



اسم البرنامج التدريبي: إدارة سلاسل الأمداد و
العمليات اللوجستية

عنوان الجلسة : مراحل عمليات إدارة سلاسل
الإمداد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الافتتاحية

يطيب لنا في منصة سلسلة كيريز أن نرحب بكم في البرنامج التأهيلي إدارة
سلاسل الأمداد و العمليات اللوجستية

إن هذا البرنامج يأتي في إطار الجهود المستمرة لتطوير القدرات وتحسين الأداء
في المجالات المهنية والحياتية. ونأمل أن يكون هذا البرنامج فرصة لتعلم المهارات
الجديدة وتبادل الخبرات بين المتدربين.

شكراً لكم على حضوركم وتفاعلكم..

كما نتمنى لكم وقتاً مفيداً وممتعاً في هذا البرنامج..

إقرار وتعهد

إقرار تعهد حقوق ملكية فكرية

الحقية التأهيلية تعود حقوق ملكيتها الفكرية منصة سلسلة كيريز وتستخدم لأغراض التأهيل عبر المنصة وعليه أتعهد بعدم استخدام محتوى الحقية التأهيلية (مادة علمية، استبانات، حالات دراسية، صور، رسوم توضيحية، ...) خارج المنصة أو مشاركتها مع الغير دون أخذ الموافقات الرسمية والنظامية الصريحة الإلزامية، لذلك من صاحب حق الملكية الفكرية، وبناءً عليه أتحمّل كافة المسؤوليات القضائية الناتجة عن المطالبات والتعويضات المترتبة على الإخلال بذلك..

دليل البرنامج التأهيلي للجلسة

الهدف العام للبرنامج



بناء إطار منهجي يفهم مراحل سلسلة الإمداد (من المورد إلى المستهلك) وكيف تُدار التدفّقات الثلاثة (المنتجات، المعلومات، الأموال) عبرها في الاتجاهين، بما يرفع موثوقية الخدمة ويخفض التكلفة عبر واجهات اللوجستيات داخل الشركة ومع الشركاء

الأهداف التفصيلية للجلسة



▪ من المتوقع بعد انتهاء المتدرب من المشاركة في البرنامج التدريبي أن يكون قادراً على أن:

- توصيف مراحل السلسلة والأدوار الأساسية لكل حلقة: المورد، المصنع، الموزّع/تاجر الجملة، بائع التجزئة، المستهلك، مع إبراز القرارات الحرجة في كل مرحلة.
- شرح سريان المنتجات والمعلومات والأموال في الاتجاه والطرف العكسي، وربط ذلك بمهام التخطيط والوفاء والشراء والنقل والمخزون.
- توضيح تقاطعات اللوجستيات مع التسويق والإنتاج داخل المؤسسة، وكيف ينعكس الاتساق عبر هذه الواجهات على زمن الدورة ورضا العميل وتكلفة الخدمة

قائمة المصطلحات

م	المصطلح	التعريف
١	مراحل سلسلة الإمداد (STAGES)	تسلسل الحلقات من المورد → المصنع → المورد/تاجر الجملة → بائع التجزئة → المستهلك، مع إدارة العلاقات عبر هذا التسلسل.
٢	التدفقات في إدارة السلسلة	تدفق المنتجات، وتدفق المعلومات، وتدفق الأموال؛ تُدار في الاتجاه وعكس الاتجاه لتحقيق قيمة بأقل تكلفة.
٣	اللوجستيات الداخلية/الخارجية	لوجستيات داخلية (Inbound) مرتبطة بالتوريد والاستلام والمخزون الوارد، ولوجستيات خارجية (Outbound) تخص تجهيز الطلبات والنقل والتوزيع للسوق
٤	تقاطعات اللوجستيات في الشركة	الواجهات التشغيلية بين التسويق والإنتاج/العمليات واللوجستيات (نقل، مخزون، تشغيل الطلبات، تداول المواد... إلخ) وما يرافقها من قرارات مشتركة.

الموضوع مراحل عمليات إدارة سلاسل الإمداد

١- بنية سلسلة الإمداد ومراحلها

تعرض المادة خرائط مراحل السلسلة بدءًا من الموردين ومرورًا بـ الشركة (المصنع/المؤسسة) ثم العملاء، مع إبراز طبقات القناة: الموزّع/تاجر الجملة ثم بائع التجزئة وصولًا إلى المستهلك؛ ويُنظر إلى هذه المراحل باعتبارها شبكة مترابطة لا حلقات مستقلة، ما يستلزم إدارة علاقات نشطة في اتجاه السريان وعكسه لتوصيل قيمة بأقل تكلفة على إجمالي الشبكة .

المورّد: تحديد المصدر، التفاوض والشراء، جودة التوريد، مواعيد التسليم .

المصنع/العمليات: جدولة الإنتاج، مراقبة الجودة، صيانة المعدات، تخطيط الطاقة الإنتاجية، وموقع المصنع .

الموزّع/تاجر الجملة: تجميع الشحنات، موضع المخزون الوسيط، توافق وحدات التحميل، وتكامل خطط النقل .

بائع التجزئة: أهداف خدمة العملاء، التسعير، موقع منفذ البيع، التغليف والعرض .

المستهلك: نقطة الطلب النهائية التي تعكس نجاح قرارات المراحل السابقة في الوفاء بجودة وزمن وتكلفة ملائمة .

٢- التدفّقات في إدارة السلسلة: منتجات، معلومات، أموال

تؤكد الشرائح أنّ إدارة سلسلة الإمداد هي إدارة متزامنة لثلاثة تدفّقات:

سريان المنتجات: من المصدر إلى المستهلك، ويشمل النقل، المخزون، تشغيل الطلبات، تداول المواد (Materials Handling) ، إضافة إلى أنابيب التدفق اللوجستية التي تربط العقد .

سريان المعلومات: أوامر، تأكيدات، إشعارات شحن واستلام، بيانات تتبّع، وتوقعات الطلب؛ وهو ما يُغذّي التخطيط الإستراتيجي، التخطيط للطلب، التخطيط للإمداد، والوفاء بالطلب .

سريان الأموال: شروط الدفع، التحصيل، التسويات مع الموردين والعملاء؛ ويؤثر على قرارات المخزون والتسعير ومستوى الخدمة عند كل حلقة .

إدارة العلاقات في اتجاه السريان وعكسه تعني تضمين التدفق العكسي (مرتجعات/استدعاءات/إعادة تدوير) ضمن تصميم الشبكة وسياساتها، بحيث تُقاس كفاءة الحلقة المغلقة مثلما تُقاس الحلقة الأمامية .

٣- سلاسل القرار عبر الواجهات الداخلية (LOGISTICS INTERFACES IN THE FIRM)
تُظهر الشرائح «تقاطعات اللوجستيات في الشركة» وتداخلها مع التسويق والإنتاج/العمليات:

مع الإنتاج/العمليات: المشتريات، موقع المصنع، جدولة الإنتاج، مراقبة الجودة، صيانة المعدات، تخطيط الطاقة؛ وكلّها قرارات تؤثر مباشرة في النقل والمخزون وتشغيل الطلبات وتداول المواد داخل اللوجستيات .

مع التسويق: أهداف خدمة العميل، التسعير، اختيار مواقع البيع بالتجزئة، التغليف، الدعاية، بحوث السوق، خليط المنتجات، وإدارة قوة البيع؛ وهي عناصر تفرض متطلبات محددة على زمن التسليم، مستويات المخزون، وتوافر المنتجات .

هذه الواجهات تشكّل نقاط تلاقي يجب مواءمتها بسياسات مشتركة؛ فقرارٌ تسويقي بتوسيع التشكيلة أو إطلاق عرض ترويجي، مثلاً، ينبغي أن يسبقه تنسيق لوجستي بشأن القدرة، المخزون، وخطط النقل لضمان الوفاء دون كلفة مفرطة .

٤- من التخطيط إلى الوفاء: ربط الإستراتيجي بالتشغيلي

يُفكّك العرض دور التخطيط إلى مستويات: التخطيط الإستراتيجي (تصميم الشبكة، مواقع المصانع والمستودعات)، تخطيط الطلب (توقعات، سياسات الخدمة)، تخطيط الإمداد (قدرة، موردون، جداول التوريد)، ثم الوفاء بالطلب (إدارة الطلبات، الجدولة التفصيلية، التنفيذ اللوجستي) .

التطابق الرأسي بين هذه المستويات يقلّل "تسرب القيمة": فقرار الموقع الإستراتيجي يحدد مسافات النقل، ومن ثمّ يؤثر في زمن الدورة وتكلفة الخدمة؛ وقرار سياسة

الخدمة ينعكس على مستويات المخزون والأمان المطلوبة عند المورّعين وتجار التجزئة .

٥- اللوجستيات الداخلية والخارجية وأنابيب الإمداد

يقسّم العرض عمليات اللوجستيات إلى داخلية (Inbound) مرتبطة بالمشتريات والاستلام والمخزون الوارد، وخارجية (Outbound) تتعلق بتجهيز الطلبات والتوزيع في السوق. وتشير مادة «أنابيب الإمداد اللوجستية» إلى رؤية خطّ تدفّق متّصل يمرّ عبر العقد؛ ما يسهّل تحديد نقاط الاختناق وتحسين زمن العبور، مستويات المخزون، واتساق البيانات على امتداد الأنبوب .

٦- التداخلات في سلسلة الإمداد والتعاون مع الشركاء

توضح الشرائح مساحات التعاون/التنسيق في التصميم، تحديد المصدر، التفاوض، الشراء، والإمداد بين المورّد ← الشركة ← العميل. هذا التعاون يُترجم إلى شفافية معلوماتية واتفاقات مستوى خدمة، ويساعد على ضبط توقيتات الشحنات ومطابقة المواصفات وتقليل إعادة العمل في الإنتاج والتوزيع .

٧- مؤشرات مختارة للمتابعة

لتفعيل ما سبق، تُضبط لوحة متابعة ترتبط بكل واجهة ومرحلة:
موثوقية الوفاء: نسبة الطلبات الكاملة في الموعد. (Perfect Order/OTIF)
الاستجابة: زمن دورة تنفيذ الطلب من الإدخال حتى التسليم.
التكلفة: تكلفة النقل والمناولة وتكلفة المخزون على مستوى المرحلة والقناة.
الأصول: دوران المخزون واستخدام القدرة ومعدلات الامتلاء بالمركبات/المستودعات.
تُراجع هذه المؤشرات دوريًا وتُسند إلى مسؤوليات محددة عند كل واجهة (تسويق/إنتاج/لوجستيات) وعبر المراحل الخمس للسلسلة. (مقتبس ومُنظّم بحسب محاور العرض) .

ملخص

تبيّن مادة «مراحل عمليات إدارة سلاسل الإمداد» أن جوهر الإدارة هو تنظيم العلاقة بين المراحل والتدفّقات والواجهات في شبكة واحدة؛ فحسن التنسيق بين المورد والمصنع والموزّع والتجزئة، مع اتساق قرارات التسويق والإنتاج واللوجستيات، يختزل زمن الدورة ويرفع موثوقية الخدمة ويقلّل التكلفة على امتداد السلسلة. بهذه الرؤية، يصبح كل قرارٍ محليّ—كجدولة إنتاج أو إطلاق عرض تسويقي—قرارًا شبكيًا يجب مواءمته عبر «الأنابيب اللوجستية» التي تربط المراحل من المصدر إلى المستهلك



This image shows a full page of primary-ruled paper. It features multiple sets of horizontal dotted lines spaced evenly down the page, providing a guide for handwriting practice. The lines are light gray and extend across the entire width of the page. There are no margins, text, or other markings present.



المراجع

المراجع العربية

- 
- 
- 
- 

المراجع الأجنبية

- 
- 
- 
- 