليم
- الأداء
- الخدمة



تطوير علاقات الموردين وإدارة المخاطر

Developing Supplier Relationships and Managing Risks

تعد مشاركة البيانات والوضوح بشأن أهداف شركتك في العمل مع مورديك جزءًا من تلك إستراتيجية الشركة يمكن استخدام علاقات الموردين في تحسين إدارة المخاطر من خلال:

- تحديد المخاطر في سلسلة التوريد.
- التخفيف من حدتها.
- هذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات.

تقييم الموردين حسب تقسيمهم

Evaluation of Suppliers according to their Classification



- لن تكون قادرًا على تحقيق أهدافك إذا لم تتبع أداء مورديك.
- قم بتقييم أداء المورد الأكثر أهمية لديك لمعرفة ما إذا كان يتوافق مع أهدافك.
- يستلزم ذلك تتبع المقاييس مع البائعين الاستراتيجيين والتكتيكيين.

تقييم الموردين حسب تقسيمهم

Evaluation of Suppliers according to their Classification

- موردي الدرجة الثالثة ليسوا بنفس أهمية الموردين الرئيسيين.
- يعد الامتثال والمراقبة الكاملة في الوقت المحدد جزءًا من أداء التتبع.
- التسليم، وابتكار المنتجات، ومدى مشاركتهم في تلبية احتياجات العملاء ليست سوى بعض من العمليات التي تحدد القيمة في علاقتك مع الموردين.

تقييم الموردين حسب تقسيمهم

Evaluation of Suppliers according to their Classification

بعض الاشياء التي يجب مراقبتها:

- أداء التسليم
- جودة الأداء
- أداء الخدمة
- أداء المسؤولية الاجتماعية للشركات
- إدارة المخاطر
- مهارات الابتكار.



shutterstock.com - 1339409468

برامج ال SRM SRM Software

يعد برنامج إدارة العلاقات مع الموردين SRM حلاً يساعد الشركات على:

- تبسيط اختيار الموردين وإعدادهم.
- تتبع وتقييم أداء الموردين.
- إدارة مستندات الموردين.
- وغيرها من العمليات المهمة المتعلقة بالموردين.



برامج ال SRM

SRM Software

تهدف هذه البرامج إلى:

- ضمان الشراء من موردين موثوقين.
- تحقيق رؤية شاملة لسير عمل تعاون الموردين.
- تحسين مرونة سلسلة التوريد.
- تعمل حلول SRM على إضفاء الطابع المركزي على البيانات المتعلقة بالموردين.

برامج ال SRM SRM Software

تهدف هذه البرامج إلى:

- تعمل على ال automation والتأهيل المسبق للموردين.
- دعم إدارة العقود والمشتريات.
- توفير بوابة الموردين لتسهيل الاتصال بهم.

حالة عملية Case Study

العميل:

- العميل هو أحد أكبر البنوك ومؤسسات الخدمات المالية في العالم.
- يعمل في أكثر من 80 دولة.
- يقدم خدمات مصرفية شخصية وخاصة وتجارية بالإضافة إلى الخدمات المصرفية للشركات والاستثمار.



حالة عملية Case Study

التحدي:



- كان التحدي الأكبر الذي يواجه البنك هو فهم ومعالجة المخاطر التي تنجم عن وجود سلسلة إمداد عالمية كبيرة.
- قام البنك باللازم من فصح تجاه الموردين عند إبرام العقد وكان لديه مدونة سلوك إلزامية للموردين.

حالة عملية Case Study

التحدي:

- ومع ذلك، لم يتم مراقبة الامتثال طوال فترة العقد ولم يكن هناك نهج مستهدف يتم بموجبه معالجة مخاطر محددة مع الموردين المناسبين.
- البنك واجه أيضًا توقعات وضغوط أكبر من العملاء والموظفين والمستثمرين والعملاء وأصحاب المصلحة الآخرين.



حالة عملية Case Study

الهدف:

- هو تقديم منصة مركزية لتقييم المخاطر والحد من المخاطر والإدارة المستمرة للموردين.
- أداء الخطوات اللازمة بعمق أكبر من مجرد مدونة قواعد السلوك.
- تنفيذ عملية مراجعة الموردين بكفاءة على نطاق واسع.

حالة عملية

Case Study

الحل:

- تحديث مدونة سلوك الموردين لضمان استمرار ملاءمتها ولتقديم متطلبات مستندات الإثبات عند الاقتضاء.
- تحميل استبيانات متعددة حسب الطلب في بوابة الموردين الخاصة ببرنامج استدامة سلسلة التوريد، ثم توزيعها تلقائيًا على الموردين المعنيين وفقًا للجغرافيا وفئة الخدمة.
- تقييم ردود الموردين مقابل معايير محددة مسبقًا باستخدام أدوات التقييم الآلي في بوابة المورد، مثل بطاقات الأداء لإنشاء درجات الأداء.

حالة عملية Case Study

الحل:

- إرسال خطة عمل لجميع الموردين ذوي المخاطر العالية، مع المواعيد النهائية المرتبطة بها لاستدامة سلسلة التوريد.
- تواصل الموردون والبنك بشكل مباشر حول هذه الإجراءات حتى وصلت المخاطر إلى نتيجة مرضية والتوقيع عليها.

حالة عملية Case Study

النتائج:

- يوفر البرنامج حل برمجي لاستدامة لسلسلة.
- نظامًا مركزيًا لمراجعة الموردين الجدد والحاليين.
- إدارة امتثال الموردين بشكل مستمر.
- توفر أدوات التحليل إشعارًا فوريًا عبر البريد الإلكتروني بعدم الامتثال مما يمكن البنك من التعامل مع الاستثناءات.



شكراً لكم