



S L S A L A H

اسم البرنامج التدريبي: إدارة سلاسل الأمداد و
العمليات اللوجستية

عنوان الجلسة : استراتيجيات سلاسل الإمداد
والعمليات اللوجستية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الافتتاحية

يطيب لنا في منصة سلسلة كريرز 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

الحقبة التأهيلية تعود حقوق ملكيتها الفكرية منصة سلسلة كيريز وتستخدم لأغراض التأهيل عبر المنصة وعليه أتعهد بعدم استخدام محتوى الحقبة 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 يربط بين استراتيجية الأعمال واستراتيجيات الوظائف—وخاصةً استراتيجية سلاسل الإمداد والعمليات اللوجستية—بما يضمن توافق القرارات عبر التسويق والمالية والعمليات والبحث والتطوير، ويقود إلى خدمة عميل موثوقة وتكلفة كلية أقل

الأهداف التفصيلية للجلسة



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

- توضيح الفرق بين استراتيجية الأعمال والاستراتيجيات الوظيفية وآلية اتساقهما داخل نموذج واحد للقرار.
- تفصيل مكونات استراتيجية سلاسل الإمداد وقراراتها طويلة الأجل (الطاقة، المنشآت، التكنولوجيا، التنظيم، الشراء، التخطيط والتحكم، الجودة).
- بيان عناصر استراتيجية العمليات اللوجستية (خدمة العميل، المخزون، الموقع، النقل) وكيف تُترجم إلى مستوى خدمة أعلى وقيمة أوضح للعميل.

قائمة المصطلحات

م	المصطلح	التعريف
١	الاستراتيجية	الإطار الذي يحدّد الوجهة والأولويات ويُنسّق قرارات المؤسسة لضمان ميزة تنافسية.
٢	استراتيجية الأعمال	تحديد العملاء المستهدفين، والخطة الزمنية، وأهداف الأداء على مستوى المنشأة.
٣	الاستراتيجيات الوظيفية	تحويل استراتيجية الأعمال إلى خطط عمل في الوظائف (سلاسل الإمداد، العمليات، التسويق، المالية...)، ويجب أن تتوافق فيما بينها ومع استراتيجية الأعمال
٤	استراتيجية سلاسل الإمداد والعمليات اللوجستية	طرق وأساليب لتحقيق التكامل بين الموردين والمصنّعين وإدارة المخزون والمخازن لإنتاج وتوزيع بالكمية والوقت والسعر المناسب مع خفض التكاليف ورفع مستوى خدمة العملاء

الموضوع استراتيجيات سلاسل الإمداد والعمليات اللوجستية

١- لماذا الاستراتيجية ضرورية؟

ترتبط عناصر العمل داخل المؤسسة (تسويق، مالية، عمليات، بحث وتطوير، سلسلة إمداد) بقرارات مكلفة في الوقت والمال؛ ومن ثمّ يصبح وجود استراتيجية واضحة ضرورة لتوجيه هذه القرارات نحو هدفٍ واحد، وتفادي تضارب المبادرات بين الوحدات. يوضّح نموذج الاستراتيجية في المادة كيف تنحدر رسالة المنظمة والأهداف إلى استراتيجية الأعمال، ثم تُترجم إلى استراتيجيات وظيفية متناسقة—ومنها استراتيجية سلسلة الإمداد—ثم إلى قرارات وعمليات قابلة للتنفيذ والقياس .

٢- مكوّنات استراتيجية سلاسل الإمداد: قرارات طويلة الأجل

تعرض المادة مصفوفة قرارات استراتيجية تُشكّل "الهيكل العظمي" للسلسلة، وأبرزها :

الطاقة الإنتاجية: متى تُضيف طاقة؟ ما حجمها؟ وما أنواع القدرات المطلوبة؟ يؤثر ذلك على زمن الاستجابة وتكلفة الوحدة.

المنشآت: حجم/مكان المصانع والمستودعات؛ قرارات التصميم الشبكي تحدّد مسافات النقل ومستويات المخزون الوسيط.

التكنولوجيا: اختيار الآلات والأنظمة (أتمتة، معلومات، تتبع) بما يوازن بين المرونة والفعالية.

التنظيم: مركزية/لامركزية القرار، وهيكل المهارات؛ يؤثر على سرعة اتخاذ القرار واتساقه.

الشراء: معايير اختيار الموردين وقياس أدائهم، واستراتيجية التعاقد والتزويد.

التخطيط والتحكّم: التنبؤ بالطلب، إدارة المخزون، وخطط الإنتاج؛ وهي التي تربط ما يُخطّط بما يُنفَّذ.

الجودة: أنظمة التحسين المستمر مثل ستة سيغما لخفض التباين ورفع الاعتمادية.

هذه القرارات تُتخذ بمنظور طويل الأجل لأنها ترسم شكل الشبكة وما يتبعها من تكلفة وخدمة لسنوات، كما تُمهّد لما يليها من قرارات تشغيلية يومية.

٣- استراتيجية العمليات اللوجستية: من الوعد إلى التنفيذ

تقدم المادة أربع لبنات رئيسية تُترجم استراتيجية السلسلة إلى تشغيل فعلي :

أهداف خدمة العميل: تتكوّن من ثلاثة محاور متكاملة—المنتج، الخدمة اللوجستية، منظومة المعلومات—بحيث يتوافق ما يُوعَد به في التسويق مع ما تستطيع الشبكة تقديمه فعلاً.

استراتيجية المخزون: تشمل التنبؤ بالطلب، قرارات التخزين، قرارات المخزون، قرارات الشراء، وجدولة الإمداد. الهدف هو تحقيق توافر مرتفع بأقل رأس مال عامل.

استراتيجية الموقع (التصميم الشبكي): اختيار مواقع المنشآت ومستودعات التوزيع عبر منهجية تخطيط شبكات لوجستية، للتوازن بين زمن العبور والتكلفة.

استراتيجية النقل: تحديد وسائل النقل وتصميم السياسات التشغيلية بما يضمن اتساق الجداول، وتعظيم الاستفادة من الحمولة، وتقليل التلف والتأخير. بهذه اللبنة ينتقل التخطيط الاستراتيجي من ما يجب تحقيقه إلى كيف نحققه عبر عمليات يومية منضبطة.

٤- القيمة من وجهة نظر العميل: كيف تُقاس؟

توضح المادة أن العميل يحكم على القيمة بميزانٍ يجمع جودة الأداء، سرعة التوصيل، خدمة ما بعد البيع، والتكلفة. والمغزى الاستراتيجي هو فهم المفاضلات: قد يرفع خيارُ تحسين الجودة وسرعة ما بعد البيع التكلفة، بينما تؤدي ملاحقة السعر الأدنى وحده إلى تنازلات في مواصفات الأداء أو زمن التسليم. تعرض المادة مثلاً مقارنةً (لابتوبين من علامتين مختلفتين) يبيّن اختلافات: سرعة المعالج والذاكرة (جودة الأداء)، توفر المنتج الفوري مقابل التسليم خلال أسبوع (السرعة)، امتداد خدمة ما بعد البيع، ثم السعر؛ والهدف

هو تعليم الطالب والممارس قراءة حزمة القيمة كاملة بدل التركيز على بُعد واحد .

٥- ربط الاستراتيجية بالتنفيذ: تسلسل منطقي

يبدأ المسار من تحديد السوق المستهدف وأهداف الأداء، ثم صياغة استراتيجية أعمال واضحة، وبعدها اشتقاق استراتيجيات وظيفية متوافقة—خاصة سلسلة الإمداد—ثم تقطيرها إلى قرارات هيكلية (طاقة، منشآت، تكنولوجيا) وتشغيلية (مخزون، نقل، جدولة). نجاح هذا الربط يُقاس بقدرة الشبكة على تحقيق مستوى خدمة متسق (طلب كامل وفي الموعد)، وبانخفاض التكلفة الكلية للخدمة عبر القنوات، وبقابلية الشبكة للتكيف مع تغييرات الطلب دون تدهور في الجودة .

٦- ملاحق تطبيقية مختصرة (للاستخدام في البحث)

مواءمة الاستراتيجية عبر الوظائف: تُبين خريطة المادة توازي استراتيجية التسويق والمالية والعمليات وسلسلة الإمداد والبحث والتطوير تحت مظلة استراتيجية الأعمال؛ أي انحراف في وظيفة يخلق فجوة خدمة/تكلفة في غيرها .
مثال مؤسسي: عند تحديد أولويات الاستثمار (مثل مباني أو مواقف أو قدرات بشرية)، تُفاضل الإدارة وفق أهداف الأداء المتفق عليها، لضمان أفضل عائد على القيمة المتصورة للعميل لا على مؤشر جزئي .

ملخص

تُظهر المادة أن استراتيجية سلاسل الإمداد والعمليات اللوجستية ليست خطة منفصلة، بل امتداداً مباشراً لاستراتيجية الأعمال، وأن اتساق قراراتها الهيكلية والتشغيلية—عبر المخزون والموقع والنقل وخدمة العميل—هو ما يحوّل الرؤية إلى قيمة ملموسة للعميل وميزة تكلفة قابلة للاستدامة. عندما يُدار هذا الاتساق بوضوح، تتحقق موثوقية أعلى وسرعة توصيل أفضل مع تكلفة كلية أقل على امتداد الشبكة



المراجع

المراجع العربية

- 
- 
- 
- 

المراجع الأجنبية

- 
- 
- 
- 