

منشآت
monsha'at

المبئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

التعريف بمراحل سلاسل الإمداد في التجارة الألكترونية

المحتويات

مرحلة الشحن
والتوصيل

مرحلة التخزين

مرحلة التوريد

تمر سلاسل الإمداد للتجارة الإلكترونية بثلاثة مراحل أساسية لابد من اتباعها والتأكد من اكتمال اشتراطاتها للحصول على الفوائد المرتبطة بها، وهي: مرحلة التوريد، ومرحلة التخزين، ومرحلة الشحن والتوصيل، سنتحدث عنها بالتفصيل في هذا الدليل لأهميتها في التجارة الإلكترونية، وهي:

مرحلة التوريد

تُعد من أهم سلاسل الإمداد للمتجر الإلكتروني، حيث يتم فيه اختيار المتجر والمورد وآليات النقل وطريقة الشراء وجودة المنتج المورد ومن هذه المتاجر الإلكترونية:

◆ متجر إلكتروني يستورد منتجات من الخارج ويستهدف شريحة محددة.

◆ متجر إلكتروني يصنع ويبيع المنتجات عن طريق طلب مواد خام من الخارج.

إن سلسلة التوريد تختلف من متجر لآخر، لكن سيتم التركيز على عملية الاستيراد من الخارج ومعرفة ماهي الأساسيات اللازمة في اختيار المورد المناسب، علينا التأكيد من سير العملية من خلال هذه الخطوات:

خطوات سير عملية التوريد:

تحديد أهداف عملية الاستيراد



عند الإقبال على استيراد منتج من الخارج، قم بالبحث بشكلٍ دقيقٍ في السوق المحلي وتأكد من عدم وجود المنتج محلياً ويُباع بالجملة بسعرٍ مقاربٍ لتكلفة المنتج (وذلك بعد حساب النقل الدولي والضرائب والتخليص الجمركي).

التفاوض مع عدة موردين



من الطبيعي أن تجد عدة موردين لمنتج واحد، ولكن يختلف المورد عن الآخر بتقييمه بصفات معينة، مثل سرعة التجاوب، سرعة الإنتاج والثقة العالية. أيضاً تحديد قائمة بأسماء موردين احتيابيين لتجنب المخاطرة العالية في حالة نفاذ الكمية بدون مورد آخر.

توقيع العقد مع المورد



من المهم بناء العلاقات مع المورد تجارياً بشكلٍ احترافي؛ حتى يتم إتمام الصفقة بالتوقيع على عقد يوضح سياسة الدفع والنقل لحفظ الحقوق، وقد تتم هذه الصفقات عن طريق التوقيع الإلكتروني، كما يمكنك الاطلاع على هذا الدليل لمعرفة أنواع العقود وأهم المصطلحات التي ترد عادةً فيها.

تحديد المنتج والبضاعة المراد استيرادها



لا يكفي بأن تحدد اسم ومقاس المنتج، بل يجب تحديد جميع المواصفات والمقاييس المتعلقة بالمنتج والأخذ بالاعتبار مواصفات الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة والجهات ذات العلاقة لتجنب الضرر والتأخير في التخليص الجمركي.

مرحلة التوريد

اختيار آلية الشحن



توجد خيارات كثيرة عند شحن المنتجات من الخارج؛ كما أن هناك شركات طرف ثالث تقوم باستلام البضاعة من المورد وتؤكد لك سلامة المنتجات وتقوم بالدفع بالنيابة عنك وشحنها إليك.

المخاطبة الاحترافية



تأكد من مخاطبة جميع الجهات عبر البريد الإلكتروني الرسمي للشركة وليس الخاص، ليعطي شعور بالثقة والالتزام لمنشأتك، واحرص على المصطلحات التي تشير على أنك منشأة وليس فرد.

اتخاذ القرارات المتعلقة بالتوريد

توجد مفاهيم تجارية تستخدم عند استيراد بضائع من الخارج؛ كصاحب عمل أو متجر إلكتروني من الضروري أن تكون ملماً ببعض المفاهيم لتجنّب المخاطر والتكاليف غير المتوقعة وتقوم بإعداد سلسلة إمداد لعملك:

1- الوقت تجهيز الطلب للإرسال

وقت مهم وحرص حيث أنه من اللازم على المورد تصنيع المنتج بالكمية المطلوبة وتجهيزه للشحن.

2- المهلة المحددة لتجهيز الطلب

حيث يتم تزويدك بوقت إضافي احتياطاً، وذلك لتجنب تأخير تصنيع المنتج وزيادة الخطر على سلسلة الإمداد الخاصة بك.

3- وقت التوصيل

وهو الوقت اللازم على المورد أو الشركة الناقلة بين الدول لتوصيل البضاعة إلى محطة معينة.

4- المهلة المحددة للتوصيل

معدل الالتزام بالوقت اللازم لتوصيل الطلب من المورد أو الشركة الناقلة بين الدول لتوصيل البضاعة إلى محطة معينة.

5- التواصل الفعّال

يظهر عادةً في أشهر مواقع البيع بالجملة مثل ALIBABA على أنه RESPONSE RATE ويعني معدل التجاوب الذي يعد مهماً جداً، فمن الضروري تجنب ضعيفي التواصل.

6- خبرة المورد

تظهر في المواقع المشهورة لتجارة الجملة تحت قسم EXPERIANCE، وكلما زادت الخبرة والموثوقية كلما قلت المخاطرة.

مرحلة التوريد

أهم المواقع التجارية العالمية

نقدم بعضًا من المواقع المشهورة عالميًا لاستيراد المنتجات والتعاقد مع موردين دوليين:

Alibaba مجموعة علي بابا القابضة هي شركة صينية في القطاع الخاص الصيني تكسب إيراداتها من خلال أنشطتها التجارية عبر شبكة الإنترنت بما في ذلك محرك البحث وخدمات الدفع عبر الإنترنت وتجارة الجملة والتجزئة.



India mart كانت IndiaMART أكبر سوق على الإنترنت في الهند وثاني أكبر سوق B2B في العالم بعد Alibaba تم إطلاق بوابة التجارة الإلكترونية الخاصة بـ IndiaMART في Tolexo عام 2014م.



DHgate منصة تتيح للمستوردين من جميع أنحاء العالم شراء كميات صغيرة من السلع الصينية بأسعار الجملة، بما في ذلك الأجهزة الإلكترونية والملابس، يعرض الموقع أكثر من 30 مليون منتج في 227 دولة.



Global Sources تشتهر المنصة بجودة المنتجات التي تقدمها من مختلف الصناعات، وتختار العديد من الشركات الصينية دفع أموال كبيرة لتصبح مواقع موثوقة على المنصة.

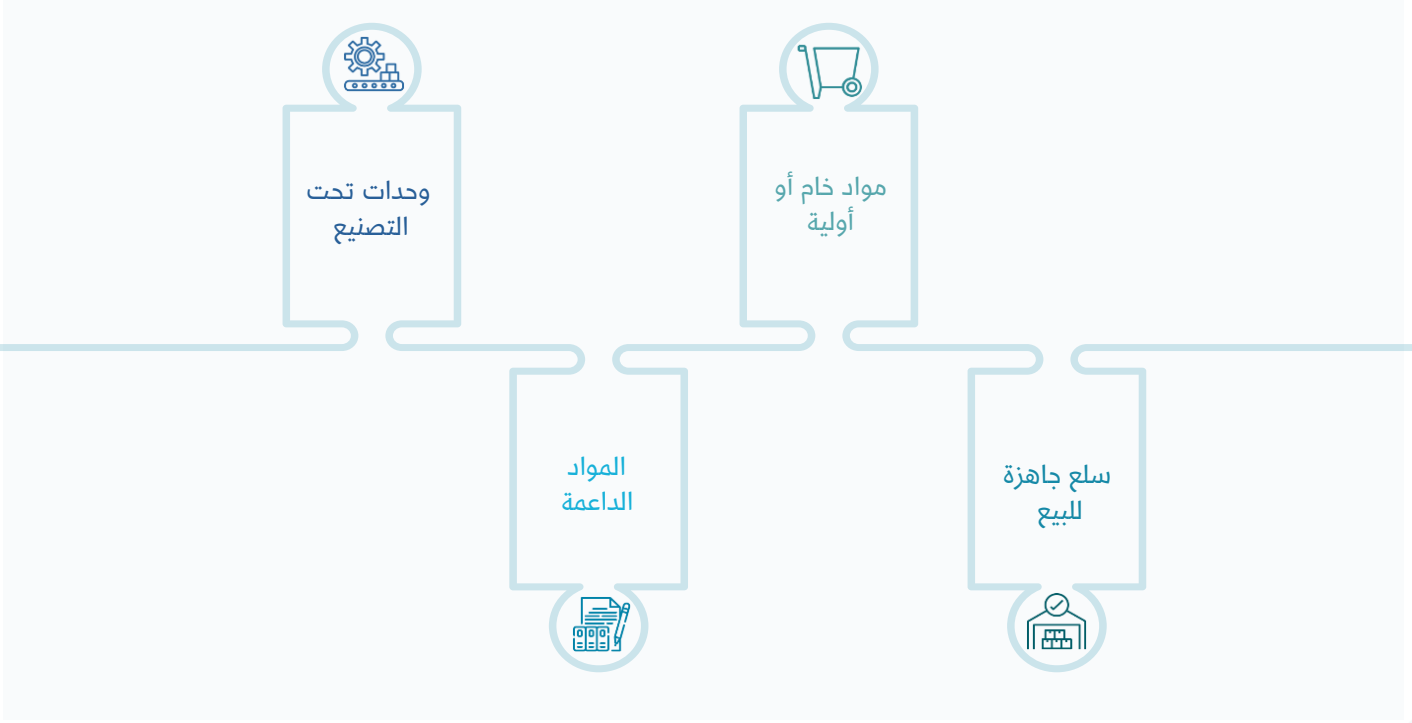


مرحلة التخزين

لاشك في أن التخزين من أهم مراحل سلاسل الإمداد للمتجر الإلكتروني، حيث أن معظم المتاجر تركز على تحويل نقاط البيع إلى مخازن تجهيز الطلبات وتسميها Fulfilment Center، وبالتالي تكون عادة تكلفة العمليات المتعلقة بها أقل من تكاليف العمليات المماثلة لها عند البيع في نقاط البيع أو البيع بالتجزئة.

مرحلة التّخزين

مكونات المخزون



اتخاذ القرارات المتعلقة بالتّخزين

يصعب على أصحاب المتاجر الإلكترونية اتخاذ القرار المناسب في هذا المجال حيث يشكل المخزون عادةً 50% من إجمالي رأس مال الشركة، وبالتالي نتساءل، هل سنقوم بتخزين المنتجات تحت أنشطة المتجر الرئيسية أو نقوم بتزويدها لشركة طرف ثالث تقوم بذلك بالنيابة عنا؟ مثلاً قامت شركة متخصصة في التخزين وتجهيز الطلبات للمتاجر الإلكترونية بعمل مقارنة حقيقية على متجر إلكتروني، فقد كان يقوم بإنشاء مقر خاص لتخزين وتغليف خاص به بدلاً من توكيل شركة أخرى لهذه العملية.

أفادت الدراسة أن التكلفة الإجمالية في الشهر لـ 6000 طلب هي 74700 ريال في مراكز التجهيز والتغليف بالشركة بينما ستقدر تكلفتها في حال تم عملها في مقر خاص بالشركة بـ 110000 ريال مما يعني أن 12.45 ريالاً للطلب الواحد في مراكز التغليف في الشركة و 18.3 ريالاً في مركز التغليف والتجهيز الخاص بالمتجر مما يعني وجود 33% توفير في العمليات التشغيلية.

سنزودك ببعض أهم الفروقات بين تسليم منتجاتك إلى شركة متخصصة في عملية التخزين والتجهيز أو قيامك أنت وفريق العمل الخاص بك بهذه العملية والتي ستساعدك على اتخاذ القرار المناسب.

مرحلة التّخزين

توضّح الفروقات من خلال التالي:

القيام بعملية التّخزين مع فريق العمل:

العيوب

- 1- تكلفة رأس مال عالي مثل الأنظمة والأيدي العاملة
- 2- تكلفة شحن أعلى حيث أن الشركات المتخصصة تحصل على تكلفة شحن أقل
- 3- صعوبة التحكم بشركات الشحن والتوصيل



المزايا

- 1- أفضل للمنتجات المعقدة والمبينة بالطلب
- 2- أقل تكلفة لأصحاب المتاجر (أقل من 50 طلب)
- 3- التحكم الشامل في الشروط والأحكام



تسليم عملية التّخزين إلى شركة متخصصة:

العيوب

- 1- تكلفة أعلى عند انخفاض المبيعات
- 2- يشترط إشغال حد أدنى من المساحات التخزينية
- 3- استخدام الأنظمة الخاصة بهم



المزايا

- 1- تكلفة أقل على المنشآت المتوسطة والكبيرة
- 2- أقل تكلفة في الشحن والتوصيل
- 3- إمكانية استخدام أكثر من شركة شحن وتوصيل



مرحلة الشحن والتوصيل

هناك نوعين للتوصيل وهما: خارج المدينة أو الدولة، وداخل المنطقة أو المدينة التي تعمل فيها، وغالبًا تحتاج المتاجر لكلا النوعين لأن عملائهم قد يكونوا من مناطق ودول مختلفة، فبالتالي هم بحاجة إلى شركات كبيرة لديها القدرة على الشحن والتوصيل لأي مدينة أو دولة يتواجد فيها عملاء المتجر بالإضافة إلى خدمة التوصيل داخل نفس المدينة. ومن ناحية السرعة يمكن التعاقد مع شركة داخلية وأخرى خارجية لمراعاة السرعة في التوصيل، والأفضل أن يكون التوصيل بنفس اليوم Same Day Delivery.

إذا وجدت شركة واحدة تقوم بالاثنتين معًا فهذا أفضل لك بكثير لأنه سيسهل عليك التعامل والتواصل وسداد الفواتير الدورية بينك وبينها؛ لأنه بلا شك التعامل مع جهة واحدة موثوقة تقدم خدمات متكاملة أفضل من التعامل مع جهات متعددة.

★ التعامل مع شركة التوصيل بسهولة:

- يجب أن يكون التعامل مع الشركة سهلًا ويُفضل أن يكون إلكترونيًا وبخطوات بسيطة حيث أن وجود بوابة إلكترونية للشركة أمر هام جدًا لإنشاء ومتابعة الطلبات في أي وقت من اليوم خلال 24 ساعة طوال العام؛ وذلك لكسب الوقت، كما أن وجود خدمة متابعة الطلبات ليس مُسلّمًا به في الشركات ولذلك تأكد من توافر هذه الميزة من خلال بوابة إلكترونية.

- سيكون من الأفضل أن يكون لدى الشركة البنية التحتية التقنية التي توفر لك طرق للربط الإلكتروني بمتجرك من خلال ما يسمى Application Programming Interface API، هذا الأمر سيمكنك من الاستفادة من خدمات شركة التوصيل والإستعلام عن كل المعلومات التي تحتاجها من خلال الربط الإلكتروني فقط.

★ خدمة الدفع عند الاستلام:

- خيار الدفع عند الاستلام من الطرق التي تعطي العميل شعور بالثقة وتمنحه القدرة على مطالعة المنتج قبل الدفع، كما يدل أيضًا على اهتمام شركة التوصيل، ولذلك فإن خيار الدفع عند الاستلام هو المُحبب لجميع المتاجر وعند المستخدمين.

مرحلة الشحن والتوصيل

خدمة العملاء: 

توفير خدمة عملاء مميزة لدى شركة التوصيل أمر مهم وحساس لمتجرك؛ حيث أن شركة التوصيل هي من يملك عند عملائك، وبالتالي أنت تحتاج أن تكون خدمته احترافية بشكل مُميز ويليق بك، كما أن خدمة العملاء لا تخدم عملائك فقط، وإنما تخدمك أنت كمتجر أو عميل للشركة.

سرعة توصيل الطلبات: 

اختيار شركة التوصيل لمتجرك وفقاً لسرعتها في أداء المهام، حيث تختلف سرعة توصيل الطلبات في الشركات فمنها من تقوم بعملها بالوقت المناسب ومنها المتأخرة.

الاستمرارية مع الإتقان: 

الاستمرارية على أداء العمل الجيد أصعب من القيام به مرة واحدة؛ ولأن الاستمرارية مهمة لتحقيق النجاح يجب أن تضع في الحسبان مدى استمرارية الشركة في العمل الجيد، والإتقان في العمل أيضاً على نفس المنحنى.

سعر توصيل الطلبات: 

يضع في الحسبان كل من ينوي اختيار شركة توصيل لمتجره، مراعاة الفروق بين شركات التوصيل في الأسعار المختلفة.

آراء عملاء سابقين في شركة التوصيل: 

إن من أهم الأمور عند اختيار شركة توصيل أن تعرف آراء العملاء السابقين لهذه الشركة، ولماذا اختاروا هذه الشركة بالذات؟ وهل قاموا بالفعل بأداء المهمة في الموعد أم أنه كان هناك تأخير؟ ومن الجيد أن ترى الكثير من الآراء الإيجابية للشركة وهذا ما يؤكد ثقافة الشركة ومدى احترامها لعملائها والتزامها بالعقد المبرم بينهم.

استرجاع الطلبات بعد توصيلها: 

أصحاب المتاجر يجب أن يتأكدوا من خدمة استرجاع الطلبات لأنه من الوارد طلب استرجاعها بعد بيعها فلا بد من وضع خطة لذلك.

هذه الأمور التي تم ذكرها هي عبارة عن أساسيات يجب أخذها في عين الاعتبار والتأكد أن اختيار شركة التوصيل لمتجرك تعد من عوامل نجاح الموقع أو عدمه؛ ولذلك عليك الحرص عند اختيار الشركة التي تساهم في معرفة اسم منتجك وسهولة توصيله وضمان الحفاظ على المنتج.



منشآت
monsha'at

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority