



المعهد العربي للتدريب في الخليج

منهجية التوريد الاستراتيجي ذات السبع خطوات لتحسين قيمة المشتريات

لمحة عامة

- غالباً ما تُعتبر عمليات المشتريات كإجراءات إدارية ، تكثر خلالها أنشطة توريد وشراء موارد الشركة . لا شك أن التوريد الاستراتيجي يقدم منهجية استراتيجية تحسّن أنشطة التوريد باتباع منهجية فعّالة ذات 7 خطوات . في هذه الدورة التدريبية نستكشف تلك المنهجية الاستراتيجية الفعّالة التي يتم خلالها تصنيف المنتجات عبر تحليل إنفاق المؤسسة ، ثم نستكشف ست استراتيجيات للتسوّق ونحدد كيف يمكن لكل منها أن تتلاءم مع فئات المنتجات المختلفة . أخيراً نحدد مؤشرات الأداء الأساسية الملائمة واللازمة لتحقيق التحسين المستمر لأنشطة التوريد .

المنهجية

- تستخدم هذه الدورة التدريبية مجموعة متنوعة من التمارين ودراسة الحالات ومقاطع الفيديو والاستبيانات.

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- تحليل الإنفاق الداخلي وديناميكية السوق ، وذلك لوضع أسس خطة التوريد
- تطبيق استراتيجيات توريد مختلفة للوصول لأكبر توفير في التكاليف وتأمين توفير الموارد
- تحديد المؤردين الملائمين للتنفيذ الفعّال لخطة التوريد
- وصف العمليات التشغيلية والاستراتيجية لإدارة المشتريات لتحقيق أفضل قيمة
- تطبيق منهجيات مختلفة لإدارة عمليات المشتريات والتوريد
- تطبيق تقنيات متكاملة في إدارة المؤردين تساعد على استدامة العلاقة مع المؤردين
- إدارة أداء عمليات المشتريات بهدف تحقيق التحسينات المستمرة

الفئات المستهدفة

- تستهدف هذه الدورة التدريبية خبراء إدارة المشتريات وسلسلة التوريد في جميع المستويات المؤسسية والمسؤولين عن التخطيط وتوفير الموارد والشراء وجميع الموظفين الذين يشاركون في عمليات المشتريات.

محاورة الدورة

- التحليل
- تطبيق استراتيجيات
- تحديد الموردين الملائمين
- تحقيق الاهداف
- الادارة
- إدارة الأداء

الخطوة الأولى: تحليل فئات الإنفاق

- معرفة الدور الاستراتيجي لإدارة المشتريات
- التوريد الاستراتيجي ضمن سياق سلسلة التوريد
- الخطوات السبع للتوريد الاستراتيجي
- تحليل فئات الإنفاق
- إنشاء ملف بفئات الإنفاق
- تحليل التأثير المالي
- تقييم المخاطر السوقية
- توحيد تقارير الفئات
- حقيبة أدوات استراتيجيات التوريد
- تطبيق التكلفة الكلية للملكية TCO
- تجزئة وتحليل الموردين

الخطوة الثانية: تطوير استراتيجيات التوريد

- التخطيط لفئات الإنفاق باستخدام مصفوفة استراتيجية المشتريات
- البضائع المتكررة Routine
- البضائع الحرجة Bottleneck
- بضائع Leverage
- البضائع الاستراتيجية
- موازنة العلاقة بين المشتري والمورّد
- استراتيجيات التوريد الأساسية الست
- التطبيق الفعال لاستراتيجيات التوريد

الخطوة الثالثة: تحديد الموردين

- تحديد مواقع الموردين
- تسجيل الموردين
- تقييم الموردين
- المصادر الداخلية للتوريد
- برامج وصف تنوع الموردين

الخطوة الرابعة: تطوير عمليات المشتريات

- تحديد نطاق عمليات المشتريات
- وصف العمليات التشغيلية والاستراتيجية
- تطوير عمليات المشتريات
- دمج المبادئ الأخلاقية

الخطوة الخامسة: تطبيق عمليات المشتريات

- إدارة عمليات طلب المعلومات وطلب الأسعار وتقديم العروض RFI و RFQ و RFP
- تحديد معايير تقييم المناقصات
- تطبيق منهجيات شراء مبتكرة
- استخدام مصفوف اتخاذ قرارات الشراء
- استخدام أدوات ونماذج المشتريات

الخطوة السادسة: علاقات الموردين

- المؤهلات المسبقة للموردين
- إدارة برامج اعتماد الموردين
- الشراكة مع الموردين
- إدارة اتفاقيات مستوى الخدمة SLAs

الخطوة السابعة: إدارة أداء عمليات المشتريات لتحقيق التحسين المستمر

- إدارة خطة التوريد الاستراتيجية
- قياس وتحليل وإعداد التقارير حول الأداء
- تطوير مبادرات التحسين
- السياق المؤسسي لبطاقات تقارير الموردين
- مراقبة أوضاع الصناعة (مجال العمل)
- التطبيق المتكامل لجميع الخطوات



المعهد العربي للتدريب في الخليج