



الجزء الرابع: اللوجستيات ومطابقة التوريد مع الطلب

أولاً: تحديد وإدارة الجودة

1. مفهوم نظام ادارة الجودة الشاملة

يمكن تحديد مفهوم نظام ادارة الجودة الشاملة بصورة مختصرة على انه “تفاعل المدخلات وهي الافراد و الاساليب والسياسات والاجهزة، لتحقيق جودة عالية للمخرجات”.

ومن هنا يتضح بان نظام ادارة الجودة الشاملة عبارة عن توليفة الفلسفة الادارية الشاملة مع مجموعة من الادوات والمداخل لاغراض التطبيق

تقوم فلسفة إدارة الجودة الشاملة على المبادئ الاساسية الثلاثة التالية:

أ- التركيز على رضى المستهلكين من المخرجات.

ب- المساهمة الجماعية وفرق العمل.

ت- التحسينات المستمرة على نوعية العمليات والمخرجات.

وبالنسبة للبنى التحتية لنظام الجودة فتعود الى انظمة الادارة الاساسية التى تساعد المنظمة فى تطبيق المبادئ الحيوية لادارة الجودة الشاملة والتي تحتوى على العناصر التالية:

● القيادة.

● التخطيط الاستراتيجى.

● ادارة البيانات والمعلومات.

● العمليات الادارية.

● ادارة التوريد.

● ادارة الموارد البشرية

تلعب الثقافة دورا بارزا فى تطبيق نظام ادارة الجودة الشاملة لان مبادئ الجودة الشاملة يجب ان تكون جزءا حيويا من الحياة الثقافية للمنظمة. ومن هذه المبادئ الحيوية مايلى:



اولا: المعرفة الحقيقية لحاجات المستهلكين (السوق) من المخرجات.

ثانيا: عمل الاشياء الصحيحة بصورة صحيحة.

ثالثا: التركيز على تحسين وتطوير (عملية الابداع المستمر) لانظمة العمليات لغرض تحقيق اعلى قدر ممكن من رضى المستهلكين بالاضافة الى قيادة عملية تحقيق الاهداف الاقتصادية.

رابعا: العمل على رفع دافعية الافراد العاملين.

اما بالنسبة لمفهوم الجودة فهو:

“ مجموعة الخصائص والمفردات للسلع والخدمات التي تعتمد على مقدرتها في ارضاء حاجات ورغبات العملاء.”

2. خطوات ادارة الجودة الشاملة:

توجد العديد من الخطوات العامة الواجب اتخاذها قبل البدء بتنفيذ ادارة الجودة الشاملة.

ومن اهم هذه الخطوات :

أ. التنظيم

ب. الالتزام الادارى

ج. تغيير الثقافة

المحاور الخمسة لإدارة الجودة الشاملة

الوظيفة (الوظائف)	الأفراد	الهيكل التنظيمى	التكنولوجيا	عملية الجودة
- قضايا الجودة التغير الثقافى الأعمال الوظائف	- تشكيل فرق العمل - التعليم والتدريب - تطوير الإدارة ونظام الحوافز (المكافآت)	- المسئوليات - الإتصالات - التوجيه	- الخط - الإنتاجى - نظام المعلومات	- المنظمة وأنظمة تخطيط الجودة - قيادة المنظمة والسيطرة - تصميم الأساليب والفحص

أ. التنظيم:

تعتبر الحاجة الى لإعتماد نظام ادارة الجودة الشاملة على مستوى المنظمة بالكامل من الامور البالغة الاهمية.



2. رفع كفاءة هندسة العمليات وتصميم المنتج مما يؤدي الى الحصول على التصميم الافضل للمنتج.

3. الشراء وعملية اختيار الموردين لغرض الحصول على المواد والاجزاء ذات الجودة العالية.

4. رفع كفاءة هندسة الانتاج وكذلك تصميم الاعمال.

5. تفعيل دور ادارة الافراد لغرض تامين المهارات المناسبة.

6. ادارة الانتاج ومسؤولياتها فى تامين التدفق المنتظم للعمليات والمواد.

7. تفعيل عمليات الفحص والتفتيش للمنتجات والخدمات.

8. العمل على خدمة المستهلك لضمان جودة عالية من خدمات التسويق.

ثانياً: مطابقة التوريد مع الطلب

1. المدخل:

لقد ادى تطوير الاساليب الحديثة من البرمجيات فى ادارة المواد الى تقليل مدة التوريد واختزال مستويات المخزون ، وقد نتج عن جميع هذه الامور التغيرات الجذرية فى ادارة المواد والموجودات.

ويمكن تعريف الموجودات على انها " القسمة او الكمية من المواد الاولية والاجزاء والوحدات المجمعة والمفردات الاستهلاكية والمواد تحت الصنع بالاضافة الى الوحدات التامة الصنع الذى يحتفظ بها بالمخزون لتلبية الحاجات المستقبلية".

2. تصنيف الموجودات المخزنية

(أ) : التصنيف من حيث الاهمية

تعنى اهمية المفردة فى المعدة او الماكنة من حيث التشغيل والاداء حيث تصنف الى:

(1) المفردات الحيوية.

(2) المفردات الاحتياطية.

(3) المفردات المساعدة.

(ب) التصنيف من حيث معدلات الطلب



تعني توزيعات الطلب على قطع الغيار استنادا الى الطلب الكلى خلال فترة زمنية معينة مثل الاسبوع او الشهر او السنه وهنا تصنف قطع الغيار الى:

- (1) مفردات ذات معدلات الطلب العالية
- (2) مفردات ذات معدلات الطلب المنخفضة

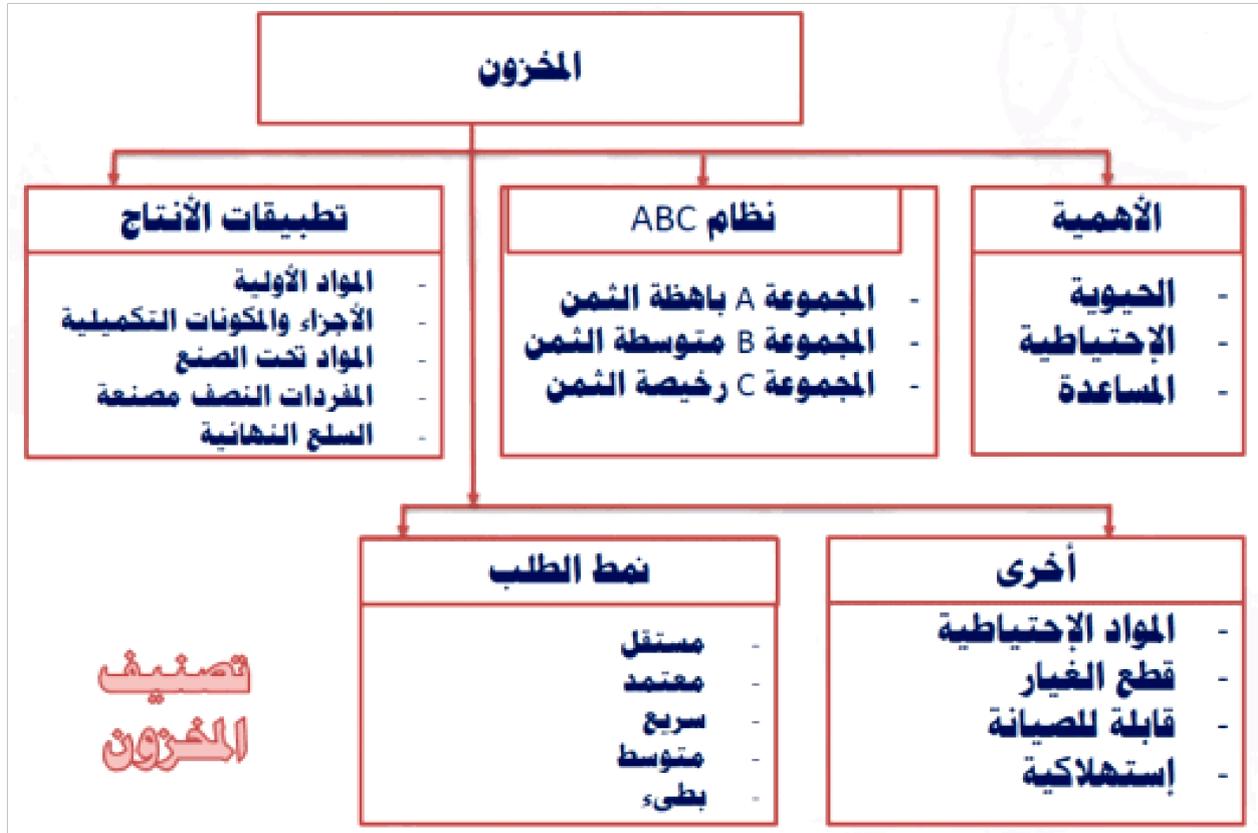
(ج): التصنيف من حيث قيمة المخزون

حيث تصنف الى:

المجموعة أ: وتعنى المفردات ذات القيمة العالية (او الباهضة الثمن) والتي تشكل عادة 60-70% من مجموع القيمة الكلية للمخزون.

المجموعة ب: وتعنى المفردات ذا القيمة المتوسطة الثمن والتي تشكل عادة 20-30% من مجموع القيمة الكلية للمخزون.

المجموعة ج: وتعنى المفردات الرخيصة الثمن والتي تشكل عادة 10-20% من مجموع القيمة الكلية للمخزون.





ثالثاً: مصادر المعلومات والتوريد

1. مستويات مصادر التوريد

توجد نوعين من مستويات مصادر التوريد هما المستوى الاستراتيجي والمستوى المرحلي / التشغيلي.

(أ) المستوى الاستراتيجي لمصدر التوريد

ويتعلق بالإدارة العليا في المنظمة ويمتاز بالقرارات البعيدة الامد ذات الصلة بالمفردات الاستراتيجية التي تحقق معدلات ربحية عالية وبمعدل مخاطر عال للموردين من جهة والمفردات التي تمثل نقطة الاختناق والتي تحقق معدلات ربحية ادنى وبمعدل مخاطر عال للتوريد من جهة اخرى.

(ب) المستوى التشغيلي لمصادر التوريد

والتي تتعلق بالقرارات ذات المستوى الادارى الادنى ذات الصلة بالمفردات غير الحرجة التي تمتاز بمعدلات ربحية عالية ومستويات متدنية من مخاطرة.

وتصنف مصادر المعلومات على النحو الاتي:-

- مصادر المعلومات الاستراتيجية.

- مصادر القرارات المرحلية والتشغيلية.

- المصادر الاستراتيجية:

وهي تلك المعلومات التي تهم المستويات العليا في المنظمة وتستخدم في عملية صنع القرارات الاستراتيجية.

- مصادر المعلومات للقرارات المرحلية والتشغيلية:

تمم القرارات ذات المستوى الادنى والمتعلقة بالمفردات ذات الربحية العالية والمنخفضة المخاطرة في ان واحد، كما و تعتبر هذه المفردات عادة غير حرجة.

رابعاً: اختيار السعر المناسب للشراء

1. مفهوم السعر

السعر هو "قيمة السلعة او الخدمة التي تقاس بالوحدة النقدية المعيارية المستخدمة". وبمعنى اخر، ان السعر يعنى

المفاضلة ما بين عرضين لقيمة معينه معروضة من قبل موردين او اكثر.



ويمكن ان يمتاز الطلب بمرونة قليلة مقابل السعر في الحالات التالية:

- وجود بدائل قليلة (او محدودة).
- وجود ما يسمى بالمشترون الذين يمتازون بالبطئ في اجراء التسعير والبحث عن مصادر بديلة للتوريد.
- المشترون الذين لا يستطيعون مواجهة تحديات السعر الاعلى.

2. اتفاقيات السعر

تعتبر عملية التفاوض من اجل الحصول على السعر المناسب من اهم وظائف ادارة الشراء في البحث عن الموردين الكفاء ومن جهة اخرى، فان المورد يناقش الامور التالية عند التفاوض في عقد الصفقات:

1. الموقف في السوق والذي يتحدد من الموقف الاحتكارى.

2. طبيعة الطلب من المنتج.

3. ماهو مستوى السوق.

4. اسعار المنافسين بصورة عامة.

5. حاجة المورد الى ادارة العروض المحالة في السوق.

6. القيمة الاقتصادية للمشتري في الامد الطويل.

اما المشتري ، فيدرس الاسعار من خلال الامور التالية:-

1. موقف المشتري في السوق.

2. مستوى المخاطرة المرافق لعملية الشراء وطريقة التسديد.

3. عدد الموردين في السوق وامكانية الحصول على المنتجات.

4. الاسعار التي يتعامل بها المنافسون.

5. العلاقة ما بين السعر والقيمة بمفهوم الميزة التنافسية.

6. الفترة الزمنية التي يجرى الاتفاق عليها بالسعر.

3. تحليل السعر

تعنى عملية تحليل السعر تفسير العناصر الأساسية لغرض تحقيق المعقولية للمبلغ المدفوع المقترح، وتعتمد

عملية تحليل السعر على الامور التالية:-

1. خبرة المشتري في مجال التكلفة والمعتمدة على المفردات التي تم شراؤها سابقا من قبل الموردين او الوسطاء.
2. تقديرات الكلفة التي تهيء عادة من قبل اقسام التكلفة لدى المشتري وتقديراتهم.
3. المعلومات والبيانات المقدمة من قبل المورد.