

استراتيجية إدارة المشتريات

ما هي استراتيجية الشراء؟

تعتبر استراتيجية الشراء إلى الخطوة القادمة والخط الذي تليه المنظمة للوصول على السلع والخدمات والموارد اللازمة لمعالجتها 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 السلع والخدمات عالية الجودة وهو يأخذ في الاعتبار عوامل مختلفة مثل أهداف المنظمة، وفود الميزانية، وظروف السوق، والعلاقات مع الموردين، وإدارة المخاطر

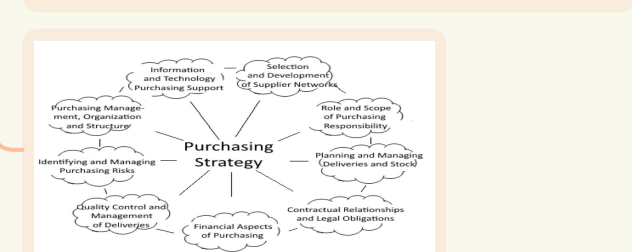
الأهداف:
أهداف وغايات محددة بوضوح تتوافق مع الأهداف العامة للمنظمة، مثل خفض التكاليف، أو تحسين الجودة، أو تنوع الموردين، أو الاستدامة
اختيار الموردين
وضع معايير وعمليات لتحديد وتقييم الموردين المحتملين بناءً على عوامل مثل السعر والجودة والموثوقية وفترات التسليم والاستقرار المالي والمعيار الأخلاقية

التفاوض والتحكم:
تطوير استراتيجية وتوقيت التفاوض المبنيين الشروط والأحكام المواتية، بما في ذلك التمييز وشروط الدفع والضمانات ومستويات الخدمة ومعايير الأداء. وقد يشمل ذلك عقودًا طويلة الأجل أو شركات استراتيجية مع الموردين الرئيسيين
الحفاظ على علاقات إيجابية مع الموردين لتعزيز التعاون
إدارة علاقات الموردين
الحفاظ على الثقة المتبادل، ويشمل ذلك تعويضات الأداء والتواصل المفتوح والشفافية، وتحسين العلاقات المشتركة والمنظمة وآليات التغذية الراجعة ومبادرات تحسين المشتركة

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

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

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



- دور وظائف مسؤولية قسم المشتريات
- اختيار و تطوير شبكة الموردين
- تخطيط ومتابعة المواد المستلمة ومتابعة المخزون
- العلاقات التعاقدية والالتزامات القانونية
- الجوانب المالية للشراء
- مراقبة الجودة وإدارة عمليات التسليم
- تحديد وإدارة مخاطر الشراء
- إدارة المشتريات والتنظيم والهيك
- دعم التكنولوجيا لقسم المشتريات

- البحث والتخطيط
- الطلبات الجماعية
- العروض والتخصيصات
- توجيهات السوق
- Subtopic 5
- الخطط المشروعة
- موسمية العرض والطلب
- تخطيط الاحتياجات
- عدد الشراء من الموردين

هي عملية تفاعلية تتضمن التواصل والتفاهم بين الأطراف المختلفة لتحقيق اتفاق مشترك. تهدف عملية التفاوض إلى الوصول إلى حل مقبول لجميع الأطراف المشاركة فيها، من خلال الدبلوماسية والتبادل والتوافق على الشروط المشتركة. تتضمن عملية التفاوض تحديد الأهداف والمصالح والمطالب الخاصة بكل طرف، واستكشاف الخيارات المتاحة وتقديم الاقتراحات والتنازلات. يتطلب التفاوض مهارات الانصات الفعال والتواصل الجيد والقدرة على التفكير الإبداعي وحل المشكلات. تتمحور محادثات التفاوض وتكتيفتها، مثل التفاوض في العلاقات الدولية والأعمال التجارية والعقود والعلاقات الشخصية والجماعية

تعريف عملية التفاوض

- تحليل السوق
- تحليل التكلفة
- تحليل القيمة
- تحليل العروض والسعر المقترح
- تحليل العوامل الاقتصادية والسياسية
- تحليل التفاوض السابق

طرق تحليل الأسعار قبل التفاوض

- التحضير والإعداد
- التبادل الأولي للمعلومات
- التفاوض على الشروط
- الاتفاق والتوقيع
- متابعة وتنفيذ الصفقة

مراحل التفاوض الفعلي

- التحضير والإعداد
- التبادل الأولي للمعلومات
- التفاوض على الشروط
- الاتفاق والتوقيع
- متابعة وتنفيذ الصفقة

تعريف الاستراتيجيات التفاوضية

- التعاون
- الانسحاب
- الانذاع
- الحل الواحد
- الوساطة

الخطوات الأساسية لتطوير إدارة المشتريات للعمل بنظام التخطيط الإلكتروني

لا بد من أن يكون لديك أيضًا رؤية استراتيجية لتطوير إدارة المشتريات باستخدام نظام التخطيط الإلكتروني. يجب أن تتضمن هذه الرؤية تحسين تعاونك مع الموردين، وتقليل التكاليف، وتحسين سرعة التسليم، وتحسين إدارة المخزون. لا تنس أيضًا ضرورة مراقبة أداء نظام التخطيط الإلكتروني وإدارة المشتريات بعد تنفيذ. لم تحلّل المؤشرات الرئيسية للأداء وفحص كفاءة العمليات وتحقيق الفوائد المرجوة. قد تحتاج أيضًا إلى إجراء تعديلات وتحسينات إضافية لتحقيق النتائج المرجوة

تأثير نظام التخطيط الإلكتروني على إدارات الشركة

- تحسين كفاءة عمليات المشتريات
- تحسين إدارة المخزون
- تحسين التعاون والتنسيق
- تحسين أداء الموردين
- تحسين التقارير وتحليلات البيانات
- زيادة الكفاءة وفهم الوقت
- تحسين التنسيق والتعاون
- تحسين رؤية البيانات واتخاذ القرارات
- تقليل الأخطاء وتحسين الدقة
- مراقبة وتنفيذ أفضل
- تحسين التكامل

طرق توصيل الخدمات

- EXW (Ex Works)
- FCA (Free Carrier)
- FOB (Free on Board)
- CFR (Cost and Freight)
- CIF (Cost, Insurance and Freight)
- DAT (Delivered at Terminal)
- DAP (Delivered at Place)
- DDP (Delivery Duty Paid)

التكاليف: من المسؤول عن التفتت؟
التحكم: من يملك السلطة في أي نقطة معينة من الشحن؟
المسؤولية: من المسؤول عن دفع التعويضات في أي نقطة معينة من الشحن؟

طرق السداد بين البائع والمشتري

- الفتح
- التحويل البنكي
- شيك بنكي
- الدفع باستخدام بطاقات الائتمان/الخصم
- التسديد عن طريق الحوالات المصرفية
- الدفع عن طريق الأسماء
- الدفع قبل الاستلام
- الدفع مقابل الاستلام
- الدفع بعد الاستلام

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

- واجهة المستخدم
- قاعدة بيانات الموردين
- إدارة طلبات الشراء
- إدارة المخزون
- إدارة التسليم
- إدارة التقارير والنفقات

ضبط وقياس ومتابعة الأداء لإدارة المشتريات

- الرقابة والمقاييس لأداء إدارة المشتريات هما جزأين أساسيين من عملية تحسين أداء وكفاءة العمليات التجارية من خلال إجراء الرقابة والمقاييس المقاييس، يمكن إدارة المشتريات تقييم أدائها الحالي وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحقيق أهدافها
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية
- جمع البيانات والمعلومات
- تحليل الأداء
- تقييم الموردين
- تحسين العمليات
- العلم والتطوير
- تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء
- جمع البيانات
- تحليل البيانات
- تقديم التقارير
- التحسين المستمر
- التواصل والتعاون
- إجراء مراجعات دورية
- استشراف الاتجاهات المستقبلية
- تواصل مع الموردين
- الاستفادة من التكنولوجيا

أهمية تحديد سعر الشراء المناسب

- تحقيق التوفير المالي
- تحفيز الجودة والقيمة
- بناء علاقات مستدامة مع الموردين
- تحقيق الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية
- تقليل المخاطر
- يشكل 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 المحتملين وتقييم العروض المتاحة قبل اتخاذ قرار الشراء. كما ينبغي أيضًا أن يتم مراعاة عوامل أخرى مثل جودة المنتج أو الخدمة، ومعدافية 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 والتسليم، وتكاليف العمل، وتكاليف الإئارة، إلى جانب تحقيق الربح المعتدل للشركة

طرق الحماية ضد تغيرات الأسعار

- هناك عدة طرق يمكن استخدامها للحماية ضد تغيرات الأسعار. إليك بعض الطرق الشائعة
- التعقد المسبق
- الاستخدام المناسب للعقود الإلزامية
- التوزيع
- استخدام الحواجز التجارية
- التأمين

العلاقة بين السعر وقرار الشراء

- العلاقة بين السعر وقرار الشراء هي عنصر مهم في عملية اتخاذ القرارات الشرائية. عادةً 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 تقلل 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، والمخاطر، والتوافر، والتسويق، والعلامة التجارية، والمنافسة، والعوامل الاجتماعية والثقافية
- قد يكون لدى المستهلكين حساسية متفاوتة تجاه السعر، حيث يمكن أن يكون لدى البعض حساسية عالية، مما يجعلهم أكثر حرصًا على السعر، في حين يمكن أن يكون لدى البعض الآخر حساسية منخفضة، مما يجعلهم أكثر حرصًا على الجودة. على العكس من ذلك، يمكن أن يكون السعر معنوية في الجودة. على العكس من ذلك، يمكن أن يكون السعر المنخفض جدًا للمستهلكين الذين يبحثون عن قيمة مضافة مقارنة بالمنتجات المطروحة
- بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤثر عوامل أخرى مثل الترويجات والعروض والخصومات الخاصة على قرار الشراء بشكل كبير. قد يقرر المستهلك شراء منتج بسعر أعلى إذا كانت هناك ترويجات مميزة للاهتمام أو إذا كان هناك قيمة إضافية مثل الهدايا المجانية أو الضمانات المطوية

أطراف التفاوض

- المشتري: هذه هي الشخصية أو الجهة التي تقوم بشراء المنتج أو الخدمة. المشتري يبحث عن المنتج أو الخدمة التي يحتاجها ويعد صفقة الشراء
- البائع: يمثل البائع الجهة التي تقدم المنتج أو الخدمة للمشتري. يكون البائع عادة جهة تجارية أو شركة تسعى لبيع منتجاتها أو تقديم خدماتها
- وسيط/مُكَرِّل: في بعض الحالات، يمكن أن يكون هناك وسيط أو وكيل يعمل كوسيط بين المشتري والبائع. يهدف الوسيط إلى تسهيل التفاوض والتواصل بين الجانبين وضمان تحقيق صفقة ناجحة

أهداف التفاوض

- من وجهة نظر المشتري
 - الحصول على أفضل قيمة
 - ضمان جودة وكفاءة المنتج أو الخدمة
 - الحماية من المخاطر والمشاكل
 - الحفاظ على علاقة تعاونية طويلة الأمد
- من وجهة نظر البائع
 - تحقيق ربحية ملائمة
 - تحقيق استدامة العمل
 - حماية السمعة الفكرية والأصول
 - تحقيق رضا العملاء

قدرات نظام التخطيط الإلكتروني

- فيما يلي بعض القدرات الرئيسية لنظام التخطيط الإلكتروني
- إدارة طلبات الشراء
- إدارة الموردين
- تدارة المخزون
- متابعة التسليم
- إدارة التقارير والنفقات
- تقارير وتحليلات
- التكامل مع أنظمة أخرى

نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات

- 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 موزعة يمكن من إدارة وتنظيم جميع جوانب عملية الشراء. يمكن للمستخدمين إنشاء طلبات الشراء وتحديد الموردين ومراقبة حالة الطلبات وإدارة المخزون وتبني التسليم وإدارة الفواتير والنفقات
- يستخدم نظام التخطيط الإلكتروني لإدارة المشتريات، يمكن للمؤسسات أيضًا تحليل البيانات وإنشاء تقارير مفصلة حول عمليات الشراء. يمكن استخدام هذه التقارير لفهم الاتجاهات 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

طرق استلام الخدمات

- هناك عدة طرق شائعة لاستلام الخدمات في المواقع الإلكترونية، ومنها
- تسليم مباشر
- استلام بواسطة وأفعات شوكية
- استلام بواسطة الأجرة الثالثة
- استلام بواسطة الرافعات البرجية
- استلام بواسطة الأليبيب والأنظمة الأليبيب

طرق السداد بين البائع والمشتري

- وفيما يلي بعض الطرق الشائعة للسداد
- الفتح
- التحويل البنكي
- شيك بنكي
- الدفع باستخدام بطاقات الائتمان/الخصم
- التسديد عن طريق الحوالات المصرفية
- الدفع عن طريق الأسماء
- الدفع قبل الاستلام
- الدفع مقابل الاستلام
- الدفع بعد الاستلام

مكونات نظام التخطيط الإلكتروني

- فيما يلي المكونات الأساسية التي قد يتضمنها نظام التخطيط الإلكتروني
- واجهة المستخدم
- قاعدة بيانات الموردين
- إدارة طلبات الشراء
- إدارة المخزون
- إدارة التسليم
- إدارة التقارير والنفقات