تدارکات چیست و مدیر تدارکات چه ویژگی‌هایی دارد؟

هر سازمانی باید برای ادامه فعالیت‌های خود، مبلغ قابل توجهی از بودجه‌اش را به خرید محصولات و خدمات اختصاص دهد. به همین دلیل، سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا روش‌های مناسبی را برای خرید اقلام مورد نیاز خود پیدا و پیاده‌سازی کنند. این فرآیند، «تهیه و تدارکات» نام گرفته است. در ادامه این مطلب، ابتدا به سؤال تدارکات چیست؟ پاسخ می‌دهیم، سپس روند، انواع مختلف و تفاوت آن با خرید کردن را بررسی خواهیم کرد.

«در سازمان‌های متوسط و بزرگ، مدیریت دستی خرید و تدارکات نه‌تنها هزینه‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه ریسک خطا و عدم شفافیت را نیز بالا می‌برد؛ موضوعی که با استفاده از نرم‌افزار خرید و تدارکات قابل مدیریت است.»

تعریف تدارکات چیست؟

تدارکات، به فرایند خرید محصولات یا خدمات برای استفاده در فعالیت‌های تجاری سازمان گفته می‌شود. این فرایند معمولاً با فعالیت‌های یک شرکت مرتبط است. به عبارت بهتر، شرکت‌ها در صورتی می‌توانند فعالیت‌های تجاری خود را به صورت مداوم به انجام برسانند که محصولات و خدمات مورد نیاز خود را تهیه کرده باشند.

تجهیزات دفتری، مبلمان، مواد اولیه، تجهیزات فنی، استخدام کارگران قراردادی، آزمایش و آموزش مرتبط و... همگی تنها مثال‌هایی از محصولات/خدمات موردنیاز شرکت‌ها هستند. وجود فرآیند خرید و تدارکات به سازمان اطمینان می‌دهد که خریدهای انجام‌شده توسط شرکت، از منظر عدالت و رقابت، منصفانه هستند و همچنین هر کالا با بهترین قیمت خریداری شده است.

فرایند خرید و تدارکات چه تفاوت‌هایی دارند؟

شاید تصور کنید که خرید کردن و تدارکات، معانی یکسانی دارند اما این‌طور نیست. اجازه دهید اول به مفهوم تدارکات بپردازیم. برای پاسخ به سؤال تدارکات چیست؟ باید بگوییم که تدارکات، نوعی فرایند استراتژیک محسوب می‌شود اما خرید کردن یک عملیات تجاری معمولی برای دریافت محصولات یا خدمات است. کارشناسان واحد تدارکات روی تأمین کالا تمرکز می‌کنند اما هدف کارشناسان خرید، تهیه اقلام ضروری و پرداخت صورت‌حساب آن‌ها است.

وظایف واحد تدارکات در سازمان چیست؟

از جمله وظایف واحد تدارکات در سازمان‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- برقراری ارتباط با سایر تیم‌ها
- نیازسنجی سایر واحدهای سازمان
- شناسایی تأمین‌کنندگان
- مذاکره با تأمین‌کنندگان
- بررسی و مقایسه قیمت کالا/خدمات مورد نیاز
- اخذ تأییدیه خرید
- اقدام برای خرید محصولات/خدمات

لازم به ذکر است موارد مذکور تنها بخشی از وظایف اصلی این واحد محسوب می‌شوند، چرا که این وظایف در هر سازمان و با توجه به نوع فعالیت مجموعه، متغیر خواهد بود.

معرفی انواع مختلف تدارکات

تدارکات شامل دو نوع مستقیم و غیرمستقیم است که در ادامه به توضیح آن‌ها می‌پردازیم:

تدارکات مستقیم

این فرآیند شامل خرید مواد اولیه، اجزا و خدماتی است که شرکت‌ها برای تولید کالاها یا محصولات خود به آن‌ها نیاز دارند. به عنوان مثال، شرکت‌های ساختمان‌سازی برای طراحی و ساخت یک آپارتمان مسکونی، به محصولاتی مانند سیمان، بتن، فولاد و... نیاز دارند. تمام این قطعات به شکل مستقیم در فرایند ساختن ساختمان مورد استفاده قرار می‌گیرند.

تدارکات غیرمستقیم

این فرآیند شامل خرید محصولاتی است که فعالیت‌های روزانه شرکت را پشتیبانی می‌کنند. محصولاتی مانند: مداد، خودکار، ورق، رایانه‌ها و... در حیطه تدارکات غیرمستقیم قرار دارند. از این محصولات به صورت غیرمستقیم در فعالیت‌های شرکت استفاده می‌شود.

جالب است بدانید که هر شرکت با توجه به نوع فعالیت خود، از تدارکات مستقیم و غیرمستقیم استفاده می‌کند. به عنوان مثال، شرکت‌های تولیدی برخلاف شرکت‌های خدماتی، وابستگی زیادی به تدارکات مستقیم دارند.

معرفی حسابداری تدارکات

حسابداری تدارکات یکی از جنبه‌های حیاتی حسابداری در محیط کسب و کار است و اموری مانند مدیریت و کنترل منابع و مواد مورد نیاز یک سازمان را در بر می‌گیرد. این حوزه از حسابداری با استفاده از اصول و روش‌های خاص خود، سازمان‌ها را در بهره‌برداری بهینه از منابع، کاهش هزینه‌ها، مدیریت ریسک و بهبود عملکرد یاری می‌رساند و در نهایت منجر به توسعه و موفقیت سازمان می‌شود.

عناصر کلیدی حسابداری تدارکات شامل ثبت و ارزیابی مواد، پردازش و کنترل سفارش‌ها، مدیریت انبار، تخصیص هزینه‌ها، پیگیری تغییرات، رسیدگی به مشکلات کیفیت و پایش عملکرد تدارکات است.

تعریف خرید سازمانی و مراحل آن

انجام خریدهای بزرگ به دلیل حجم و هزینه‌های همراه، بدون برنامه مشخص امکان‌پذیر نیستند. فرایند خرید کالا در واحد تدارکات هم مانند سایر فعالیت‌های سازمان از مراحل مشخصی پیروی می‌کند:

- **نیازسنجی:** این گام اولیه در فرآیند خرید سازمانی شامل دریافت و بررسی نیازهای مختلف است. این نیاز ممکن است از سوی بخش‌های مختلف یک سازمان یا بر اساس تشخیص واحد تدارکات شناسایی شود.
- **تعیین مشخصات و تعداد مورد نیاز:** در این مرحله، طبق نیازهای مطرح‌شده، محصولات مرتبط شناسایی و مشخصات آن‌ها بررسی می‌شود. افراد متخصص در این زمینه بهترین ویژگی‌ها و تعداد کالای مورد نیاز را مشخص می‌کنند.
- **جستجوی تأمین‌کنندگان:** واحد تدارکات موظف است مناسب‌ترین تأمین‌کنندگان را برای خرید کالا شناسایی کند. برای خریدهای با حجم و هزینه بالا، معمولاً چند تأمین‌کننده شناسایی و مشخصات محصولات و قیمت‌های آن‌ها با یکدیگر مقایسه می‌شود.
- **دریافت پیشنهادهای تأمین‌کنندگان:** در این مرحله، از تأمین‌کنندگان شناسایی‌شده درخواست می‌شود تا پیشنهادهای خود را ارائه دهند. این پیشنهادها معمولاً در قالب

کاتالوگ محصولات یا لیست قیمت برای خریدهای کوچک و در سطح بزرگ‌تر به شکل مکتوب و با رعایت شرایط تعیین‌شده توسط سازمان دریافت می‌شود.

- **ارزیابی پیشنهادها:** در این مرحله، پیشنهادهای ارائه‌شده از نظر فنی و مالی بررسی می‌شوند و در نهایت، واحد تدارکات بر اساس معیارهای تعیین‌شده توسط سازمان، تصمیم نهایی را می‌گیرد و کالای مناسب را انتخاب می‌کند.
- **دریافت و توزیع کالا:** پس از آماده‌سازی سفارش، واحد تدارکات مسئول دریافت کالاها، بررسی سلامت آن‌ها، ثبت در انبار و توزیع آن‌ها در سازمان است. همچنین رویه ثبت سفارش مجدد نیز (در صورت نیاز) از مسئولیت‌های دیگر مدیر تدارکات خواهد بود.

برای انجام یک فرآیند خرید سازمانی تمام یا بخش اعظمی از مراحل بالا انجام می‌شود.

مهم‌ترین وظایف مدیر پشتیبانی و تدارکات

وظایف مدیر خرید و تدارکات، متنوع و گاهی پیچیده است اما به طور کلی، می‌توان وظایف کارشناس خرید را به شکل زیر تقسیم‌بندی کرد:

- **آشنایی با مناقصه و مزایده:** گاهی اوقات در سازمان‌های بزرگ یا دولتی، خرید کالاها و خدمات با برگزاری مناقصه و مزایده انجام می‌شود. این فرآیند از جمله وظایف مدیر تدارکات و خرید است. او باید فرایندهای این بخش را هماهنگ و برگزار کند.
- **بررسی تأمین‌کنندگان:** مدیر خرید مسئول ارتباط با تأمین‌کنندگان مختلف است و آن‌ها را از منظرهای مختلف ارزیابی می‌کند. این ارزیابی شامل مواردی مانند قیمت، کیفیت و مزایا و معایب همکاری با هر تأمین‌کننده است.
- **ایجاد هماهنگی‌های داخلی سازمان:** یک مدیر تدارکات باید با بخش‌های مختلف سازمان ارتباط برقرار کند و نیازهای آن‌ها را بداند. این ارتباط باید به خصوص با تیم‌های انبار و حسابداری شکل بگیرد.
- **بررسی کیفیت محصولات:** یکی از وظایف مهم مدیر تدارکات، بررسی کیفیت محصولات و کسب اطمینان از کیفیت آن‌ها است. او باید بر روند کنترل کیفیت نظارت و اطمینان حاصل کند که کالاها مطابق با استانداردهای موردنیاز سازمان هستند.
- **شناسایی فرصت‌های خرید:** مدیر تدارکات باید بازار را مورد بررسی دقیق قرار دهد و فرصت‌های موجود برای خرید کالاهای باکیفیت و قیمت مناسب را شناسایی

کند. همچنین باید به ارزیابی ریسک‌های مرتبط با هر معامله بپردازد.

- **تدوین اسناد خرید:** وظایف مدیر تدارکات شامل تهیه، تدوین و نظارت بر اسناد و مدارک مرتبط با خریدهای انجام‌شده نیز است. این اسناد شامل فاکتورها، قراردادها و سایر مدارک مالی و حقوقی می‌شود.
- **استخدام افراد واجد شرایط:** سازمان‌های بزرگ به جای تنها یک کارشناس تدارکات، دارای تیمی متشکل از چندین نفر هستند. بنابراین مدیر تدارکات باید بر تیمی از افراد نظارت داشته باشد. او باید افراد تیم را استخدام، آموزش و حمایت کند. در شرکت‌های کوچک‌تر، مدیر خرید معمولاً به صورت مستقیم به این کارها مشغول است.

در کل، در پاسخ به سؤال وظایف مدیر تدارکات چیست باید گفت وظایف او شامل خرید گسترده و متنوع تدارکات برای شرکت‌ها با توجه به نیازها و خصوصیات هر سازمان است. اما هدف اصلی او تضمین تأمین منابع و خدمات است.

مهارت‌های ضروری برای مدیر تدارکات

شاید تحصیل در رشته‌های مرتبط برای بسیاری از سازمان‌ها مزیت محسوب شود اما علاوه بر پس‌زمینه تحصیلی، مهارت‌های خاصی هم هستند که بهتر است مدیران تدارکات با آن‌ها آشنا باشند. از جمله:

- **مهارت مذاکره:** یکی از مهارت‌های اساسی برای یک مدیر تدارکات، توانایی مذاکره با افراد و نهادهای مختلف از جمله تأمین‌کنندگان است. این مورد شامل توانایی برقراری ارتباط مؤثر، دانش در زمینه قیمت‌گذاری و شرایط قراردادی است.
- **مهارت‌های مالی:** مدیریت بودجه، کنترل هزینه و تفسیر اسناد مالی از دیگر مهارت‌های اساسی مورد نیاز برای مدیر تدارکات است. این مورد شامل توانایی تحلیل دقیق اطلاعات مالی و ارزیابی ریسک‌های مالی مرتبط با تدارکات است.

- **بررسی و ارزیابی بازار:** نوسان قیمت جزئی جدایی‌ناپذیر از بازار ایران است. بنابراین مدیران تدارکات باید بتوانند وضعیت بازار را به خوبی ارزیابی کنند. این مورد شامل آشنایی با روند قیمت‌گذاری، پیش‌بینی تغییرات بازار و ارزیابی رقبای بازار است.
- **گزارش‌دهی:** مدیران تدارکات باید توانایی لازم برای تهیه و تدوین گزارش‌های مربوط به فروشندگان، تأمین‌کنندگان و گزینه‌های جایگزین را داشته باشند. این گزارش‌ها در اختیار مدیران عالی مانند مدیرعامل یا مدیر زنجیره تامین قرار می‌گیرد.

سخن پایانی

حفظ روابط مؤثر با تأمین‌کنندگان و حضور مؤثر در تمام مراحل فرآیند تدارکات، هر دوی این عناصر برای تضمین موفقیت کلی عملیات تجاری بسیار حیاتی هستند. این اقدامات به شما اجازه می‌دهند تا اهداف خاص خود را دنبال کنید و همچنین نیازهای ذینفعان را به شکل مؤثر برآورده سازید. با ایجاد فرآیندهای تدارکات هوشمند، شرکت‌ها می‌توانند از هدررفت منابع مالی جلوگیری کنند و هم‌زمان سودآوری خود را افزایش دهند. خرید تدارکات با قیمت مناسب برای هر سازمانی اهمیت زیادی دارد. به همین دلیل شرکت‌ها همواره به دنبال بهترین پاسخ برای سؤال بهترین روش کسب و خرید تدارکات چیست؟ هستند و تلاش می‌کنند از روش‌های مختلف و با قیمت مناسب، تدارکات مورد نیاز خود را خریداری کنند.