**وظيفة التموين و اللوجستيك**

وهي مجموعة العمليات التي تسمح للمؤسسة بالحصول على السلع و الخدمات الضرورية )المواد الأولية...الخ (من الموردين مع الأخذ بعين الاعتبار الخصائص التالية: الأمان/ التكلفة/ الجودة/ الآجال. وتشتمل وظيفة التموين على مهمتين هما: الشراء و تسيير المخزونات.

1. **تعاريف**

للتموين عدة تعاريف تختلف باختلاف وجهات النظر لمتناوليها.

1. عرف P. COLONERI التموين على أنه: "ضمان إمداد المؤسسة بمادة مؤهلة لتأدية أية خدمة وذلك بالنوعية المطلوبة وفي الوقت المحدد، وبأدنى تكلفة ممكنة".
2. أما ROTARO فقد عرف التموين بأنه: "كل عملية يكون هدفها الحصول على منتوجات وخدمات ضرورية لسير عادي لعملية الإنتاج العادية".
3. أما تاروند ويعرف التموين على أنه الوظيفة التي تسير تدفقات مجموعة اللوازم الضرورية (منتوج، وسائل الإنتاج)، إلى جانب التدفقات اللامادية (إعلام) أو المالية.
4. في حين نجد تعريف الدكتور مصطفى زهير يفرق بين نوعين من التموين:

**أ- التموين في المؤسسات التجارية**: هو الشراء من أجل البيع حيث يبحث المشتري عادة على السلع التي يرغبها العملاء ودون وصف دقيق ومحدد لمواصفاتها، ثم يقوم بتوفيرها لمواجهة طلباتهم، وذلك بسعر يحقق الربح المناسب ويضمن في نفس الوقت قناعة العملاء.

**ب- التموين في المؤسسات الصناعية**: أين نجده يرتكز على المعايير المحددة والمواصفات لما لها من أهمية بالغة في مزاولة هذا النشاط.

**التموين** هو مجموعة الإجراءات التي تسمح بوضع تحت تصرف المؤسسة في الوقت المناسب و الكمية المناسبة و الجودة المناسبة كل المواد اللازمة لاستمرار عملياتها الإنتاجية و بأقل تكلفة.

1. **أهداف التموين**: لزيادة فعالية وظيفة التموين، على المؤسسة تحليل القيود الستة للمؤسسة التي تشكل

أهداف سياسة التموين والتي يمكن التطرق لها كمايلي:

-1-**السعر/التكلفة** : و المتمثلة في وضعية التنافس بين الموردين المحتملين، الشراء بكميات معتبرة، المعايرة

التقليل من تكاليف الحصول وامتلاك المخزونات. ،standardisation

-2-**الاستمرارية:** و المتمثلة في التوقع بالحاجات، تحليل الوضعية المالية للموردين، علاقات الشراكة مع

الموردين.

-3- **المرونة**: والمتمثلة في اختيار الموردين الذين لديهم القدرة على سرعة التكيف مع تطور الحاجات، تحسين العلاقات الزبائن/ الموردين.

-4-**الجودة**: و المتمثلة في تدخل الزبون في تصميم وصناعة المنتجات، البحث على تجانس المنتجات )الانتظام (، اختيار طريقة الرقابة.

-5-**الأمان**: و المتمثلة في استمرارية التسليمات، حماية المستودعات، القوة المالية للموردين.

-6-**الآجال**: و المتمثلة في انتظام التسليمات، البحث على تخفيض الآجال، فعالية المورد و الناقل.

1. **المشتريات:** إن تسويق الشراء، معالجة طلبات الشراء ومتابعة الطلبيات هي من مسؤولية المشتري.

 **-1تعريف الشراء:** هي عملية القيام بالتدفقات المستمرة و الفعالة للمواد الضرورية و اللازمة حسب الحالة و المرحلة المطلوبة، وقد يكون الشراء بقصد الاستهلاك الشخصي أو بقصد البيع أو توفير المستلزمات الصناعية. و بالتالي فمهمة الشراء هي المسؤولة عن توفير وتدبير احتياجات المؤسسة من المواد و التجهيزات اللازمة وفق سياسة محددة وواضحة بما يخدم نشاطات المؤسسة المختلفة للوصول إلى الأهداف المرسومة.

**-2** **تسويق الشراء**: ترتبط الخدمات التجارية بالسوق الذي تصب فيه السلع و الخدمات

و تعتمد عملية التموين على المزيج الشرائي Purchasing mix ،

و ترتبط خدمات التموين بالسوق المنبع le marché amont .....على خلاف المزيج التسويقي. le marché aval

المتكون:

 **- 1.2 سياسة المنتج**: المرتبطة بوثائق المنتج، البحث عن المنتجات.

 **- 2.2 سياسة المصدر**: دراسة شعب التموين.

**- - 3.2 سياسة السعر**: المعرفة الجيدة لأسعار السوق والشروط المالية المطبقة من طرف كل مورد بالإضافة إلى تحليل القيمة.

 **- 4.2 سياسة الاتصال**: على المشتري أن يتقدم بخطوة على المورد، من خلال تتبع العروض في التظاهرات مثل المعارض و المنصات الالكترونية الخاصة.

 **- 3** **معالجة طلبات الشراء**: التعليمات المرتبطة بالطلب تعتمد على التحقق من أن الطلب مقبول ومناسب أي كل منتج يحتوي على المعلومات الضرورية: الكمية، الجودة، الآجال و مكان التسليم. و معالجة طلب الشراء تمر عبر أربعة مراحل:

 **- 1.3 الاستشارة:** إرسال طلب للأسعار للموردين أو عرض مناقصة.

 **- 2.3 اختيار المورد:** يتم اختيار المورد بناء على إعداد جدول مقارنة بين الإمكانيات المتاحة المختلفة من ناحية تكاليف الشراء، الجودة التقنية، آجال التموين، القدرة على تنويع مستوى الإنتاج.

 **- 3.3 التفاوض**: مناقشات بين المشتري و المورد حول البنود التقنية، التجارية، القانونية و الضمان.

 **- 4.3 منح العقد**: إن تقديم الطلبية يطلق مسار التموين و الالتزام المالي، وهذا يعني بأن طلبية الشراء تمت المصادقة عليه تقنيا حسب قواعد المؤسسة.

 **- 4** **متابعة الطلبيات**: تتم متابعة الطلبيات على مستوى المؤسسة حسب المراحل التالية:

 **- 1.4 متابعة الآجال**: متابعة تنفيذ الطلبية تبدأ بإرسالها إلى المورد إلى غاية التحقق من الفاتورة لآخر إرسال.

 **- 2.4 المراقبة النوعية و الكمية**: يتم الاستقبال الكمي والنوعي للسلع من طرف مصلحة الاستقبال التي تراقب الكميات المستقبلة، المقبولة، المرفوضة.

 **- 3.4 تسوية المورد**: يتم تسوية الفاتورة من طرف مصلحة المحاسبة بعد تلقي فواتير الشراء من الموردين (التحقق من المبلغ المستحق وآجال التسليم

1. **تسيير المخزونات:**

**1 - تعريف المخزون**: المخزون هو أصول مكونة من سلع تملكها المؤسسة موجهة إما للبيع المستقبلي أولإستعمالها من أجل إنتاج سلع جديدة موجهة للبيع. كما يعرف بأنه مجموع السلع التي تدخل في دورة استغلال المؤسسة و التي يمكن بيعها أو تدخل في عملية الإنتاج مرة أخرى أو يتم استهلاكها في أول استخدام. وتتميز المخزونات بوجود تدفق داخل وتدفق خارج ومستوى السلع في الانتظار**.**

**2 - تسيير المخزونات:** مجموعة من الأنشطة و التقنيات الضرورية بالنسبة للمؤسسة لتحقيق برنامج الاحتياط من التخزين للمواد و السلع و توجيه المبيعات في أحسن الظروف الاقتصادية و ذلك باجتناب حالة نفاذ المخزون أو حالة تراكمه. و تختلف أنماط تسيير المخزون من مؤسسة لأخرى ومن منتج لآخر، ولكل أنواع المخزونات من خلال الإجابة على الأسئلة التالية: ماذا؟ كم؟ متى؟ بأي سعر؟**.**

1. **اللوجستيك:**

**1 - تعريف اللوجستيك**: هو مجموعة الأنشطة المتعلقة بتسيير التدفق المادي وتدفق المعلومات على طول السلسلة من التموين إلى التسويق، حيث نجد:

- **اللوجستيك من المصدر:** و هو طريق المواد من الموردين إلى مراكز الإنتاج في المؤسسة.

- **اللوجستيك إلى المصب :** وهو طريق المنتجات النهائية من مراكز الإنتاج إلى الزبائن.

**أهداف أنشطة اللوجستيك:** تتمثل في الأهداف التالية:

**أ.** الاستجابة السريعة لحاجات ورغبات الزبائن في السوق، من خلال ضمان تدفق السلع والخدمات في أقصر وقت ممكن.

**ب.** نقل وتوفر السلع والخدمات إلى الزبائن في الأسواق بفعالية.

**ج.** ضمان تحقيق میزة تنافسية.

**2 - مجال ودور اللوجستيك في المؤسسة**: إن أنشطة اللوجستيك مندمجة في جميع أنشطة المؤسسة، لذلك تسمى بسلسلة اللوجستيك التي تقدم التصور الشامل لكل التدفقات داخل المؤسسة، لذلك فتطور مجال استخدامها وتحليلها يعتمد مباشرة على مستوى تطور الوظيفة داخل المؤسسة، والذي يسمح بالتمييز بين أنشطة لوجستيك المنتج و أنشطة لوجستيك الدعم (متابعة لوجستيك المنتج بعد البيع) كما هو موضح في الجدول التالي:

