

منهجية التوريد الاستراتيجي ذات السبع خطوات لتحسين قيمة المشتريات (CILT)

لمحة عامة

غالباً ما تُعتبر عمليات المشتريات كإجراءات إدارية ، تكثُر خلالها أنشطة توريد وشراء موارد الشركة . لا شك أن التوريد الاستراتيجي يقدم منهجية استراتيجية تحسن أنشطة التوريد باتباع منهجية مُغاللة ذات 7 خطوات . في هذه الدورة التدريبية نستكشف تلك المنهجية الاستراتيجية الفعالة التي يتم خلالها تصنيف المنتجات عبر تحليل إنفاق المؤسسة ، ثم نستكشف ست استراتيجيات للتسوق ونحدد كيف يمكن لكل منها أن تتلاءم مع فئات المنتجات المختلفة . أخيراً نحدد مؤشرات الأداء الأساسية الملائمة واللزامية 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 وдинاميكية السوق ، وذلك لوضع أساس خطة التوريد

تطبيق استراتيجيات توريد مختلفة للوصول لأكبر توفير في التكاليف وتأمين توفير الموارد

تحديد المؤرّدين الملائمين للتنفيذ الفعال لخطة التوريد

وصف العمليات التشغيلية والاستراتيجية لإدارة المشتريات لتحقيق أفضل قيمة

تطبيق منهجيات مختلفة لإدارة عمليات المشتريات والتوريد

تطبيق تقنيات متكاملة في إدارة المؤرّدين تساعد على استدامة العلاقة مع المؤرّدين

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.

الكفاءات المستهدفة

التحليل

تطبيق استراتيجيات

تحديد المؤرّدين الملائمين

تحقيق الاهداف

الادارة

ادارة 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

توحيد تقارير الفئات

حقيقة أدوات استراتيجيات التوريد

تطبيق التكلفة الكلية للملكية COC

تجزئة وتحليل المورّدين

الخطوة الثانية: تطوير استراتيجيات التوريد

التخطيط لفئات الإنفاق باستخدام مصفوفة استراتيجية المشتريات

البضائع المتكرر Routine

البضائع الدرجة Bottleneck

البضائع بضائع Leverage

البضائع الاستراتيجية

موازنة العلاقة بين المشتري والمورّد

استراتيجيات التوريد الأساسية الست

التطبيق الفعال لاستراتيجيات التوريد

الخطوة الثالثة: تحديد المورّدين

تحديد موقع المورّدين

تسجيل المورّدين

تقييم المورّدين

برامج وصف تنوع المورّدين

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 مصروف اتخاذ قرارات الشراء

استخدام أدوات ونماذج المشتريات

الخطوة السادسة: علاقات المورّدين

المؤهلات المسبقة للموردين

إدارة برامج اعتماد الموردين

الشراكة مع الموردين

الخطوة السابعة: إدارة أداء عمليات المشتريات لتحقيق التحسين المستمر

إدارة خطة التوريد الاستراتيجية

قياس وتحليل وإعداد التقارير حول الأداء

تطوير مبادرات التحسين

البيئق المؤسسي لبطاقات تقارير المورّدين

مراقبة أوضاع الصناعة (مجال العمل)

التطبيق المتكامل لجميع الخطوات.