CONCEPT

التوريد الاستراتيجي وإدارة علاقات الموردين (SRM)

18 – 22 يناير 2027

دبي - فندق خمس نجوم في وسط الأعمال



التوريد الاستراتيجي وإدارة علاقات الموردين (SRM)

المرجع: 1283_7892 **التاريخ:** 18 – 22 يناير 2027 **المكان:** دبي - فندق خمس نجوم في وسط الأعمال **الرسوم:** SAR 19500

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** لعب أدوار

مقدمة

تحسن مؤسسات كثيرة اختيار مورديها، ثم تتعامل مع أهمهم كما تتعامل مع أي مورد آخر. فتوقع العقود، ولا يراجع الأداء إلا عند وقوع الإخفاق، وتتراكم مخاطر الاعتماد على المورد دون أن يلاحظها أحد، ولا يطلب من الموردين الابتكار الذي يمكنهم تقديمه. تربط هذه الدورة من كور كونسبت قرارات التوريد الاستراتيجي بالإدارة المنضبطة للعلاقات التي يجب أن تليها. ويصنف المشاركون قاعدة موردیهم، ويقارنون خيارات التوريد على أساس التكلفة الإجمالية، ويضعون الحوكمة وبطاقات الأداء، ويتدربون على المراجعات والمفاوضات والتصعيد، ثم يخرجون بخطة علاقة استراتيجية مع مورد حيوي.

أهداف الدورة

- تحليل قاعدة الموردين وتقييم نضج إدارة علاقات الموردين باستخدام بيانات الإنفاق والعلاقات
- تصنيف الموردين بمصفوفة Kraljic ونموذج تفضيل الموردين Supplier Preferencing، وتحديد نهج التوريد والعلاقة لكل فئة
- تقييم خيارات التوريد على أساس التكلفة الإجمالية للملكية ومعايير الاختيار المرجحة
- إرساء الحوكمة وبطاقات الأداء وإجراءات المراجعة الدورية للموردين الاستراتيجيين
- قيادة مراجعات الموردين والمفاوضات والتصعيد بما يحمي القيمة والعلاقة معا
- إعداد خطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد بصيغة جاهزة لاعتماد القيادة

الفئة المستهدفة

- مديرو المشتريات والتوريد المسؤولون عن مجالات الإنفاق الحيوية
- مديرو علاقات الموردين المسؤولون عن الموردين الاستراتيجيين
- مديرو العقود والشؤون التجارية المشرفون على أداء الاتفاقيات الكبرى
- مديرو سلاسل الإمداد والعمليات الذين تعتمد استمرارية أعمالهم على موردين رئيسيين
- مديرو فئات الإنفاق المنتقلون من إدارة المنافسات إلى إدارة الموردين على المدى الطويل
- مديرو الجودة وتطوير الموردين المسؤولون عن رفع قدرات الموردين

محاور الدورة

اليوم الأول: التوريد والعلاقات مع الموردين في سياقها

- روافع القيمة في التوريد الاستراتيجي وتحليل مكعب الإنفاق
- تحليل قاعدة الموردين بأسلوب باريتو للإنفاق
- تقييم نضج إدارة علاقات الموردين في الحوكمة والأفراد والبيانات
- طيف العلاقات: التعاملية والتعاونية والتحالف الاستراتيجي
- جمع المتطلبات الداخلية باستخدام مصفوفة RACI

اليوم الثاني: أطر التوريد وإدارة العلاقات

- مصفوفة Kraljic لتحديد موقع التوريد
- نموذج تفضيل الموردين وجاذبية العميل في نظر المورد
- نموذج التكلفة الإجمالية للملكية TCO في قرارات التوريد
- دورة حياة العلاقات التعاونية وفق المواصفة ISO 44001 لإدارة علاقات الأعمال التعاونية
- نموذج Vested للعلاقات القائمة على النتائج

اليوم الثالث: قرارات التوريد وحوكمة العلاقة

- مصفوفة قرار التصنيع أو الشراء والتوريد من مصدر واحد أو مصادر متعددة
- بطاقة اختيار الموردين المرجحة مع معايير الاستدامة وفق ISO 20400
- ميثاق حوكمة العلاقة: الراعي التنفيذي ومالك العلاقة ووتيرة المراجعة
- بطاقة الأداء المتوازن للمورد وتعريفات مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
- تصميم جدول أعمال المراجعة الربعية للأعمال وسجل المتابعة

اليوم الرابع: مخاطر العلاقة وتطوير الموردين وخلق القيمة

- تقييم مخاطر الاعتماد على المورد بما يتوافق مع ISO 31000
- ضوابط البند 8.4 من ISO 9001 للعمليات المقدمة من جهات خارجية
- برنامج تطوير الموردين وخطة الإجراءات التصحيحية
- خلق القيمة المشتركة ومسار الابتكار بقيادة المورد
- تشخيص انهيار العلاقة وتخطيط استراتيجية الخروج

اليوم الخامس: لعب الأدوار وخطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد

- لعب أدوار في التفاوض مع المورد باستخدام تحليل BATNA وZOPA
- لعب أدوار في مراجعة أعمال مع مورد متدني الأداء
- لعب أدوار في التصعيد: إخفاق التوريد والتزامات المعالجة
- إعداد مسودة خطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد
- عرض الخطة على لجنة توجيهية افتراضية

المهارات المكتسبة

- تصنيف قاعدة الموردين
- تحليل التكلفة الإجمالية للملكية
- إدارة أداء الموردين
- تصميم حوكمة العلاقات
- التفاوض التجاري
- تطوير الموردين
- تقييم مخاطر الموردين
- خلق القيمة التعاونية

لماذا تحضر هذه الدورة

- تخرج بخطة علاقة استراتيجية مع مورد محدد، وقد عرضتها أمام لجنة توجيهية افتراضية
- تدير مراجعة صعبة أو حالة تصعيد مع المورد بهيكل تدربت عليه بدلا من الارتجال
- تنقل النقاش مع الموردين الرئيسيين من السعر إلى قيمة وابتكار يقاسان بشكل مشترك
- تتبادل الخبرات مع مديرين من قطاعات التصنيع والخدمات والطاقة وسلاسل الإمداد الحكومية

الخاتمة

تتحقق قيمة المورد بعد توقيع العقد، من خلال العلاقة التي تليه. تنتقل هذه الدورة من تحليل قاعدة الموردين وتصنيفهم، مرورا بقرارات التكلفة الإجمالية والاختيار، وصولا إلى الحوكمة وبطاقات الأداء وتطوير الموردين ومخاطر العلاقة. ويتدرب المشاركون في اليوم الأخير على المفاوضات والمراجعات وحالات التصعيد التي تختبر العلاقة، ثم يحولون ما تعلموه إلى خطة علاقة استراتيجية مع المورد، فيمتلكون طريقة منظمة لإدارة أهم مورديهم بوصفهم شركاء على المدى الطويل.