

الفصل السابع إدارة سلاسل التوريد عالمياً

أولاً : تطبيقات التوريد عالمياً

ساعدت تغيرات الاسواق العالمية ، الشركات أن تعمل ضمن نطاق مايسمى بالعولمة . وتوجد هناك ثلاث انواع من الشركات وهي :

١. الشركات التي تجعل الاشياء تحدث
٢. الشركات التي شاهدت الاشياء تحدث
٣. الشركات التي تندش لما حدث

ومن خلال هذه الانواع الثلاث للشركات جاء التغيير لزماً على الشركات التي تريد أن تواكب التطورات العصرية الحديثة كي تتمكن من الإستمرار والبقاء .

هناك قوتان هائلتان تحددان خارطة الإقتصاد العالمي اليوم وهما

١. التقنية
٢. العولمة

الإتجاهات الحديثة للربح

إتجهت الشركات الحديثة إلى استقطاب عقول قادرة على التغيير والتفاعل مع المتغيرات الحديثة وإجراء التحسينات التي تؤثر على العملاء والمنافسين والموزعين والموردين (وصارت الإتجاهات الحديثة للربح تمر من خلال تسع معادلات)

- ١- الربح عن طريق الجودة العالمية
- ٢- الربح عن طريق خدمة افضل
- ٣- الربح عن طريق اسعار اقل
- ٤- الربح عن طريق نصيب أكبر في السوق
- ٥- الربح عن طريق التكيف وتعميم المنتج فوق احتياجات العملاء
- ٦- الربح عن طريق التطوير المستمر للمنتج
- ٧- الربح عن طريق الابتكار في المنتج
- ٨- الربح عن طريق الخول في الاسواق ذات النمو العالي
- ٩- الربح عن طريق استباق توقعات العميل

القنوات التصنيعية

هناك خمسة قنوات تصنيعية هي :

المنتج : ان تصميم المنتج يحدد عمليات الانتاج ، وكذلك يتحدد بموجبة متطلبات الامداد لأغراض النقل والمخزون والتسليم

الإنتاج : الانتاج والعمليات لهما علاقة بتصنيع المنتج وتدفق المنتج ، لذا فهما يؤثران في المخزون والنقل ووقت التسليم .

التزويد او التجهيز : التزويد او التجهيز هي مرحلة من مراحل حلقات المشتريات الموجهة للتصنيع

التوزيع : هو الذي يربط بين الانتاج والسوق ، وتؤثر على العمليات اللوجستية من خلال الخدمة الكفؤ والفعالة

إدارة الطلب : وتتطلب عدة أنشطة ذات علاقة بالسوق وبالتوقعات المستقبلية وعمليات طلبات الزبون والتنسيق السوقي ومبيعات الأنشطة المساندة .

العوامل المؤثرة للدخول إلى الأسواق العالمية

١. قدرة او طاقة السوق
٢. التنوع الجغرافي
٣. المنتجات القريبة من نهاية دورة حياتها في الأسواق المحلية
٤. تجاوز طاقة الإنتاج
٥. مصدر المنتجات والأشكال الجديدة
٦. المنافسة الأجنبية في السوق المحلية

استراتيجيات دخول الأسواق العالمية

١. التصدير
٢. إذن او ترخيص او حرية العمل
٣. المشاريع المشتركة
٤. التملك
٥. الاستيراد
٦. التجارة التبادلية

ثانياً : التوجهات المستقبلية لسلاسل التوريد عالمياً

تعتمد الاستراتيجية العالمية للوجستيات وسلاسل التوريد على

السرعة في تقديم المنتج : تقديم منتجات جديدة الى السوق في وقت قياسي وعبر الاقاليم او الاقطار المختلفة

التركز على السوق : وضع التصاميم بما يتناسب ذوق الزبائن ، التغليف ، وتوفير الخدمات إستجابة لمتطلبات السوق

الاستجابة السريعة في التوزيع : التوزيع الكفوء لكميات المنتج المباع لتلبي طلبات الزبون

خدمات منتشرة : خدمات القيمة المضافة كتعبئة المنتج وإرساله او الخدمة خلال ال ٢٤ ساعة للمنتج المقدم

قنوات إبداعية : توفير أنظمة توزيع تساعد في الوصول إلى الزبائن بأسرع وقت ممكن وبتكاليف متواضعة

ثالثاً : التحديات التي تواجه سلسلة التوريد عالمياً

اي شيء يمكن ان يؤثر على استراتيجية سلاسل التوريد ولا يمكن ان يكون تحت السيطرة المباشرة او تحت سلطة مدير سلاسل التوريد يعرف بعنصر غير مسيطر عليه ، والعناصر الرئيسية غير المسيطر عليها تتضمن

١. الانظمة القانونية والسياسية للأسواق الأجنبية
٢. الانظمة الاقتصادية
٣. درجة المنافسة في السوق
٤. مستوى تكنولوجيات التوزيع المتوفرة او التي يمكن توفيرها
٥. التركيب الجغرافي للسوق الاجنبي
٦. المعايير والقواعد الثقافية والاجتماعية للأسواق المستهدفة

رابعاً : تنظيم سلاسل التوريد عالمياً

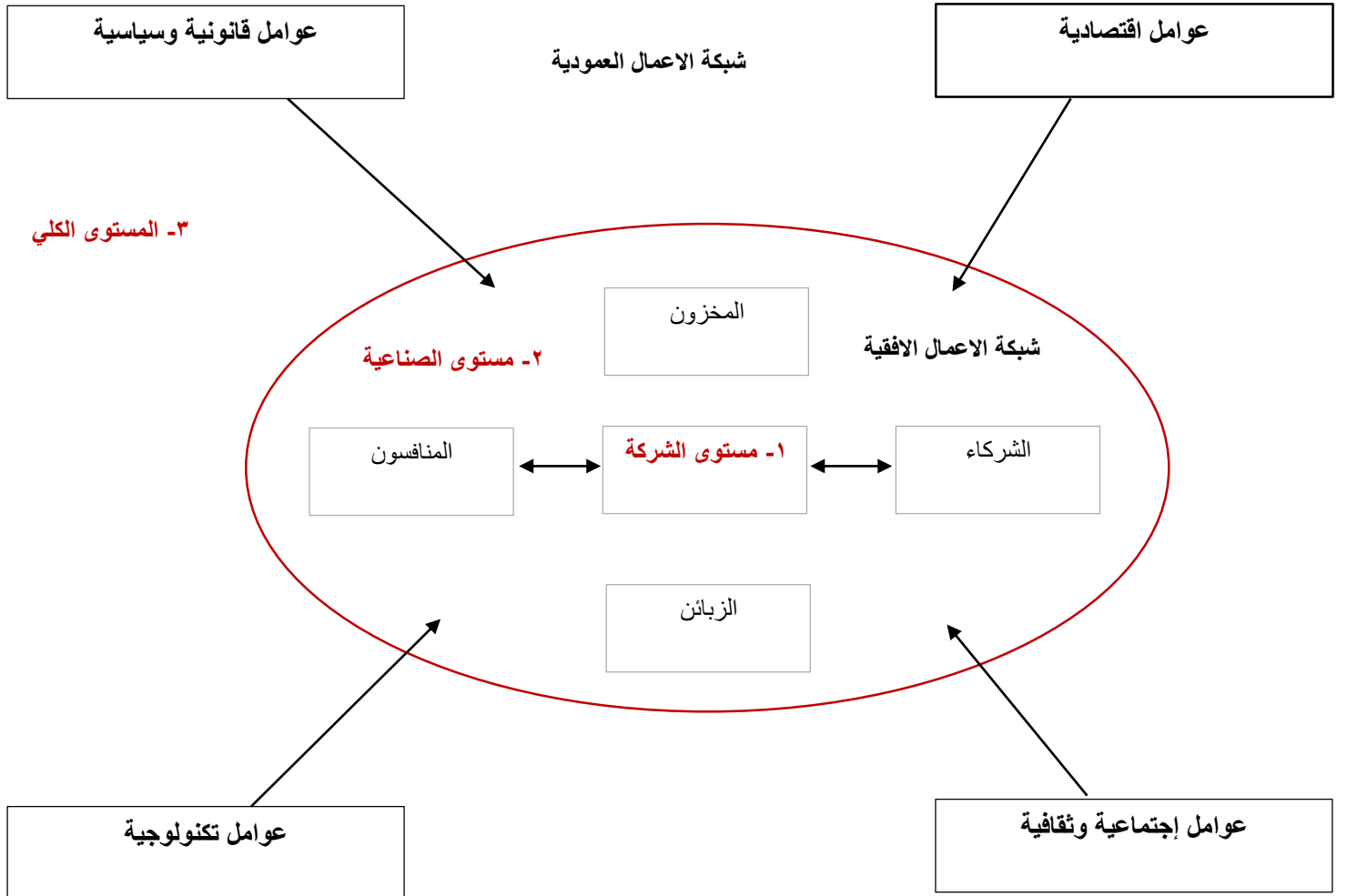
سلاسل التوريد العالمية هي اكثر من ادارة او علاقة مباشرة للإنتاج او التوزيع ، وهي شبكة من العلاقات لشركاء من الداخل والخارج ، وتتطلب ايجاد علاقة تشغيل للمنظمات تحت اختلاف تام في السياسة والإقتصاد والبيئية المادية ، هذه العلاقات تتطلب تنسيق تام .

وتتأثر إدارة سلاسل التوريد العالمية بالإستراتيجية الاندماجية المشكلة بواسطة المنتجات ، والتكنولوجيا والسوق وكذلك بواسطة سلاسل التوريد للمنافسة علاوة على ذلك تتأثر بعناصر أخرى مثل السياسات الحكومية والاسواق الوسيطة والمنافسة والصناعات الداعمة

هناك ثلاث مستويات تؤثر على انظمة التوزيع وهي

- (١) مستوى الشركة او الشركات : حيث يجب فهم وتحليل الوضع الداخلي للشركة
- (٢) مستوى شبكة القيمة : عند هذا المستوى يتم التركيز على المجهزون والشركاء والمنافسون والزبائن
- (٣) المستوى الكلي العالمي :
 - العوامل القانونية والسياسية
 - العوامل الاقتصادية
 - العوامل التنافسية الاجتماعية
 - العوامل التكنولوجية

إدارة سلاسل التوريد عالمياً



إن التصميم التقليدي لتنظيم سلاسل التوريد عالمياً لغرض تحقيق الاهداف التشغيلية ، يدور حول اربعة نقاط مهمة هي :

- التكنولوجيا
- التسويق
- التصنيع
- اللوجستيك