

ویژه شب امتحان

نکات مهم فصل به فصل

خلاصه جامع کتاب

آپدیت مرداد ۱۴۰۵

# سیستمهای خرید، انبارداری و توزیع

ناشر: انتشارات دانشگاه پیام نور (علی اصغر انواری رستمی)

دانشگاه پیام نور

منبع اصلی دانشجویان:

مناسب برای رشته‌های //



مدیریت بازرگانی، صنعتی و سایر رشته‌های مرتبط  
پیام نور

نویسنده جزوه //



تیم تالیف بژیک

نوع فایل //



خلاصه میکرو طبقه‌بندی شده

کیفیت //



تضمین ۱۰۰٪ مطالب

۵

ساعت مطالعه

۱۰۰٪

پوشش نکات

۵۳

صفحه مفید

## فصل اول: نقش مدیریت خرید و تدارکات در بازرگانی و اقتصاد ایران

### اهداف و مدل های اقتصاد کلان

- ✓ اهداف اقتصادی دولت ها جهت افزایش سطح زندگی و رفاه شهروندان دنبال می شود.
- ✓ این اهداف شامل اشتغال کامل، رشد مداوم اقتصادی، تعادل در تراز پرداخت های خارجی و ثبات قیمت ها است.

 **رشد اقتصادی از طریق محاسبه تغییر در درآمد ملی قابل سنجش است و درآمد ملی به ارزش پولی کلیه کالاها و خدمات نهایی طی یک دوره یکساله در اقتصاد ملی اطلاق می گردد.**

- ✓ در مدل ساده دو بخشی، ارتباط از طریق درخواست عوامل تولید توسط بنگاه ها و پرداخت مزد و سود به خانوارها شکل می گیرد.
- ✓ همچنین خانوارها کالاها و خدمات را درخواست کرده و مخارج مصرفی را به بنگاه ها می پردازند.
- ✓ در مدل سه بخشی، خانوارها عوامل تولید را به بنگاه ها داده و حقوق دریافت می کنند.
- ✓ خانوارها کالاها را خریداری نموده و با پرداخت مالیات به دولت، بودجه رفع نیازمندی های حکومت را فراهم می کنند.
- ✓ ابزارهای تحلیل قیمت شامل مناقصه رقابتی و مقایسه قیمت های پیشنهادی با قیمت های متداول و جاری بازار است.
- ✓ روش مهندسی معکوس نیز یکی دیگر از روش های قیمت گذاری محسوب می شود.

### خریدهای سرمایه ای

- ✓ خریدهای سرمایه ای اقلامی هستند که به طور دائم استفاده می شوند و عمر طولانی تری دارند.
- ✓ تجهیزات کامپیوتری و ماشین آلات دائماً خریداری نمی شوند، لذا تصمیم گیری در خرید آن ها عواقب طولانی مدتی دارد.

### معیارهای ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان و واحد خرید

- ✓ معیارهای اصلی شامل تعداد عرضه کنندگان، میزان اشتباه در سفارش ها، و تعداد درخواست های خرید در برابر سرمایه گذاری است.
- ✓ همچنین درصد سفارش های عقب افتاده، خروج موجودی از انبار به سبب تأخیر، و تعداد دفعات وقفه در تولید ارزیابی می شود.
- ✓ توجه: این فایل رایگان نیست و منحصراً برای سایت "بژیک" با آدرس اینترنتی [www.bzhik.ir](http://www.bzhik.ir) تهیه و تنظیم شده است. تمام حقوق مادی و معنوی این محصول، متعلق به سایت "بژیک" می باشد؛ هر گونه کپی برداری و انتشار



- ✓ غیر قانونی آن توسط افراد سودجو، بدون اخطار قبلی، پیگرد قانونی در پی خواهد داشت؛ لذا بایستی مستقیماً از این سایت خریداری شود در غیر این صورت مسئولین راضی نمی باشند و حرام و حق الناس می باشد.
- ✓ درصد اقلام رد شده و ارزیابی عرضه کنندگانی که از فنون کنترل آماری بهره گرفته اند از دیگر معیارهاست.
- ✓ مقدار تحویل شده، ارزش موجودی، درصدهای مستلزم حمل چندمرحله ای و کیفیت حمل و نقل نیز سنجیده می شوند.
- ✓ سیستم نقطه سفارش مجدد برای محصولات با تقاضای مستقل و غیروابسته کاربرد دارد.
- ✓ روش برنامه ریزی تأمین مواد لازم (MRP) جهت برآورد کردن نیازمندی های تولید یا فروش وابسته استفاده می شود.
- ✓ سیستم سوم، شبکه عرضه کنندگانی است که مستمراً با برنامه های تولید هماهنگ بوده و محصولات استاندارد را عرضه می دارند.

## مدیریت عرضه کنندگان

- ✓ وظایف خریدار شامل تحقیق مستمر بر منابع، هماهنگ سازی اطلاعات دریافتی و برنامه ریزی و کنترل دقیق است.



**دقت کنید:** مدیریت حساب های کلیدی و تمرکز بر روی چند عرضه کننده از نکات حائز اهمیت است که نیازمند جذابیت شرکت برای آن هاست.

- ✓ روش مایکل پورتر برای ارزیابی رقابتی بازار شامل پنج نیرو است:
  - ✓ وضعیت مشتریان در آن صنعت
  - ✓ وضعیت عرضه کنندگان در بازار
  - ✓ خطر ورود شرکت جدید به بازار
  - ✓ خطر جایگزینی محصول
  - ✓ وضعیت رقبای صنعتی و مخاطرات آنها
- ✓ پس از انتخاب عرضه کننده، ایجاد احساس راحتی بین دو طرف با ابزارهایی نظیر گروه های بهبود مستمر ضروری است.
- ✓ حسابداری، هزینه یابی و قیمت گذاری آشکار از دیگر ابزارهای عملی ایجاد ارتباط مؤثر می باشند.

## قیمت گذاری خرید

- ✓ بهای خرید تنها هزینه نیست و قیمت کالاها از هزینه های متغیر، ثابت و نیمه متغیر تشکیل می شود.
- ✓ کالاهای استراتژیک اهمیت و پیچیدگی زیادی دارند و وظایف اصلی شامل تصمیم گیری در مورد ساخت یا خرید است.



✓ پیش‌بینی دقیق تقاضا، تحقیق در خصوص وضعیت بازار و تحلیل مخاطرات از دیگر وظایف این بخش است.

### مشخصات تجاری، طراحی و عملکردی محصولات موضوع خرید

✓ جهت انتقال صحیح خواسته‌ها سه نوع مشخصات تعیین می‌شود:

#### ۱- مشخصات تجاری

✓ توسط سازمان‌های ملی یا دولتی تعیین می‌شوند نظیر ابعاد حساس و ترکیبات شیمیایی و حدود تغییرات مجاز کالاها.

#### ۲- مشخصات طراحی

**دقت کنید:** در صورتی که هزینه اقلام استاندارد قابل قبول نباشد یا محصول توسط حق امتیاز حمایت شود، باید مشخصات طراحی دقیقاً مشخص گردد.

#### ۳- مشخصات عملکردی

✓ نیازهای مورد انتظار از محصول را بیان کرده و عرضه‌کننده را جهت کاهش هزینه‌ها با مهارت‌های خود آزاد می‌گذارد.

### زمان مناسب خرید

✓ عوامل مؤثر شامل مقادیر موجودی، فواصل زمانی سفارش و دریافت، حداقل مقدار سفارش و خریدهای همزمان جهت کاهش هزینه حمل است.

✓ موجودی احتیاطی جهت رفع کمبود در فاصله بین سفارش و تحویل نگهداری می‌شود.

✓ با بهره‌گیری از تکنیک‌های پیش‌بینی تقاضا و سیستم نقطه سفارش مجدد، می‌توان حجم خریدهای مازاد را کاهش داد.

✓ امروزه خریدار وظیفه نظارت بر بازارهای عرضه، پیش‌بینی روندها و اداره عرضه‌کنندگان را با کمترین هزینه بر عهده دارد.

✓ مهارت‌های مورد نیاز خریدار شامل مهارت‌های ارتباطی، تحلیل مالی، مهارت‌های پژوهشی برای کنترل بازارها می‌باشد.

✓ همچنین مهارت‌های استراتژیک جهت انطباق اهداف و مهارت‌های روانشناسی برای شکوفایی عرضه‌کنندگان الزامی است.

### اهمیت اقلام خرید، پیچیدگی عرضه و ماتریس اولویت‌ها

✓ اولویت‌بندی خریدها بر اساس اهمیت قلم خرید برای شرکت و پیچیدگی بازار عرضه انجام می‌شود.