

استراتيجية إدارة المشتريات
Purchasing Management Strategy



أجندة الدورة التدريبية

Course Agenda

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- تعريف استراتيجية الشراء
- ما هو التوقيت المناسب للشراء؟
- العلاقة بين السعر وقرار الشراء
- طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار
- تعريف عملية التفاوض
- Definition of purchasing strategy
- What is the right time to buy?
- The relationship between price and purchasing decision
- Ways to protect against price changes
- Definition of the negotiation process

أجندة الدورة التدريبية

Course Agenda

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- Determine negotiation objectives and alternatives
 - Determine negotiating strategies
 - Steps to develop the Purchasing department to work with the electronic system
 - Methods of receiving materials
 - Different payment methods
- تحديد أهداف التفاوض وبدائلها
 - تحديد الاستراتيجيات التفاوضية
 - خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني
 - طرق استلام الخامات
 - طرق السداد المختلفة

أهداف الكورس

Course Objectives

- معرفة التوقيت المناسب للشراء
- مراحل التفاوض مع الموردين
- تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة
- Knowing the appropriate time to buy
- Negotiation Stages with the Suppliers
- The impact of the electronic planning system on the company's departments
- Knowing the methods of receiving raw materials
- Knowing the different payment methods for suppliers
- معرفة طرق استلام الخامات
- معرفة طرق السداد المختلفة للموردين



المحاضرة الأولى

Lecture 1

ما هي استراتيجية الشراء؟ What Is The Purchasing Strategy Definition?



ما هي استراتيجية الشراء؟

What Is The Purchasing Strategy Definition?

تشير استراتيجية الشراء إلى الخطة الشاملة والنهج الذي تتبناه المنظمة للحصول على السلع والخدمات والموارد اللازمة لعملياتها.

ويتضمن تصميم إطار لاتخاذ قرارات الشراء واختيار الموردين والتفاوض على العقود وإدارة عملية الشراء.

تهدف استراتيجية الشراء إلى تحسين أنشطة المشتريات في المنظمة لتحقيق أفضل قيمة مقابل المال، وتقليل التكاليف، وضمان توافر سلع وخدمات عالية الجودة.

وهو يأخذ في الاعتبار عوامل مختلفة مثل أهداف المنظمة، وقيود الميزانية، وظروف السوق، والعلاقات مع الموردين، وإدارة المخاطر.

تعريف استراتيجية الشراء

Purchasing Strategy Definition

تتضمن استراتيجية الشراء المحددة جيداً عادة العناصر التالية:
الأهداف:

أهداف وغايات محددة بوضوح تتوافق مع الأهداف العامة للمنظمة، مثل خفض التكاليف،
أو تحسين الجودة، أو تنويع الموردين، أو الاستدامة.

اختيار الموردين:

وضع معايير وعمليات لتحديد وتقييم الموردين المحتملين بناءً على عوامل مثل السعر والجودة والموثوقية
وقدرات التسليم والاستقرار المالي والمعايير الأخلاقية.

تعريف استراتيجية الشراء

Purchasing Strategy Definition

تتضمن استراتيجية الشراء المحددة جيدًا عادة العناصر التالية:
التفاوض والتعاقد:

تطوير استراتيجيات وتقنيات التفاوض لتأمين الشروط والأحكام المواتية، بما في ذلك التسعير وشروط الدفع والضمانات ومستويات الخدمة ومقاييس الأداء. وقد يشمل ذلك عقودًا طويلة الأجل أو شركات استراتيجية مع الموردين الرئيسيين.
إدارة علاقات الموردين:

الحفاظ على علاقات إيجابية مع الموردين لتعزيز التعاون والتواصل المفتوح والثقة المتبادلة. ويشمل ذلك تقييمات الأداء المنتظمة وآليات التغذية الراجعة ومبادرات التحسين المشتركة.

تعريف استراتيجية الشراء

Purchasing Strategy Definition

تتضمن استراتيجية الشراء المحددة جيدًا عادة العناصر التالية:
إدارة المخاطر:

تحديد وتخفيف المخاطر المرتبطة بعملية الشراء، مثل اضطرابات سلسلة التوريد، أو تقلب الأسعار، أو مشكلات الجودة، أو الامتثال التنظيمي. وقد يشمل ذلك تطوير خطط الطوارئ، أو تنويع الموردين، أو تنفيذ أدوات تقييم المخاطر.

التكنولوجيا والأنظمة:

الاستفادة من التكنولوجيا والأنظمة المناسبة، مثل منصات المشتريات الإلكترونية، أو قواعد بيانات الموردين، أو أدوات تحليل الإنفاق، لتبسيط عمليات الشراء وأتمتتها، وتعزيز الشفافية، وتحسين عملية صنع القرار المستندة إلى البيانات.

تعريف استراتيجية الشراء

Purchasing Strategy Definition

تتضمن استراتيجية الشراء المحددة جيدًا عادة العناصر التالية:
التحسين المستمر:

إرساء ثقافة التحسين المستمر من خلال مراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية، وإجراء المراجعات والتحليلات الدورية، وتنفيذ الإجراءات التصحيحية لتحسين ممارسات الشراء وزيادة الكفاءة.
من المهم ملاحظة أن استراتيجية الشراء المحددة ستختلف اعتمادًا على طبيعة المنظمة وصناعتها وأولوياتها الاستراتيجية.

استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy



استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy

1. دور ونطاق مسؤولية قسم المشتريات Role and Scope of Purchasing Responsibility
- يتم فيه تحديد جميع بنود المشروع مع دراسة الكميات لكل بند ويتم فيه ذكر تاريخ البداية والنهاية لكل بند طبقا للجدول الزمني للمشروع المرسل من قسم التخطيط والمتابعة.



استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy

2. اختيار و تطوير شبكة الموردين Selection And Development Of Supplier Network

يتم تحديد واختيار المورد بناءً على عدة عوامل أهمها جودة الخدمة المقدمة وسرعة توصيل الخدمة وتكلفة الخدمة ومقدرة المورد الفنية وسابقة أعمال الشركة وخدمة ما بعد البيع ويجب أيضًا العمل على تطوير شبكة الموردين لدى الشركة للحصول على أفضل الأسعار وأفضل جودة للخامات.



استراتيجية إجراءات الشراء Purchasing Process Strategy

3. تخطيط ومتابعة المواد المستلمة ومتابعة المخزون Planning And Managing Deliveries And Stock

يتم فيه متابعة كل المواد المستلمة من الموردين والتخطيط مستقبلياً
للكميات المطلوبة ومتابعة المخازن من جميع المواد لعمل طلبات الشراء
قبل نفاذ المواد.



استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy

4. العلاقات التعاقدية والالتزامات القانونية

Contractual Relationships and legal Obligations



حتى يتم تنفيذ طلب الشراء من قبل المورد يجب أن يوجد بين المورد والمشتري صيغة تعاقدية وهي أمر التوريد ويكون مذكور فيها جميع البنود التعاقدية من وصف دقيق للبند وطريقة الدفع وموعد استلام كمية أمر التوريد.

استراتيجية إجراءات الشراء Purchasing Process Strategy

5. الجوانب المالية للشراء Financial Aspects of Purchasing

العمليات المالية وطريقة السداد من أهم استراتيجيات أمر التوريد وتنفيذ طلب الشراء حيث يتم الاتفاق بين المورد والمشتري على طريقة السداد المناسبة للطرفين سواء نقدي أو دفعة مقدمة أو آجل.



استراتيجية إجراءات الشراء Purchasing Process Strategy



6. مراقبة الجودة وإدارة عمليات التسليم Quality Control and Management of Deliveries

يتم استلام الخامات وفحصها من قبل قسم الجودة بالمشروع
وقسم المخازن وذلك طبقًا لمواصفات المشروع وأمر التوريد المتفق عليه.

استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy

7. تحديد وإدارة مخاطر الشراء

Identifying And Managing Purchasing Risks

يجب على إدارة المشتريات الأخذ في الاعتبار جميع المخاطر التي قد تحدث قبل عملية الشراء أو قبل بداية المشروع من تقلبات السوق، سواء كانت تغيرات في الأسعار أو نقص هذه الخامة من السوق ولذلك تعد إدارة المخاطر من أهم استراتيجيات إجراءات الشراء.



استراتيجية إجراءات الشراء

Purchasing Process Strategy

8. إدارة المشتريات والتنظيم والهيكل
Management, Organization and Structure Purchasing

حافظ دائمًا على علاقتك مع المورد واجعله شريك دائم
في العمل على أن تكون العلاقة قائمة على الوضوح والأمانة،
واجعل نفسك دائمًا على تواصل مع جميع الموردين حتى
تتمكن من توطيد العلاقة.



استراتيجية إجراءات الشراء Purchasing Process Strategy

9. دعم التكنولوجيا لقسم المشتريات

Information And Technology Purchasing Support



تساعد التكنولوجيا قسم المشتريات في تجميع أكبر كمية من المعلومات والبيانات للموردين وتساهم بشكل أساسي في التواصل مع موردين خارج حدود الدولة وفي حالة وجود نظام مشتريات قوي لمتابعة أوامر التوريد الصادرة وكمية الخامات في المخزن تسهل على الجميع الوصول للمعلومات بسهولة.

ما هو التوقيت المناسب للشراء؟
What Is The Right Time To Buy?



التوقيت المناسب للشراء

The Right Time To Buy

التوقيت المناسب للشراء يختلف بين المجالات المختلفة ويتأثر بعوامل عدة. ومع ذلك، يمكن توجيه بعض النصائح العامة للتوقيت المناسب للشراء في المجالات العامة ومجال المقاولات بشكل خاص.

إليك بعض النصائح:

1. البحث والتخطيط:

قبل الشراء، يجب أن تقوم بإجراء البحث اللازم والتخطيط. قم بتحليل السوق ودراسة العروض المتاحة والموردين المحتملين. يمكنك مراجعة الأسعار والجودة والمزايا المختلفة للموردين لاتخاذ قرار مستنير.

التوقيت المناسب للشراء

The Right Time To Buy

2. **الطلبات الجماعية:** في بعض الحالات، يمكنك الاستفادة من التوقيت المناسب للشراء من خلال الطلبات الجماعية. قد يكون لديك فرصة للشراء بكميات أكبر بأسعار أقل عندما تقوم بالشراء مع مجموعة أخرى من الأفراد أو الشركات.

3. **العروض والتخفيضات:** قد يكون هناك توقيت ملائم للشراء عندما تكون هناك عروض أو تخفيضات خاصة. يمكن أن تكون هناك فترات موسمية أو عطلات أو تخفيضات نهاية الفصل تتيح لك الحصول على صفقات مميزة.

4. **توجيهات السوق:** يجب أن تتابع توجهات السوق والتغيرات في الطلب والعرض. قد يكون من المفيد الشراء عندما يكون الطلب منخفضًا والمنافسة ضعيفة، مما يمنحك قوة التفاوض وفرصة للحصول على أفضل عروض الأسعار.

التوقيت المناسب للشراء

The Right Time To Buy

في مجال المقاولات، يمكن أن تكون هناك بعض النصائح الإضافية
للتوقيت المناسب للشراء:

1. الخطط المشروعية: يجب أن تقوم بتحديد الاحتياجات المحددة للمشروع والجدول الزمني المتوقع. قم بتحديد المواد والمعدات التي ستحتاج إليها في مراحل محددة من المشروع وحاول تنسيق عملية الشراء وتوصيلها بشكل يتناسب مع الجدول الزمني.



التوقيت المناسب للشراء The Right Time To Buy

في مجال المقاولات، يمكن أن تكون هناك بعض النصائح الإضافية
للتوقيت المناسب للشراء:

2. موسمية العرض والطلب:

يمكن أن يكون هناك توقيت ملائم للشراء عندما تكون الطلبات
في ذروتها أو منخفضة. قد يؤدي الشراء في أوقات طلب منخفض
إلى انخفاض الأسعار، في حين أن الشراء في أوقات فترات طلب عالية
قد يؤدي إلى صعوبة في الحصول على المواد المطلوبة.



التوقيت المناسب للشراء

The Right Time To Buy

3. تخطيط الاحتياجات:

يجب أن تقوم بتخطيط الاحتياجات المستقبلية المتعلقة بالمشروعات المقبلة. بناءً على خطط المشروع، قم بتحديد المواد والمعدات التي ستحتاج إليها في المشروعات المقبلة وقم بالشراء في وقت مبكر لضمان توفرها في الوقت المناسب.

4. عند الشراء من الموردين:

قد يكون هناك توقيت ملائم للشراء عند العمل مع الموردين. قم ببناء علاقات قوية مع الموردين الموثوق بهم وتواصل معهم بشكل منتظم لمعرفة التخفيضات أو العروض الخاصة التي يمكن أن يقدموها.

التوقيت المناسب للشراء The Right Time To Buy

تذكر أن التوقيت المثالي للشراء قد يختلف وفقًا للظروف الفردية لكل مشروع أو مجال، ويمكن أن يتأثر بالعديد من العوامل المحلية والعالمية المؤثرة. لذا، يجب أن تقوم بتقييم الظروف الحالية واحتياجاتك الفردية لتحديد التوقيت المثالي للشراء في مجالك المحدد.



ما هي الرقابة وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات؟ What Is Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management?

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management



الرقابة والقياس لأداء إدارة المشتريات هما جزأين أساسيين من عملية تحسين أداء وكفاءة العمليات التجارية.

من خلال إجراء الرقابة والقياس الفعالين، يمكن لإدارة المشتريات تقييم أدائها الحالي وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحقيق أهدافها.

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

الجوانب المهمة للرقابة والقياس في إدارة المشتريات:

1. تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) :
يجب تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية التي تعكس أهداف إدارة المشتريات وتساهم في تحقيق النتائج المرجوة.
يمكن أن تشمل هذه المؤشرات مثل تكلفة المشتريات، وجودة الموردين، وتوقيت التسليم، ومستوى رضا العملاء الداخليين.



2. جمع البيانات والمعلومات:
يجب جمع البيانات ذات الصلة بأداء المشتريات، مثل فواتير الموردين، وتقارير الأداء، وتقييمات الجودة، وأوامر الشراء.
يمكن استخدام أنظمة المعلومات والتقنيات المناسبة لتسهيل جمع وتحليل هذه البيانات.



ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

الجوانب المهمة للرقابة والقياس في إدارة المشتريات:

3. تحليل الأداء:

يجب تحليل البيانات المجمعة لتقييم أداء إدارة المشتريات وتحليل الانحرافات عن المستويات المستهدفة. يمكن استخدام تقنيات التحليل المختلفة، مثل تحليل الاتجاهات الزمنية، وتحليل الفجوات، وتحليل المقارنة بين الأقسام الداخلية أو مع المعايير الصناعية.

4. تقييم الموردين:

يجب تقييم أداء الموردين بناءً على معايير محددة، مثل جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة، والتسليم في الوقت المحدد، والاستجابة للمشاكل والشكاوى. يمكن استخدام آليات التقييم المنتظمة والاستبانات لجمع آراء العملاء الداخليين حول أداء الموردين.

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

5. تحسين العمليات:

يجب استخدام نتائج التحليل والتقييم لتحديد فرص التحسين في إدارة المشتريات. يمكن اتخاذ إجراءات لتحسين تدفق العمل، وتبسيط العمليات، وتحسين تواصل الموردين، وتطوير استراتيجيات التفاوض وإدارة العقود.

6. التعلم والتطوير:

يجب أن تعتمد إدارة المشتريات على دورة مستمرة من التعلم والتطوير. يمكن استخدام الخبرات والتحليلات السابقة لتحديد الأولويات وتحسين الممارسات وتطوير مهارات فريق العمل في إدارة المشتريات.





ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

- عملية الرقابة والقياس في إدارة المشتريات تهدف إلى تحقيق عدة فوائد، مثل تقليل التكاليف، وتحسين جودة المنتجات والخدمات، وتعزيز التعاون مع الموردين، وتعزيز رضا العملاء الداخليين.
- من خلال تطبيق هذه العمليات بشكل منتظم، يمكن لإدارة المشتريات تحقيق تحسينات مستمرة في أدائها وتحقيق النتائج المرجوة.



ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

متابعة أداء إدارة المشتريات هي عملية مستمرة تهدف إلى قياس وتحليل أداء العمليات والنتائج المرتبطة بوظائف المشتريات.

إليك بعض الخطوات الأساسية التي يمكن اتخاذها لمتابعة أداء إدارة المشتريات:

1. تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء:

قم بتحديد مجموعة من المؤشرات الرئيسية للأداء (KPIs) التي تهدف إلى قياس أداء إدارة المشتريات. يمكن أن تشمل هذه المؤشرات: تكلفة المشتريات الإجمالية، ومتوسط وقت التسليم، ونسبة العيوب في المنتجات أو الخدمات المشتراة، ومدى رضا العملاء الداخليين.

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

2. جمع البيانات:

قم بجمع البيانات ذات الصلة بأداء المشتريات، مثل فواتير الموردين، وتقارير الأداء، وتقييمات الجودة، وأوامر الشراء. يمكنك استخدام نظام متكامل لإدارة المشتريات لجمع وتنظيم هذه البيانات بشكل فعال.

3. تحليل البيانات:

قم بتحليل البيانات المجمعة لفهم أداء إدارة المشتريات وتحديد الانحرافات والمشاكل الحالية. استخدم تقنيات التحليل المناسبة لتحليل البيانات، مثل تحليل الاتجاهات الزمنية، وتحليل الفجوات، وتحليل المقارنة بين الأهداف المحددة.





ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

4. تقديم التقارير:

قم بإعداد تقارير منتظمة وشاملة توضح أداء إدارة المشتريات على أساس المؤشرات الرئيسية التي تم تحديدها. يجب أن تكون التقارير سهلة الفهم وتقدم معلومات مفصلة عن النتائج والانحرافات عن الأهداف

5. التحسين المستمر:

استخدم نتائج التحليل والتقارير لتحديد فرص التحسين في إدارة المشتريات. قم بتحديد المشاكل الحالية وتطوير خطط عمل لتحسين العمليات والنتائج. يجب أن تكون هذه الخطط قابلة للتنفيذ وتتضمن إجراءات محددة ومسؤوليات وجداول زمنية.

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

6. التواصل والتعاون:

قم بتوجيه تقارير الأداء إلى فريق إدارة المشتريات والأطراف المعنية الأخرى، مثل إدارة الشركة والموردين. قم بمناقشة النتائج والتوصيات وضمن متابعة أداء إدارة المشتريات يتطلب التحلي بالمرونة والتكيف مع تغيرات السوق والظروف الخارجية.

7. إجراء مراجعات دورية:

قم بإجراء مراجعات دورية لأداء إدارة المشتريات. يمكن أن تشمل هذه المراجعات اجتماعات مع فريق المشتريات لمناقشة التحديات والفرص وتحديد الإجراءات العاجلة التي يجب اتخاذها.



ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

8. استشراف الاتجاهات المستقبلية:

قم بمراقبة الاتجاهات الصناعية والتغيرات في سوق المشتريات. توقع التطورات المحتملة وتأثيرها على عمليات المشتريات الحالية وتخطيط للتكيف بها.

9. تواصل مع الموردين:

قم بإقامة علاقات قوية مع الموردين وتواصل بانتظام معهم لمتابعة الأداء وحل المشاكل المحتملة. قد تحتاج إلى تقييم الموردين الحاليين واستكشاف خيارات جديدة لتحسين الشراكات التجارية.



ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

Control, Measurement And Follow-up Of Performance For Purchasing Management

10. الاستفادة من التكنولوجيا:

قم باستخدام أنظمة المعلومات والتكنولوجيا المتاحة لتحسين عملية متابعة أداء إدارة المشتريات. يمكن استخدام أنظمة إدارة علاقات الموردين (SRM)، وأنظمة تخطيط موارد المؤسسات (ERP) والتحليلات البيانية لتسهيل جمع البيانات وتحليلها وإعداد التقارير بشكل مباشر وفعال.



- إن متابعة أداء إدارة المشتريات هي عملية مستمرة ومتعددة الأبعاد. يجب أن تكون مرنة وقادرة على التكيف مع التغيرات في السوق واحتياجات الشركة. من خلال رصد الأداء بشكل منتظم واتخاذ إجراءات تحسين مستمرة، يمكن تحقيق تحسينات مستدامة في إدارة المشتريات وتحقيق النتائج المرجوة.

ما هي أهمية تحديد السعر المناسب للشراء؟
What Is The Importance Of Determining
The Appropriate Purchase Price?

أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

The Importance Of Determining The Appropriate Purchase Price

تحديد السعر المناسب للشراء ذو أهمية كبيرة لعدة أسباب:

1. تحقيق التوفير المالي:

عندما يتم تحديد سعر الشراء بشكل صحيح ومناسب، يمكن للمنظمة تحقيق توفير مالي كبير. فإذا تم شراء المواد أو الخدمات بأسعار معقولة ومنافسة، يتم تقليل التكاليف العامة للشركة، وبالتالي يتم تحسين هامش الربح وزيادة القدرة التنافسية.



أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

The Importance Of Determining The Appropriate Purchase Price

تحديد السعر المناسب للشراء ذو أهمية كبيرة لعدة أسباب:

2. تحفيز الجودة والقيمة:

عند تحديد السعر المناسب، يمكن للشركة الحصول على المنتجات أو الخدمات ذات الجودة العالية بالقيمة المناسبة. فإذا تم دفع سعر مبالغ فيه، قد يؤدي ذلك إلى شراء منتجات أو خدمات لا تلي الاحتياجات المطلوبة، بينما إذا تم دفع سعر أقل جدًا، فقد يكون هناك تأثير سلبي على جودة المنتج أو الخدمة المقدمة.



أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

The Importance Of Determining The Appropriate Purchase Price

تحديد السعر المناسب للشراء ذو أهمية كبيرة لعدة أسباب:

3. بناء علاقات مستدامة مع الموردين:

تحديد السعر المناسب يساهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع الموردين. عندما يتم التفاوض على سعر معقول ومنصف، فإن ذلك يعزز التعاون المستقبلي مع الموردين ويؤدي إلى الحصول على شروط أفضل، مثل تسليم أسرع وتخفيضات إضافية.

4. تحقيق الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:

تحديد السعر المناسب يمكن أن يساهم في تحقيق الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركة. عندما يتم الشراء بأسعار معقولة ومنصفة، يمكن للشركة تجنب استغلال العمالة أو البيئة وتدعيم الممارسات الأخلاقية في سلسلة التوريد.



أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

The Importance Of Determining The Appropriate Purchase Price

تحديد السعر المناسب للشراء ذو أهمية كبيرة لعدة أسباب:

5. تقليل المخاطر:

تحديد السعر المناسب يساهم في تقليل المخاطر المتعلقة بعملية الشراء. فإذا تم دفع سعر مفرط، فإن هناك خطر فقدان رأس المال أو عدم قدرة الشركة على تحقيق العائد المرجو. وعلى الجانب الآخر، إذا تم دفع سعر منخفض جدًا، فقد يكون هناك خطر في تأثير سلبي على جودة المنتج أو الخدمة المشتراة.



أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

The Importance Of Determining The Appropriate Purchase Price

- بشكل عام، تحديد السعر المناسب للشراء يساهم في تحقيق التوازن بين الجودة والتكلفة والقيمة، ويساعد على تحقيق أهداف الشركة وزيادة ربحيتها. من المهم أن يتم إجراء دراسات السوق والمقارنة بين الموردين المختلفين وتقييم العروض المتاحة قبل اتخاذ قرار الشراء. كما ينبغي أيضًا أن يتم مراعاة عوامل أخرى مثل جودة المنتج أو الخدمة، ومصدقية المورد، والتسليم في الوقت المحدد.
- يجب أن يتم تحديد السعر المناسب بناءً على عدة عوامل، بما في ذلك تكلفة المواد الخام، وتكاليف الإنتاج، وتكاليف النقل والشحن، وتكاليف العمل، وتكاليف الإدارة، إلى جانب تحقيق الربح العادل للشركة.
- في النهاية، يمكن القول إن تحديد السعر المناسب للشراء يعتبر استراتيجية أساسية للشركات لتحقيق النجاح والاستدامة في سوق التنافسية الحالي.



ما هي العلاقة بين السعر وقرار الشراء؟ What Is The Relationship Between Price And Purchasing Decision?

العلاقة بين السعر وقرار الشراء

The Relationship Between Price And Purchasing Decision

العلاقة بين السعر وقرار الشراء هي عنصر مهم في عملية اتخاذ القرارات الشرائية. عادة ما يكون السعر أحد العوامل الرئيسية التي يأخذ في الاعتبارها المستهلكون عندما يقررون شراء منتج أو خدمة.

عمومًا، يمكن أن تكون العلاقة بين السعر وقرار الشراء عكسية بشكل عام، أي أن زيادة السعر قد يقلل من احتمالية الشراء، بينما انخفاض السعر قد يزيد من احتمالية الشراء. ومع ذلك، يجب مراعاة العديد من العوامل الأخرى التي قد تؤثر على قرار الشراء، مثل الجودة، والحاجة، والتوافر، والتسويق، والعلامة التجارية، والمنافسة، والعوامل الاجتماعية والثقافية.

العلاقة بين السعر وقرار الشراء

The Relationship Between Price And Purchasing Decision

قد يكون لدى المستهلكين حساسية مختلفة تجاه السعر، حيث يمكن أن يكون السعر العالي مقبولا إذا كان المنتج أو الخدمة فريدة ومتفوقة في الجودة. على العكس من ذلك، يمكن أن يكون السعر المنخفض جذابا للمستهلكين الذين يبحثون عن قيمة مالية ممتازة.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤثر عوامل أخرى مثل الترويجات والخصومات والعروض الخاصة على قرار الشراء بشكل كبير. قد يقرر المستهلك شراء منتج بسعر أعلى إذا كانت هناك ترويجات مثيرة للاهتمام أو إذا كان هناك قيمة إضافية مثل الهدايا المجانية أو الضمانات الطويلة.

في النهاية، يجب على المستهلكين توازن المعايير المختلفة والعوامل المؤثرة لاتخاذ قرار الشراء، بما في ذلك السعر، والجودة، والقيمة المضافة، والاحتياجات الشخصية، والميزات الفريدة للمنتج أو الخدمة المقدمة.



ما هي طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار ؟
What are the ways to protect against price changes?

طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار

The Ways To Protect Against Price Changes

هناك عدة طرق يمكن استخدامها للحماية ضد تغيرات الأسعار. إليك بعض الطرق الشائعة:

1. التعاقد المسبق:

يمكن للأفراد والشركات التعاقد مسبقًا على الأسعار لفترة زمنية محددة. يتم تحديد السعر وتأمينه في العقد، مما يحميهم من أي تغيرات في الأسعار خلال تلك الفترة.

2. الاستخدام المناسب للعقود الآجلة:

يمكن للمتداولين في السلع أو العملات تداول العقود الآجلة، والتي تتيح لهم شراء أو بيع سلعة محددة بسعر محدد في وقت مستقبلي محدد. هذا يوفر حماية ضد تقلبات الأسعار.

طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار

The Ways To Protect Against Price Changes

3. التنويع:

عندما يكون لديك استثمارات متنوعة في مجموعة مختلفة من الأصول، فإن ذلك يمكن أن يقلل من تعرضك لتغيرات الأسعار في سلعة أو سوق محددة. فإذا تأثرت إحدى الاستثمارات بتغيرات الأسعار، فقد يتم تعويضها بأداء إيجابي في استثمار آخر.



4. استخدام الحواجز التجارية:

يمكن للحكومات والشركات استخدام الحواجز التجارية مثل الرسوم الجمركية والقيود التجارية للحماية من تأثير تغيرات الأسعار العالمية.

طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار

The Ways To Protect Against Price Changes

5. التأمين:

في بعض الحالات، يمكن للشركات والأفراد الاستفادة من وجود تأمين على الأسعار. يتم دفع مبلغ محدد كتأمين مقابل التغيرات المحتملة في الأسعار، وفي حالة حدوث تغيرات، يتم تعويض الفارق.

تجدر الإشارة إلى أنه يجب على الأفراد والشركات استشارة خبراء ماليين أو استشاريين قانونيين لتحديد الطرق المناسبة لحماية أنفسهم ضد تغيرات الأسعار، بناءً على ظروفهم الخاصة والقوانين المعمول بها في بلدهم.



المحاضرة الثانية

Lecture 2

ما هو تعريف عملية التفاوض؟

What Is The Definition Of The Negotiation Process?

تعريف عملية التفاوض

The Definition Of The Negotiation Process

عملية التفاوض:

هي عملية تفاعلية تتضمن التواصل والتفاهم بين الأطراف المختلفة لتحقيق اتفاق مشترك. تهدف عملية التفاوض إلى التوصل إلى حل مقبول لجميع الأطراف المشاركة فيها، من خلال المناقشة والتبادل والتوافق على القرارات المشتركة. تتضمن عملية التفاوض تحديد الأهداف والمصالح والمطالب الخاصة بكل طرف، واستكشاف الخيارات المتاحة وتقديم الاقتراحات والتنازلات. يتطلب التفاوض مهارات الاستماع الفعال والتواصل الجيد والقدرة على التفكير الإبداعي والحلول المرنة. تتنوع مجالات التفاوض وتطبيقاتها، مثل التفاوض في العلاقات الدولية والأعمال التجارية والعقود والعلاقات الشخصية والمجتمعية.



ما هي طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض؟ What Are The Ways To Analyze Prices Before Negotiating?

طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض

The Ways To Analyze Prices Before Negotiating

قبل التفاوض بين البائع والمشتري، يمكن استخدام عدة طرق لتحليل الأسعار. إليك بعض الطرق الشائعة:

1. تحليل السوق:

يتضمن دراسة سوق المنتجات أو الخدمات المعنية وتحليل العرض والطلب. يمكن النظر في أسعار المنافسين ومدى تنافسية السوق، وكذلك تقدير الاحتياجات والاستهلاك المتوقع للمشتريين.

2. تحليل التكلفة:

يتضمن تقدير تكاليف إنتاج أو تقديم المنتج أو الخدمة. يشمل ذلك تقدير تكاليف المواد الخام والعمالة والمعدات والنقل والتشغيل والمصروفات العامة. يمكن أيضًا احتساب التكاليف غير المباشرة مثل التسويق والإدارة.



طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض

The Ways To Analyze Prices Before Negotiating

قبل التفاوض بين البائع والمشتري، يمكن استخدام عدة طرق لتحليل الأسعار. إليك بعض الطرق الشائعة:

3. تحليل القيمة:

يركز على تقييم القيمة المضافة التي يوفرها المنتج أو الخدمة للمشتري. يمكن استخدام تحليل القيمة لتحديد المزايا التنافسية والفوائد الإضافية التي يمكن أن تبرر سعرًا أعلى أو تعزز قدرة المشتري على التفاوض.

4. تحليل العروض والتسعير المقترح:

يشمل دراسة عروض البائعين المحتملين وتحليل التسعير المقترح من كل طرف. يمكن مقارنة العروض وتقييم الفروق في الأسعار والشروط المقدمة.



طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض

The Ways To Analyze Prices Before Negotiating

قبل التفاوض بين البائع والمشتري، يمكن استخدام عدة طرق لتحليل الأسعار. إليك بعض الطرق الشائعة:

5. تحليل العوامل الاقتصادية والسياسية:

يتطلب التحليل الشامل للعوامل الاقتصادية والسياسية التي قد تؤثر على أسعار المنتجات أو الخدمات. يشمل ذلك تقييم التضخم وسعر الصرف وسياسات الحكومة والتطورات الاقتصادية العامة.

6. تحليل التفاوض السابق:

يمكن دراسة تفاصيل عمليات التفاوض السابقة بين الأطراف لفهم الأساليب المستخدمة والشروط التي تم التوصل إليها. يمكن الاستفادة من الخبرات السابقة لتوجيه عملية التفاوض الحالية.



طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض

The Ways To Analyze Prices Before Negotiating

إن تحليل الأسعار قبل التفاوض يساعد البائع والمشتري على فهم الأساس المالي والاقتصادي للصفقة ويمكنهما استخدام هذه المعلومات كنقطة إنطلاق لمناقشة وتفاوض شروط العقد.





من هم أطراف التفاوض؟ Who Are The Negotiating Parties?

أطراف التفاوض

The Negotiating Parties

عملية الشراء تنطوي عادة على وجود عدة أطراف مشتركة في التفاوض.

هناك ثلاثة أطراف رئيسية يمكن أن تكون متورطة في عملية الشراء:

1. المشتري:

هذه هي الشخصية أو الجهة التي تقوم بشراء المنتج أو الخدمة. المشتري

يبحث عن المنتج أو الخدمة التي يحتاجها ويعقد صفقة الشراء.



أطراف التفاوض

The Negotiating Parties

2. البائع:

يمثل البائع الجهة التي تقدم المنتج أو الخدمة للمشتري. يكون البائع عادة جهة تجارية أو شركة تسعى لبيع منتجاتها أو تقديم خدماتها.

3. وسيط/وكيل:

في بعض الحالات، يمكن أن يكون هناك وسيط أو وكيل يعمل كوسيط بين المشتري والبائع. يهدف الوسيط إلى تيسير التفاوض والتواصل بين الجانبين وضمان تحقيق صفقة ناجحة.



أطراف التفاوض

The Negotiating Parties

هذه الأطراف الثلاثة تتفاوض على شروط العقد والتمن وأي شروط أخرى ذات صلة بعملية الشراء. يتم تحديد حقوق والتزامات كل طرف في اتفاقية الشراء، وعادة ما تتم عملية التفاوض بشكل متكرر بين هذه الأطراف حتى يتم التوصل إلى اتفاق نهائي يرضي جميع الأطراف.

ما هي مراحل التفاوض الفعلي؟
What Are The Stages Of Actual Negotiation?

مراحل التفاوض الفعلي

The Stages Of Actual Negotiation

مراحل التفاوض الفعلية في عملية الشراء تتباين حسب نوع المنتج أو الخدمة والظروف الخاصة بكل صفقة، ولكن هناك عادة خمس مراحل رئيسية في عملية التفاوض. هذه المراحل هي:

1. التحضير والإعداد:

في هذه المرحلة، يقوم المشتري بتحديد احتياجاته ومتطلباته بالتفصيل ويقوم بإعداد استراتيجية التفاوض. يتضمن ذلك تحديد الحد الأقصى للسعر المقبول والشروط والمواصفات المطلوبة.



مراحل التفاوض الفعلي

The Stages Of Actual Negotiation

2. التبادل الأولي للمعلومات:

يتم في هذه المرحلة تبادل المعلومات الأولية بين المشتري والبائع.
يتم مناقشة العروض الأولية والمواصفات والشروط المقترحة.

3. التفاوض على الشروط:

يتم في هذه المرحلة التفاوض على الشروط التجارية والقانونية المحددة للصفقة، مثل السعر والكمية والتسليم والضمانات وشروط الدفع وغيرها. تتضمن هذه المرحلة العروض والمناقشات وقد تستغرق وقتًا طويلاً حتى يتم التوصل إلى اتفاق مرضٍ.



مراحل التفاوض الفعلي

The Stages Of Actual Negotiation

4. الاتفاق والتوقيع:

بعد التوصل إلى اتفاق نهائي بين الأطراف، يتم إعداد عقد الشراء النهائي ويتم التوقيع عليه من قبل المشتري والبائع. يتم في هذه المرحلة تأكيد التزام الأطراف بالشروط المتفق عليها.

5. متابعة وتنفيذ الصفقة:

بعد التوقيع على العقد، تبدأ مرحلة تنفيذ الصفقة ومتابعتها. يتضمن ذلك ترتيبات الشحن والتسليم، وإجراءات الدفع المتفق عليها، وضمان الجودة، وحل أي نزاعات أو تحديات تنشأ خلال عملية التنفيذ.

تجدر الإشارة إلى أن هذه المراحل هي تقسيم تقريبي وقد يختلف ترتيبها أو يتم تضمين خطوات إضافية وفقاً للحالة الفردية والصفقة المحددة.



ما هي أهداف التفاوض؟
What Is The Contract Negotiation Objectives?

أهداف التفاوض

Contract Negotiation Objectives

من وجهة نظر المشتري، أهداف التفاوض على العقود تشمل:

1. الحصول على أفضل قيمة: يهدف المشتري إلى الحصول

على عقد يوفر له أفضل قيمة مقابل المال الذي ينفقه. قد تشمل

ذلك الحصول على سعر مناسب وشروط ملائمة بما يتناسب

مع احتياجاته ومتطلباته.

2. ضمان جودة وكفاءة المنتج أو الخدمة: يسعى المشتري للتأكد

من جودة المنتج أو الخدمة التي يقوم بشرائها، بما يتضمن

المواصفات المطلوبة والمعايير الفنية والضمانات اللازمة.



أهداف التفاوض

Contract Negotiation Objectives

من وجهة نظر المشتري، أهداف التفاوض على العقود تشمل:

3. الحماية من المخاطر والمشاكل: يهدف المشتري إلى تحسين موقفه وتقليل المخاطر المحتملة، مثل التأخير في التسليم، أو عدم الامتثال للمعايير المتفق عليها، أو مشاكل في الدعم الفني وخدمة العملاء.
4. الحفاظ على علاقة تعاونية طويلة الأمد: يهدف المشتري إلى بناء علاقة جيدة مع البائع والحفاظ عليها على المدى البعيد، مما يمكنه من الاستفادة من فرص أخرى والحصول على شروط مفضلة في المستقبل.



أهداف التفاوض

Contract Negotiation Objectives

من وجهة نظر البائع، أهداف التفاوض على العقود تشمل:

1. تحقيق ربحية ملائمة: يهدف البائع إلى التفاوض على شروط تسمح له بتحقيق ربحية ملائمة وعادلة من الصفقة، بناءً على تكاليف الإنتاج والموارد المستخدمة والقيمة المضافة التي يقدمها.
2. تحقيق استدامة العمل: يسعى البائع للتأكد من أن العقد يسمح له بمواصلة العمل والنمو في المستقبل، وأنه يفتح الباب أمام فرص أخرى للتعاون والتوسع في السوق.

أهداف التفاوض

Contract Negotiation Objectives

من وجهة نظر البائع، أهداف التفاوض على العقود تشمل:

3. حماية الملكية الفكرية والأصول: يهدف البائع لحماية حقوقه فيما يتعلق بالملكية الفكرية والأصول التجارية، وضمان عدم انتهاكها أو استغلالها دون إذن.

4. تحقيق رضا العملاء: يهدف البائع لتلبية احتياجات ومتطلبات المشتري، وتحقيق رضاه من خلال تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية وتجربة إيجابية للعميل.



ما هي الاستراتيجيات التفاوضية وكيف تحددها؟ What Are Negotiation Strategies And How To Determine Them?

تعريف الاستراتيجيات التفاوضية

Definition Of Negotiating Strategies

الاستراتيجيات التفاوضية هي مجموعة من الأساليب والتقنيات التي يستخدمها الأشخاص في عملية التفاوض لتحقيق أهدافهم والوصول إلى اتفاق مرضٍ مع الطرف الآخر. وتهدف هذه الاستراتيجيات إلى تعزيز المصالح الخاصة بك وتحقيق أفضل نتيجة ممكنة في التفاوض.



الاستراتيجيات التفاوضية

Negotiating Strategies

1. **التعاون:** يتمثل هذا النهج في التركيز على بناء علاقة جيدة مع الطرف الآخر والتعاون معه لإيجاد حل يناسب الجانبين. يتضمن ذلك مشاركة المعلومات بشكل صادق ومفتوح والبحث عن خيارات مشتركة تلبي احتياجات الجانبين.

2. **الانسحاب:** في بعض الحالات، يمكن أن يكون من الأفضل للشخص سحب نفسه من التفاوض إذا كانت الظروف غير ملائمة أو إذا لم يكن هناك مساحة للتوصل إلى اتفاق مرضٍ. يمكن استخدام الانسحاب كوسيلة للضغط على الطرف الآخر لتقديم تنازلات أكبر.

3. **الاندفاع:** يتضمن هذا النهج استخدام القوة والتأثير للتوصل إلى نتيجة مرغوبة. يمكن استخدام التهديدات الواقعية أو استغلال النقاط القوية الخاصة بك للتفوق في المفاوضات.

الاستراتيجيات التفاوضية

Negotiating Strategies

4. **الحل الواحد:** يتمثل هذا النهج في التمسك بموقف واحد وعدم التنازل عنه. يمكن استخدام هذه الاستراتيجية عندما يكون لديك ثقة كبيرة في صحة وقوة موقفك، ولكن قد يؤدي هذا النهج إلى المزيد من التوتر وصعوبة التوصل إلى اتفاق.

5. **الوساطة:** يتضمن هذا النهج استخدام طرف ثالث محايد للمساعدة في التوصل إلى اتفاق. يمكن للوسيط تقديم اقتراحات وحلول جديدة وتسهيل التواصل بين الأطراف المتنازعة.

- تذكر أنه يمكن استخدام أكثر من استراتيجية في عملية التفاوض، وقد تختلف الاستراتيجيات المناسبة تبعًا للظروف والهدف المراد تحقيقه في التفاوض



المحاضرة الثالثة

Lecture 3



نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات

Electronic Planning System For Purchasing Management

نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات

Electronic Planning System For Purchasing Management

- نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات هو نظام يستخدم في إدارة وتنظيم عمليات الشراء والتوريدات في المؤسسات والشركات. يهدف هذا النظام إلى تحسين كفاءة عملية الشراء وتقليل التكاليف وزيادة الرقابة وتحسين العلاقات مع الموردين.
- يوفر نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات واجهة مرئية تمكن من إدارة وتنظيم جميع جوانب عملية الشراء. يمكن للمستخدمين إنشاء طلبات الشراء وتعيين الموردين ومراقبة حالة الطلبات وإدارة المخزون وتتبع التسليم وإدارة الفواتير والدفعات.



نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات

Electronic Planning System For Purchasing Management

- باستخدام نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات، يمكن للمؤسسات أيضًا تحليل البيانات وإنشاء تقارير مفصلة حول عمليات الشراء. يمكن استخدام هذه التقارير لفهم النماذج الشرائية وتحديد الفرص لتحسين الكفاءة وتحقيق التوفيرات.
- يعتمد نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات على تكنولوجيا الحوسبة السحابية، مما يسمح بالوصول إلى النظام من أي مكان وفي أي وقت. كما يدعم التكامل مع أنظمة أخرى مثل نظام إدارة علاقات العملاء ونظام إدارة المخزون لتحقيق تجربة متكاملة وفعالة لإدارة المشتريات.
- بشكل عام، يهدف نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات إلى تحسين العمليات وتسهيل إدارة المشتريات وتحقيق توفيرات مالية وتحسين الفعالية والكفاءة في العمل.



خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني

Steps To Develop The Procurement Department To Work With The Electronic Planning System

خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني

Steps To Develop The Procurement Department To Work With The Electronic Planning System

إليك بعض الخطوات الأساسية لتطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني:



1. تحليل الاحتياجات: قم بتقييم الاحتياجات الخاصة بإدارة المشتريات في منطمتك. حدد المشاكل والتحديات التي تواجهها العملية الحالية وتحديد الفوائد المتوقعة من تنفيذ نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات.
2. اختيار النظام المناسب: قم بالبحث والتقييم لاختيار النظام المناسب الذي يلبي احتياجاتك. ابحث عن النظم التي تتيح إدارة الطلبات والموردين والمخزون والفواتير وتوفر واجهة سهلة الاستخدام وتكون متكاملة مع أنظمة الشركة الأخرى.

خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني

Steps To Develop The Procurement Department To Work With The Electronic Planning System

إليك بعض الخطوات الأساسية لتطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني:

3. التخطيط والتنفيذ: قم بوضع خطة لتنفيذ نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات. قم بتحديد المهام والمسؤوليات والجدول الزمني لتنفيذ النظام. حدد الموارد اللازمة وضمنها التدريب والدعم الفني للموظفين.
4. التدريب والتعليم: قم بتوفير التدريب المناسب للموظفين الذين سيستخدمون النظام الجديد. يجب أن يكونوا على دراية بالوظائف والميزات الرئيسية للنظام وكيفية استخدامه بشكل فعال.
5. التجريب والتحسين: قم بتجريب النظام الجديد في بيئة حقيقية وقم بتقييم أدائه. اجمع الملاحظات والتعليقات من المستخدمين وقم بإجراء التحسينات اللازمة لتحسين أداء النظام وتلبية احتياجات المؤسسة.

خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني

Steps To Develop The Procurement Department To Work With The Electronic Planning System

- يجب أن يكون لديك أيضًا رؤية استراتيجية لتطوير إدارة المشتريات باستخدام نظام التخطيط الإلكتروني. قد تتضمن هذه الرؤية تحسين تعاونك مع الموردين، وتقليل التكاليف، وتحسين سرعة التسليم، وتحسين إدارة المخزون.
- لا تنس أيضًا ضرورة مراقبة وتقييم أداء نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات بعد تنفيذه. قم بتحليل المؤشرات الرئيسية للأداء وقياس كفاءة العمليات وتحقيق الفوائد المتوقعة. قد تحتاج أيضًا إلى إجراء تعديلات وتحسينات إضافية لتحقيق النتائج المرجوة.
- بشكل عام، تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني يتطلب التخطيط الجيد والتنفيذ الفعال والمتابعة المستمرة. يجب أن تكون مستعدًا لتحقيق التغييرات اللازمة في الثقافة المؤسسية وتوفير الدعم اللازم للموظفين للتكيف مع النظام الجديد.

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

Capabilities Of The Electronic Planning System

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

Capabilities Of The Electronic Planning System

نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات يوفر العديد من القدرات التي تعزز إدارة المشتريات وتحسن الكفاءة والفعالية. فيما يلي بعض القدرات الرئيسية لنظام التخطيط الإلكتروني:



1. إدارة طلبات الشراء: يتيح النظام إنشاء وإدارة طلبات الشراء بشكل مركزي، ويمكن للموظفين إنشاء طلبات شراء وتعيين الموردين المناسبين ومراقبة حالة الطلبات بسهولة.

2. إدارة الموردين: يساعد النظام في تنظيم قاعدة البيانات للموردين ومعلوماتهم، ويمكنه تخزين بيانات الموردين، مثل معلومات الاتصال وشهادات الجودة وشروط الدفع، والوصول إليها بسهولة عند الحاجة.

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

Capabilities Of The Electronic Planning System

3. إدارة المخزون: يمكن لنظام التخطيط الإلكتروني تتبع المخزون بدقة وإدارته بشكل فعال. وأيضًا يمكنه تحديث المخزون تلقائيًا عند إنشاء طلبات الشراء وتسجيل الواردات والمخرجات، مما يساعد في تجنب نقص المخزون أو تراكم الزائد.



4. متابعة التسليم: يوفر النظام ميزة تتبع التسليم ومراقبة حالة الشحنات، ويمكن للموظفين مراقبة حركة البضائع وتحديد المواعيد المتوقعة للتسليم ورصد أي تأخير أو مشكلة محتملة.

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

Capabilities Of The Electronic Planning System

5. إدارة الفواتير والدفعات: يمكن لنظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات مساعدة في تنظيم ومراقبة عملية إصدار الفواتير وإدارة عمليات الدفع، وأيضًا يمكنه تسجيل الفواتير ومراجعتها والتحقق منها بسهولة وتسجيل المدفوعات ومراقبة الحسابات المستحقة.

6. تقارير وتحليلات: يوفر النظام ميزة إنشاء تقارير مفصلة حول أداء إدارة المشتريات، ويمكنه تحليل البيانات المتاحة لفهم النماذج الشرائية وتحديد الفرص لتحسين الكفاءة وتحقيق التوفيرات.

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

Capabilities Of The Electronic Planning System

7. التكامل مع أنظمة أخرى: يمكن لنظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات التكامل مع أنظمة أخرى في المؤسسة، مثل نظام إدارة علاقات العملاء ونظام إدارة المخزون. يتيح هذا التكامل بناء تدفقات عمل متكاملة وتبادل البيانات بسلاسة بين الأنظمة المختلفة.

هذه بعض القدرات التي يمكن توفيرها من خلال نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات. يمكن أن تختلف القدرات المحددة حسب نظام التخطيط المستخدم ومتطلبات المؤسسة.



مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

Components Of The Electronic Planning System

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

Components Of The Electronic Planning System

نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات يتكون عادة من عدة مكونات تعمل معًا لتوفير وظائف متكاملة. فيما يلي المكونات الأساسية التي قد يتضمنها نظام التخطيط الإلكتروني:



1. واجهة المستخدم: هذا هو المكون الذي يتعامل المستخدم معه مباشرة. يوفر واجهة المستخدم واجهة سهلة الاستخدام لإنشاء وإدارة الطلبات والموردين والمخزون والفواتير وغيرها من العمليات المرتبطة بإدارة المشتريات.

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

Components Of The Electronic Planning System

2. قاعدة بيانات الموردين: توفر قاعدة بيانات الموردين مكاناً لتخزين وإدارة معلومات الموردين، مثل اسم الشركة، معلومات الاتصال، شهادات الجودة، وشروط الدفع. يمكن الوصول إلى هذه المعلومات من خلال واجهة المستخدم وتحديثها عند الحاجة.

3. إدارة طلبات الشراء: هذا المكون يتيح للمستخدمين إنشاء وتعديل ومراجعة طلبات الشراء. يمكن تحديد الموردين المناسبين لكل طلب وتعيين المواد والكميات المطلوبة وتحديد الأولويات.

4. إدارة المخزون: يسمح هذا المكون بتتبع المخزون وإدارته. يتضمن إدارة المخزون تحديث المستودعات والكميات المتاحة وتحديد مستويات إعادة الطلب وتحديد السلع المنتهية.

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

Components Of The Electronic Planning System

5. إدارة التسليم: يمكن لهذا المكون تتبع حركة البضائع والشحنات ومراقبة حالة التسليم، ويمكن تسجيل تفاصيل الشحنات والوصفات وتحديد المواعيد المتوقعة للتسليم.
6. إدارة الفواتير والدفعات: يسمح هذا المكون بإنشاء وإدارة الفواتير والمدفوعات المتعلقة بالمشتريات، ويمكن تسجيل الفواتير وتحديد حالتها وتتبع المدفوعات ومراقبة الحسابات المستحقة.
7. تقارير وتحليلات: يوفر هذا المكون إمكانية إنشاء تقارير وتحليلات عن أداء إدارة المشتريات، ويمكن توليد تقارير حول الطلبات الشرائية والمخزون والتكاليف والتوفيرات وتحليل البيانات لاستخلاص رؤى قيمة.

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

Components Of The Electronic Planning System

8. التكامل مع أنظمة أخرى: يمكن لنظام التخطيط الإلكتروني أن يتكامل مع أنظمة أخرى في المؤسسة مثل نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) أو نظام إدارة المخزون (IMS). هذا يسمح بتبادل البيانات بسلاسة بين الأنظمة المختلفة وتحقيق تدفق عمل متكامل وفعال.

تلك هي بعض المكونات الأساسية التي يمكن أن يحتوي عليها نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات. يجب ملاحظة أن تكوين النظام يمكن أن يختلف بين المؤسسات وفقًا لاحتياجاتها ومتطلباتها الخاصة.



ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟ What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟ What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات يمكن أن يكون له تأثير كبير على إدارات الشركة بشكل عام. فيما يلي بعض التأثيرات الرئيسية التي قد تنتج عن استخدام هذا النظام:



1. تحسين كفاءة عمليات المشتريات: يتيح النظام الإلكتروني لإدارة المشتريات تنظيم وتيسير عمليات شراء المواد والخدمات. يمكن للموظفين إضافة طلبات الشراء عبر النظام وتحديد الموردين والكميات المطلوبة وتحديد الأولويات، مما يقلل من الوقت والجهد المستهلكين في العمليات اليدوية التقليدية.



ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟

What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

2. تحسين إدارة المخزون: يساعد النظام في تتبع المخزون بشكل دقيق وفعال. يمكن للشركة معرفة المواد المتاحة وكمياتها ومواقعها بسهولة من خلال النظام، مما يساعد في تجنب نقص المخزون أو الزيادة الزائدة وتحسين تخطيط المشتريات.

3. تحسين التعاون والتنسيق: يسمح النظام الإلكتروني بتعزيز التعاون والتنسيق بين مختلف إدارات الشركة المعنية بعمليات المشتريات. يمكن للموظفين المختلفين الوصول إلى نفس النظام وتبادل المعلومات والتعليقات بشأن الطلبات والموردين والمخزون بسهولة، مما يحسن التواصل ويقلل من التباين والاختلالات.

ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟ What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

4. تحسين أداء الموردين: يمكن للنظام الإلكتروني مساعدة الشركة في تقييم أداء الموردين وتتبع جودة الخدمات والمواد التي تقدمها. يمكن تسجيل معلومات الموردين وتقييمهم بناءً على معايير محددة مثل التسليم في الوقت المناسب والجودة والدعم الفني، مما يساعد الشركة في اتخاذ قرارات أفضل فيما يتعلق بالتعاون المستقبلي مع الموردين.
5. تحسين التقارير وتحليلات البيانات: يوفر النظام الإلكتروني إمكانية إنشاء تقارير وتحليلات شاملة حول أداء إدارة المشتريات. يمكن توليد تقارير حول الطلبات الشرائية والمخزون والتكاليف والتوفيرات وتحليل البيانات لاستخلاص رؤى قيمة، مما يدعم عملية اتخاذ القرار بشكل عام، إليك بعض التأثيرات الرئيسية لنظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة.

ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟

What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

6. زيادة الكفاءة وتوفير الوقت: يساعد النظام الإلكتروني في تنظيم وتبسيط عمليات التخطيط والإدارة. يمكن للموظفين إدخال ومشاركة المعلومات بسهولة وفي الوقت المناسب، مما يقلل من الاعتماد على العمل اليدوي ويوفر الوقت والجهد.
7. تحسين التنسيق والتعاون: يساهم النظام الإلكتروني في تعزيز التواصل والتنسيق بين مختلف الإدارات والفرق في الشركة. يمكن للموظفين مشاركة المعلومات والتعليقات والتحديثات بشكل فوري، مما يعزز التعاون ويسهل تنسيق الجهود.

ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟ What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

8. تحسين رؤية البيانات واتخاذ القرارات: يوفر النظام الإلكتروني إمكانية الوصول إلى بيانات تفصيلية ودقيقة حول العمليات والمعلومات المرتبطة بالتخطيط. يمكن تحليل هذه البيانات واستخراج رؤى قيمة تساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحسين أداء الشركة.
9. تقليل الأخطاء وتحسين الدقة: يمكن للنظام الإلكتروني تقليل الأخطاء الناتجة عن العمل اليدوي والتدخل البشري. يتيح تنظيم وتحديث البيانات بشكل أكثر دقة ويقلل من احتمالية الأخطاء الشائعة مثل الأخطاء في إدخال البيانات أو الاحتساب.



ما هو تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة؟ What Is The Impact Of The Electronic Planning System On The Company's Departments?

10. **مراقبة وتتبع أفضل:** يساعد النظام الإلكتروني في مراقبة وتتبع العمليات والمعلومات ذات الصلة بالتخطيط. يمكن تتبع تقدم المشاريع ومراقبة الأداء وتحديد المشكلات المحتملة بسهولة، مما يسمح باتخاذ إجراءات تصحيحية فورية.

11. **تحسين التكامل:** يمكن للنظام الإلكتروني التكامل مع أنظمة أخرى في الشركة، مثل نظام إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) أو نظام إدارة المخزون. هذا يسمح بتدفق متسق للمعلومات والبيانات بين الأنظمة المختلفة ويحسن التنسيق العام للعمليات.



المحاضرة الرابعة

Lecture 4



ما هي طرق توصيل واستلام الخامات؟ What Are The Methods Of Delivering And Receiving Materials?

طرق استلام الخامات

The Methods Of Receiving Materials

يعتمد طرق استلام الخامات في الموقع على نوع الخامات والموقع نفسه.
هناك عدة طرق شائعة لاستلام الخامات في المواقع الإنشائية، ومنها:

1. تسليم مباشر: يتم تسليم الخامات مباشرة إلى الموقع عن طريق شاحنات النقل أو المركبات الخاصة.

يتم تفريغ الخامات في الموقع وتخزينها في المناطق المخصصة لها.

2. استلام بواسطة رافعات شوكية: يستخدم عادة في حالة الخامات الثقيلة أو كبيرة الحجم. يتم استخدام رافعات شوكية لتحميل وتفريغ الخامات

ووضعها في الموقع بطريقة مرتبة وآمنة.



طرق استلام الخامات

The Methods Of Receiving Materials

3. استلام بواسطة الأحزمة الناقلة: يتم استخدام الأحزمة الناقلة (السيور الناقلة) لنقل الخامات على مسافات طويلة داخل الموقع. تعمل الأحزمة الناقلة على تحميل الخامات في منطقة الشحن وتنقلها بسلاسة وأمان إلى منطقة التفريغ.

4. استلام بواسطة الرافعات البرجية: في حالة المشاريع الكبيرة والمرتفعة، يتم استخدام الرافعات البرجية لرفع وتحميل الخامات إلى مستويات مرتفعة على الموقع. يتم تخزين الخامات في مناطق التخزين المناسبة وفقًا للتخطيط الموجود.

طرق استلام الخامات

The Methods Of Receiving Materials

5. استلام بواسطة الأنابيب والأنظمة الأنابيب: في حالة المواد السائلة مثل الوقود أو السوائل الكيميائية، يتم استخدام أنابيب وأنظمة الأنابيب لنقل الخامات إلى الموقع. يتم توجيه الخامات عبر الأنابيب إلى نقاط الاستلام المحددة على الموقع.

تذكر أن طرق استلام الخامات يمكن أن تختلف اعتمادًا على طبيعة المشروع والموقع الذي يتم فيه العمل. قد يتم استخدام طرق استلام متعددة في نفس المشروع، حسب احتياجات العمل والمتطلبات.

طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

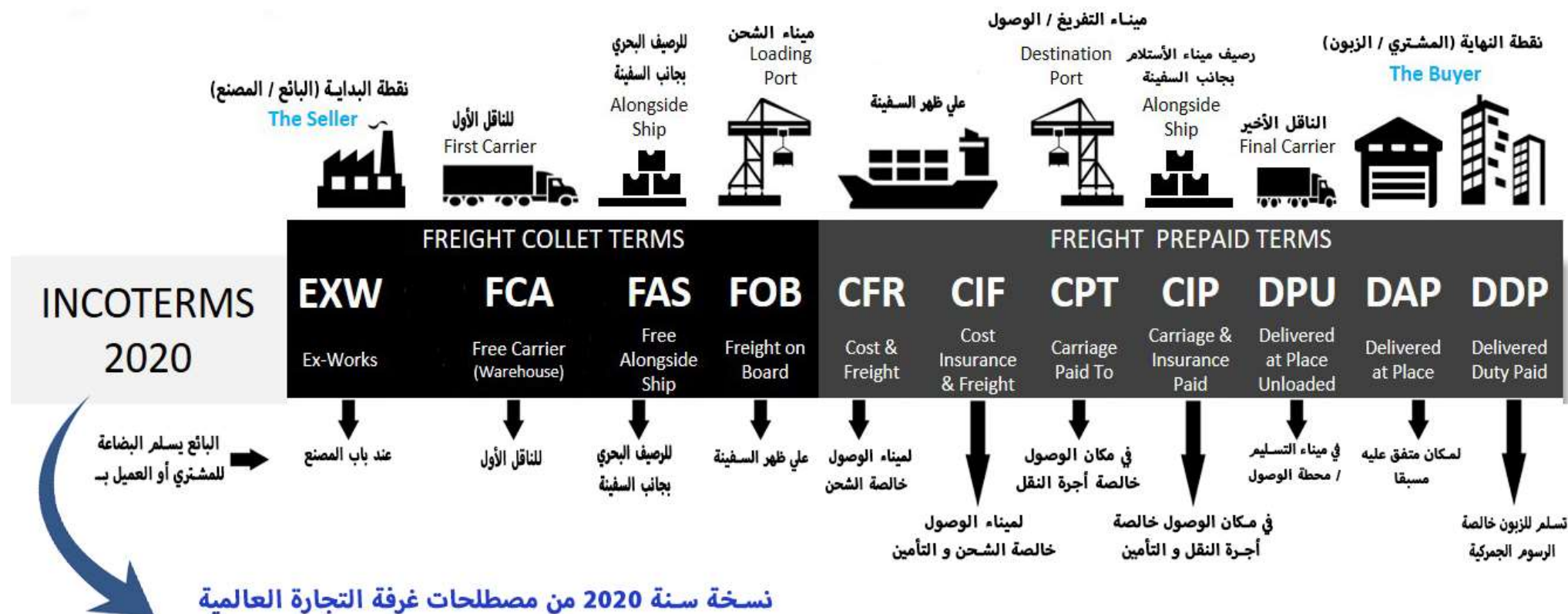
جرى الاتفاق على مصطلحات التجارة الدولية (Incoterms) المستخدمة في عقود البيع الدولية على نطاق واسع، إلى جانب الشروط التجارية المحددة مسبقًا لتحديد حدود المخاطر والتكلفة والمسؤولية عن أي شكل من أشكال النقل الدولي، مع توضيح أدوار ومسؤوليات الشاحن والناقل والمستلم/المرسل إليه.

جرى التفاوض بشأن مصطلحات التجارة الدولية ووضعها من قبل غرفة التجارة الدولية (ICC) وترتبط بأشكال مختلفة من قانون التجارة الدولي والبحرية. تم إنشاء مصطلحات التجارة الدولية في عشرينيات القرن الماضي، ويتم تحديثها الآن بشكل عام كل عشر سنوات، وخضعت لآخر تحديث في عام 2020.

طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

مصطلحات التجارة الدولية (عام 2020) لجميع أشكال النقل



طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

ما هو الغرض من مصطلحات التجارة الدولية (عام 2020) لجميع أشكال النقل؟

- التكاليف: من المسؤول عن النفقات؟
- التحكم: من يملك السلعة في أي نقطة معينة من الشحن؟
- المسؤولية: من المسؤول عن دفع التعويضات في أي نقطة معينة من الشحن؟

طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

أهم القواعد و الطرق في مصطلحات التجارة الدولية (عام 2020) لجميع أشكال النقل:

1. EXW (Ex Works)

تسليم البائع للمشتري البضائع في مقر البائع أو في مكان آخر متفق عليه (مثل المصنع، المستودع، إلخ).

2. FCA (Free Carrier)

يقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير وتسليمها إلى الناقل المسؤول المنصوص عليه من قبل المشتري

3. FOB (Free on Board)

نقل البضائع على متن السفينة. بمجرد تحميل البضائع على السفينة، يتم نقل جميع المخاطر إلى المشتري

طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

4. CFR (Cost and Freight)

البائع مسؤول عن دفع تكاليف التسليم حتى وصول البضاعة إلى ميناء التفريغ.

5. CIF (Cost, Insurance and Freight)

يجب على البائع أيضًا دفع تكاليف تأمين النقل

6. DAT (Delivered at Terminal)

يتعهد البائع بتسليم البضائع إلى محطة معينة ويقوم البائع بتخليص البضائع للتصدير ويتحمل جميع المخاطر والتكاليف المرتبطة بتسليم البضائع وتفريغها في المحطة المتفق عليها. يتحمل المشتري جميع التكاليف والمخاطر من هذه النقطة فصاعدًا

طرق توصيل الخامات

The Methods Of Delivering Materials

7. DAP (Delivered at Place)

البائع مسؤول عن تخليص البضائع للتصدير ويتحمل جميع المخاطر والتكاليف المرتبطة بتسليم البضائع إلى الوجهة المتفق عليها دون تفريغها. يتحمل المشتري جميع التكاليف والمخاطر المرتبطة بتفريغ البضائع والتخليص الجمركي لاستيراد البضائع إلى بلد المقصد.

8. DDP (Delivery Duty Paid)

البائع مسؤول عن دفع رسوم الاستيراد. لذلك، يتحمل البائع جميع المخاطر والتكاليف المرتبطة بتسليم البضائع إلى الوجهة المتفق عليها وجاهزة للتفريغ وتخليصها للاستيراد.

طرق السداد بين البائع والمشتري

Payment Methods Between The Seller And The Buyer

هناك عدة طرق للسداد بين البائع والمشتري، وتختلف تلك الطرق اعتمادًا على نوع المعاملة والاتفاقات بين الطرفين. وفيما يلي بعض الطرق الشائعة للسداد:



1. **النقد:** يتم دفع المبلغ المستحق نقدًا عند إتمام الصفقة. يتم تسليم المبلغ المالي للبائع مباشرة من قبل المشتري.

2. **التحويل البنكي:** يتم نقل المبلغ المستحق من حساب المشتري إلى حساب البائع من خلال عملية تحويل بنكي. يتم تبادل التفاصيل المصرفية للبائع والمشتري لإتمام العملية.

3. **شيك بنكي:** يتم إصدار شيك بنكي بواسطة المشتري يحمل المبلغ المستحق، ويتم تسليمه للبائع. يتم سحب المبلغ من حساب المشتري عند استيفاء الشيك.

طرق السداد بين البائع والمشتري

Payment Methods Between The Seller And The Buyer

4. الدفع باستخدام بطاقات الائتمان/الخصم: يتم استخدام بطاقات الائتمان أو الخصم لدفع المبلغ المستحق. يقوم المشتري بتوجيه الدفعة المالية إلى حساب البائع باستخدام بيانات البطاقة.

5. التسديد عن طريق الحوالات المصرفية: يتم استخدام خدمات الحوالات المالية لتحويل المبلغ المستحق من حساب المشتري إلى حساب البائع. يتم تحديد معلومات الحوالة والتفاصيل المطلوبة وفقًا للخدمة المصرفية المستخدمة.

6. الدفع عن طريق الأقساط: في حالة الصفقات التي تتطلب دفعات متعددة، يتم الاتفاق بين البائع والمشتري على جدولة الدفعات على فترات زمنية محددة. يتم تحديد المبلغ المستحق لكل دفعة والجدولة المتفق عليها.

طرق السداد بين البائع والمشتري

Payment Methods Between The Seller And The Buyer

يوجد ثلاث توقيات لطريقة السداد ولكل توقيت منهم يوجد فيه خطر إما علي البائع أو المشتري وسيتم توضيحهم كالآتي:

1. الدفع قبل الاستلام: عبارة عن إن المشتري يدفع دفعة مقدمة ياما جزء من الفلوس أو كل الفلوس للبائع وهذه الطريقة تشكل الخطر الأكبر على المشتري وليس البائع حيث تم دفع ثمن البضاعة وفي انتظار استلامها وتوريدها من البائع

2. الدفع مقابل الاستلام: وقت استلام البطاعة هو وقت استلام المبلغ، ويحاول المشتري مقابلها على ضمانات مثل خطاب ضمان شيك ضمان بنكي مصحوب بصحة توقيع أو شيك مصرفي، إلخ وبعدها يتم إيراد أول البضاعة عندما تكون جاهزة ، وذلك يعتبر خطر مناصفة بين البائع والمشتري

طرق السداد بين البائع والمشتري

Payment Methods Between The Seller And The Buyer

3. الدفع بعد الاستلام: الطريقة دي بتكون إن البائع بيسلم البضاعة للمشتري وبعد كده بيتم تحصيل فلوسه سواء أجل أسبوع أو اتنين أو شهر أو اتنين وهكذا فبيكون حساب البائع عند المشتري مفتوح وكل فترة بيحصل فلوسه وطبعًا الطريقة دي بتكون مفضلة للمشتري وخطر جدًا للبائع

كده يبقا أحنا عرفنا ال ٣ توقيتات المختلفة لطريقة السداد اللي بتحصل بين البائع والمشتري .. يهكم تكون عارفهم ويهكم توصل لاتفاق ميضرش بمصلحة شركتك في المقام الأول وميخرش الطرف الثاني أكيد

ملخص الدورة التدريبية

Course Recap

تم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- تعريف استراتيجية الشراء
- ما هو التوقيت المناسب للشراء؟
- العلاقة بين السعر وقرار الشراء
- طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار
- تعريف عملية التفاوض
- Definition of purchasing strategy
- What is the right time to buy?
- The relationship between price and purchasing decision
- Ways to protect against price changes
- Definition of the negotiation process

ملخص الدورة التدريبية

Course Recap

تم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- Determine negotiation objectives and alternatives
 - Determine negotiating strategies
 - Steps to develop the Purchasing department to work with the electronic system
 - Methods of receiving materials
 - Different payment methods
- تحديد أهداف التفاوض وبدائلها
 - تحديد الاستراتيجيات التفاوضية
 - خطوات تطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني
 - طرق استلام الخامات
 - طرق السداد المختلفة

شكرًا لكم