

ملخص التوريد

انسياب المواد والمعلومات : تبدأ من المصدر وتنتهي بالمستهلك او الزبون
تؤثر عناصر التزويد وسلاسل التوريد : على الكلف
يمتد تأثير عناصر التوريد بشكل واسع الى : استراتيجية المنافسة- سرعة تلبية الطلبية - جدولة عمليات الانتاج
تعتبر عناصر التزويد وسلاسل التوريد مفتاح : نجاح للإدارة الحديثة
يعتبر عناصر التزويد وسلاسل التوريد : مصدرا مهما لطلبة الدراسات العليا والشهادات الاولى
يعتبر عناصر التزويد وسلاسل التوريد : من الادوات الناجعة لحاضرنا ومستقبلنا بغية احداث التنمية
الادارات المكونة الادارة سلسلة التوريد كما حددها المختصون في هذا المجال : ادارة علاقات الزبون - ادارة خدمة الزبون - ادارة الطلب - انجاو وتنفيذ الطلب - ادارة مسارة تدفق التصنيع - ادامة التوريد - تطوير المنتج والمتاجرة - ادارة عمليات المرتجعات

مفهوم التوريد : الاجاز الدقيق او الادارة الدقيقة التي دائما تصاحب المواد الاولية حتى الوصول الى المستهلك اوالمستعمل (وهي التكامل في عمليات الادارات وحتى المستخدمين النهائيين)
المفهوم الحديث لادارة الامداد : الإدارة المتكاملة التي يتركز عملها في الحصول على المواد و ضمان انسيابها قبل و اثناء و بعد الانتاج
تعريف 7RS : المنتج الصحيح - الكمية الصحيحة - الحالة الصحيحة - المكان الصحيح - الوقت والزبون الصحيح - التكلفة الصحيحة
ملاحظة : يتضح ان العمليات اللوجستية تبدأ بالمنتج وتنتهي بقناعة المستهلك
الانشطة الاساسية للإدارة التوريد هي: معايير خدمة المستهلك والتسويق - النقل - ادارة المخزون - تدفق البيانات و عملية الاوامر والطلب و تدفق المعلومات
الانشطة المساعدة للإدارة التوريد هي : المستودعات - مناولة المواد - الشراء - التصميم والتغليف -العمليات - تحديث و ادامة المعلومات
مواقع تشغيل نظم المعلومات اللوجستية : الاهداف الاولية للتطوير - متطلبات تخطيط العمليات - متطلبات حركة المواد و وسائل الاتصال ونقل المعلومات : استخدام الذبذبات الراديو - الاقمار الصناعية - عمليات نقل الصور(الفاكس) - الهاتف وشبكة الانترنت
فوائد وسائل الاتصال ونقل المعلومات : توفير الوقت - المرونة - الاستجابة السريعة - تقديم خدمة افضل - تحقق الميزة التنافسية (عيوبها مكلفة)
الترميز السليبي(BC) : يعتبر احد وسائل الاتصال الحديثة وتظهر اهميته في العمليات التسويقية والتخزين واعمال اللوجستك

مميزات الترميز السليبي : 1- سهل التمييز بين الكم الهائل من السلع 2- تسهل متابعة حركة المواد
3- سهل التعرف على اماكن تواجد السلع 4- سهل عملية الترصيد والترحيل والمراقبة في المخازن
5- تسريع عملية محاسبة الزبائن 6- سهل على المتاجر عملهم لاتمام وتسريع عملية البيعية وتعويض الرغوف
7- يقلل من الاخطاء عن التسليم والاستلام 8- يبلغ عن الاصناف التي اوشكت على النفاذ

ادارة تدفق المواد : تهتم بدوام استمرار تدفق المواد بكفاءة عالية سواء في عملية المخزون والمواد تامة الصنع من نقطة الأصل إلى نقطة الإستهلاك

تشمل ادارة تدفق الموارد على عوامل تضمن النجاح ودوام العملية الانتاجية هي : ادارة المواد الخام - الوحدات التجميعية - الاجزاء تامة الصنع - مواد التعبئة - المخزون تحت التصنيع
اهمية ادارة الموارد : هو العامل الرئيسي في تنظيم وسائل الانتاج - يساعد في رفع كفاءة العملية التصنيعية - يساعد في تخفيض كلف الانتاج - يساعد في استخدام المرونة التسعيرية كاداة تنافسية

أنواع النقل : 1- النقل المنتظم : يستخدم عندما يوجد لدينا حركة نقل ولتحقيق الجدوى الاقتصادية للنقل
2- النقل شبه المنتظم : مزيج من النقل المنتظم وغير المنتظم
3- النقل الغير المنتظم :كميات مختلفة ، و ظروف استثنائية

ينصب التركيز على قيادة التكلفة لتحقيق النجاح السوقي في العلاقة بين : المنافسين والشركة
ينصب التركيز على قيادة القيمة لتحقيق النجاح السوقي في العلاقة بين : الزبائن و المنافسين - الزبائن والشركة
ميزة الانتاجية في اللوجستك : تقود إلى حصة أكبر بحكم انخفاض تكلفة الوحدة الواحدة
ميزة القيمة في اللوجستك : المستهلك لا يشتري المنتج من أجل ذلك المنتج فحسب بل انه يشتري المنافع
ان التحدي الاستراتيجي الذي تواجهه الادارة هو : تعريف الاستراتيجية اللوجستك الملائمة التي تأخذ المنظمة الى قيادة الكلفة والخدمة

ملاحظة حول اللوجستيك : 1- تعتبر القوة المتساوي من وسائل القيمة المضافة في الخدمة اذا ان زيادتها يشكل تحديا لادارة اللوجستيك

2- تعتبر خدمة الزبون مقياس فاعلية نظام اللوجستيك

3- يمكن السيطرة على العديد من عناصر خدمة الزبون من خلال ادارة سلاسل التوريد والتسويق

قناعة الزبون : 1- هي القوة المؤثرة التي تحدد مستوى قبول الخدمة المقدمه له

2- هي اساس لنجاح المنظمة وزيادة حصتها السوقية

2- تمثل تقييم شامل لكل عناصر المزيج التسويقي (المنتج , و السعر , و الترويج , و التوزيع

تتمثل خدمة الزبون لدي أغلب المنظمات الإنتاجية و الخدمية ب : 1- الوظيفة او النشاط المراد ادارته

2- مقاييس اداء محددة **3-** فلسفة مشتركة بين نشاط ومقاييس الاداء

مفهوم خدمة الزبون : هي تلك العملية التي تأخذ موقعها بين المشتري و البائع و الشخص الثالث والعملية التي تنتج قيمة مضافة الى المنتج او الخدمة

تقوم الرؤيا العملية لخدمة الزبون على : ايجاد قيمة مضافة ذات أهمية في سلاسل التوريد

انواع اشكال خدمة الزبون : الشروط المالية و شروط الإنتمان- ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة- تجانس ممثلي المبيعات- تركيب المنتج- الصيانة المقنعة و المواد الاحتياطية للاصلاح

العوامل الأساسية التي يجب مراعاتها لضمان نجاح برنامج خدمة الزبون :

1- تعهد من الإدارة العليا في المنظمة نحو البرنامج **2-** التغييرات الثقافية لدي العاملين **3-** تطوير المهارات الشخصية بُغية التنفيذ الدقيق لتوقعات الزبون **4-** الأنظمة و الإجراءات التي تضمن تقديم خدمات جيدة **5-** خطة رئيسة تبين التغييرات الداخلية للنهوض بالتوقعات المستقبلية للزبون

عناصر خدمة الزبون : 1- ما قبل الشراء : يمثل الكشف التوضيحي للعقد وخدمات إدارية

2- أثناء الشراء: خدمات النقل و الشحن , و ملائمة الطلب

3- بعد الشراء : مثل التركيب , و الضمان , و الإصلاح , و معالجة الشكاوي

القواعد الثلاث لخدمة الزبون : خدمة الزبون كمنشط خدمة الزبون كمقياس أداء- خدمة الزبون كفلسفة

خدمة الزبون كفلسفة : تهدف لبناء قناعة الزبوف بأعلى المستويات تتفق مع المنظمات المعاصري التي تركز على إدارة الجودة الشاملة

يشير مفهوم التسويق الى : قيادة الزبون والتطلع الى تلبية احتياجاته

ادارة اللوجستيك الفاعلة هي : المفتاح الاساسي لتحسين الربحية والاداء التنافسي للمنظمة

تهدف العلاقة بين اللوجستيك و التسويق للوصول إلى ثلاث عناصر حاسمه : قناعة المستهلك – جهود متكاملة – ربحية مشتركة

ابعاد اللوجستيك الاساسية الموجهة لخدم الزبون : الوقت – الاعتمادية – الاتصالات – الملامة

تقوم الملامة على : متطلبات الزبائن المختلفة وتلبيتها استنادا لرغباتهم او حجم مشترياتهم

يشمل الوقت على العناصر التالية :

1- وقت تنفيذ الطلب: الوقت الذي ينجز الطلب من بدايته إلى نهايته اعتماداً على وسيلة الاتصالات المستخدمة

2- معالجة الطلب : هذه العملية التي تشمل شيك الزبون , و تحضير سندات الشحن

3- تهيئة الطلب :يشمل وقت التعبئة و التغليف للشحن و التغليف الحماي و المناولة المخزنية بأشكالها

4- شحن الطلب : الوقت الممتد من تهيئة البائع المواد للنقل حتى تفرغها لدى المشتري

من النقاط الواجب مراعاتها في الاعتمادية : فترة التوريد – التسليم السليم – الطلبات الصحيحة

إذا تم تثبيت فترة التوريد فان ذلك يؤدي الى : ينخفض مستوى المخزون إلى الحد الأدنى وتقل التكاليف المخزنية **العوامل التي يمكن أن تحدد شكل استراتيجية إدارة خدمة الزبون :** ولاء الزبون – قناعة الزبون – ادارك الزبون للقيمة

يهدف نظام العلاقات مع الزبون الى : تفهم وتفاعل الزبائن بشكل مباشر وغير مباشر

ملاحظات : 1- يشكل المنظور الشامل لنظام التوزيع جزء اساسا من سلاسل التوريد

2- ينبغي عدم اسناد مسنولية التوزيع لبعض وحدات المنظمة المختلفة

3- تلعب وسائل التوزيع المادي دورا مهما في تحديد التكاليف

4- التكلفة الكلية جزء من ادارة سلسلة التوريد والتزويد

5- امتدت وظائف التزويد للقيام بدور العلاقات العامة أو تقديم خدمات النقل للموظفين أو توزيع المنتجات

6- ان مشكلة تنمية او تطوير نظام ذو توجهات لوجستية ملائم تحتل المركز الاول في التركيز

7- ان طبيعة اللوجستيك تشبة الحجر الذي يرمى في البركة

- 8- تسهم قرارات اللوجستك بتوليد كلف مناسبة او ملائمة
- 9- التغيير في اجمالي الكلف يسبب تغير في النظام
- 10- وجوب ان يعرف النظام الكلف الناتجة عن خدمة الزبون
- 11- وجوب ان يكون النظام قادرا على توفير الكلف وتحليل الإيرادات
- تقوم العديد من المنظمات الكبيرة بتأسيس اقسام مستقلة عن أنشطة الامداد عبر ادارة واحدة تسمى : ادارة سلاسل التوريد**
- أنماط كلف التوريد : تكلفة الطلب والاتصال - تكاليف مناولة و نقل المخزون - تكاليف النقل - تكاليف المخازن - تكاليف معالجة الطلب و المعلومات**
- مشاكل عدة تواجه التشغيل في ادارة اللوجستك : القرارات المأخوذة غالبا في مجال واحد - التغيرات في جدول الانتاج الوظائف المتعددة للادارة للوجستك : وضع الطلب والاتصال - ادخال الطلب - التحقق من الرصيد الدائن - التوثيق - اختيار الطلب - التوزيع - اصدار القوائم والتسليم والاستلام**
- تعتبر المشاكل المصاحبة لعملية التوزيع المادي من المشاكل : الضخمة ذات التأثير على اجمالي الكلف ان الركيزة الاولى في كلف اللوجستك هي : تدفق المواد**
- تقسيمات السوق : الولاء - الربحية - مقدار نمو السوق او الزبون**
- العديد من المنظمات ارتبطت بشركات امداد وتزويد : عبر تعاقدات طويلة الاجل**
- التسويق يهدف الى : تعظيم الأرباح**
- اللوغستك يهدف الى : تخفيض الكلف**
- النقاط التي تبرز الدور الاستراتيجي للتوزيع المادي : 1- تحسين خدمة الزبائن 2- خفض كلف التوزيع 3- توليد المنافع المكانية والزمانية 4- توازن الاسعار وثباتها 5- التأثير على قرارات قنوات التوزيع 6- السيطرة على كلف الشحن**
- مديري الشحن في الشركات الإنتاجية يجب ان يتمتعون : بمهارة عالية في مسائل الشحن**
- يتمثل شعار الجودة لدى شركة سيمتس ب : الجودة هي عندما يَعود إلينا زبائننا، ولا ترجع إلينا منتجاتنا**
- تستطيع الشركة خلق القيمة لسلسلة التوزيع اعتمادا على : عمليات تطوير المنتجات - خدمة الزبائن - انخفاض نسبة الشكاوي - زيادة عقود التوريد**
- قنوات التوزيع الغير مباشر : السماسرة - الوكلاء - الوسطاء - تجار الجملة**
- يقود الامداد المنتظم و المستمر عبر التوزيع المادي الى : توازن الطلب - استقرار نسبي في الاسعار**
- تؤدي التوجه نحو القنوات التوزيعية الى : تقليص المخزون المركزي لدى الشركة**
- ملاحظات : 1- يعد مطابقة التوريد مع الطلب احد اولويات ادارة اللوجستك**
- 2- تعتبر الجودة ركنا اساسا في ادارة اللوجستك وسلاسل التوريد**
- 3- يتطلب نظام ادارة الجودة الشاملة جهودا كبيرة وطويلة المدى**
- 4- تتطلب التنفيذ الناجح لادارة الجودة الشاملة احداث ثورة ثقافية لدى العاملين**
- 5- ادارة الجودة الشاملة ليست بالعلاج الناجح لجميع امراض او مشاكل الانتاجية التي تعاني منها المنظمة**
- 6- ادارة الجودة الشاملة تقديم اساليب وانماط التغيير الضروري في المنظمات**
- 7- يتم التركيز في ادارة الجودة الشاملة على الاجراءات التي تقود الى تحسين جودة العمل**
- 8- تقوم ادارة الجودة الشاملة على تشخيص المبكر للانحرافات والتحقق من مطابقة المنتج للمواصفات**
- 9- خطة الجودة الشاملة يجب ان تشمل كافة مرافق المنظمة**
- 10- الجودة تشكل فارق اداء**
- 11- تعتبر عملية التفاوض من اجل الحصول على السعر المناسب من اهم وظائف ادارة الشراء في البحث عن الموردين**
- مفهوم نظام ادارة الجودة الشاملة : 1- تفاعل المدخلات لتحقيق جودة عالية للمخرجات**
- 2- فلسفة اداري تهدف لتحقيق التحسين المستمر في جودة اداء العمليات والمنتجات والخدمات في المنظمة**
- 3- نهج استراتيجي لتصنيع وتقديم أفضل الخدمات**
- تعتمد فلسفة ادارة الجودة الشاملة على المبادئ الاساسية : 1- التركيز على رضا الزبائن تجاه المخرجات**
- 2- الجهود الجماعية وفرق الجماعة 3- التحسينات المستمرة تجاه نوعية العمليات والمنتجات**
- البنية التحتية لنظام ادارة الجودة الشاملة : 1- القيادة 2- التخطيط الاستراتيجية 3- ادارة البيانات والمعلومات 4- العملية الادارية 5- ادارة التوريد 6- ادارة الموارد البشرية**

- اهم مبادئ الحيوية لثقافة الجودة الشاملة :** 1- المعرفة الحقيقية لحاجة المستهلك 2- عمل الاشياء الصحيحة بصورة صحيحة 3- التركيز على تحسين وتطوير أنظمة العمليات 4- العمل على رفع دافعية الافراد
- مفهوم الجودة الشاملة يشير للعديد من الامور وهي :** 1- تضافر جهود الجماعة 2- قبول الجماعي لفلسفات ادارة الجودة الشاملة 3- المساهمة الجماعية للعاملين والزبائن في التحسين المستمر للعمليات والمنتجات 4- تدعيم القدرة التنافسية 5- تحسين فاعلية ومرونة المنظمة
- يتكون مصطلح ادارة الجودة من ثلاث اجزاء :** جودة – شاملة – ادارة نظام الجودة
- عناصر نظام ادارة الجودة الشاملة :** جودة العملية – الافراد – الاعمال – الهيكل التنظيمي – التكنولوجيا
- اجراءات التنفيذ لادارة الجودة الشاملة :** التنظيم – الالتزام الاداري – تغيير الثقافة
- المقصود بالالتزام الاداري :** التزام عملي من الادارة العليا وبشكل واضح وفعال ويعتمد الالتزام على جميع العاملين في المنظمة
- العوامل المؤدية الى تحسين الجودة :** 1- التركيز على دراسات وابحاث السوق
- 2- رفع كفاءة هندسة العمليات وتصميم المنتج
- 3- كفاءة الشراء وعمليات اختيار الموردين
- 4- تفعيل دور ادارة المورد البشرية
- 5- الادارة الفاعلة للانتاج لضمان تأمين التدفق المنتظم للعمليات والموارد
- 6- تفعيل عمليات الفحص والتفتيش للمنتجات والخدمات
- 7- العمل على تقديم الخدمة للمستهلك بجودة عالية
- تمتاز مشاركة الشراء في تطوير المنتج بعاملين :** تحسين موقف الاستراتيجي للمنظمة – استمرارية الميزة التنافسية للمنظمة
- مساحات مشاركة الشراء في تطوير المنتج :** ادارة التطوير – ادارة العلاقات مع المورد – ادارة المشروع – ادارة المنتج
- ادى تطوير الاساليب الحديثة في البرمجيات في ادارة المواد :** الى تقليل مدة التوريد والاختزال مستويات المخزون
- تصنيف الموجودات المخزنية :** المواد الاولية والخام – الاجزاء نصف المجمعة – المنتجات النهائية – المواد الاستهلاكية
- تصنيف المخزون وفقا لمعيار الاهمية :** 1- المفردات الحيوية : هي التي يؤدي فقدانها الى توقف عمل الالة بالكامل
- 2- المفردات الاحتياطية : هي التي لا يؤدي نفاذها الى توقف نظام التشغيل
- 3- المفردات المساعدة
- تصنيف المخزون وفقا لمعيار معدلات الطلب :** طلب عالي – طلب منخفض تصنيف
- تصنيف المخزون وفقا لمعيار قيمة المخزون :** 1- المجموعة A : مفردات باهظة الثمن وباعداد قليلة وتشكل من 60-70% من مجموع القيمة الكلية للمخزون
- 2- المجموعة B : مفردات متوسطة الثمن وباعداد كبيرة وتشكل من 20-30% من مجموع القيمة الكلية للمخزون
- 3- المجموعة C : مفردات رخيصة الثمن وباعداد متوسطة وتشكل من 10-20% من مجموع القيمة الكلية للمخزون
- يمكن تصنيف المخزون وفقا لاغراض الاستخدام :** المخزون الاولي – المخزون المساند
- مستويات مصادر التوريد:** 1- المستوى الاستراتيجي : يتعلق بالادارة العليا والقرارات الحرجة و البعيدة الامد
- 2- المستوى المرحلي / التشغيلي : يتعلق بالمستوى الاداري الادنى والقرارات غير الحرجة وقصير المدى
- مصادر المعلومات :**
- 1- المصادر الاستراتيجية : ارتباطها بنقاط الاختناقات – صنع القرارات البعيدة المدى – وتبرز اهميتها في صياغة القرارات المتعلقة بالجدارات المحورية وقرارات الصنع والشراء
- 2- المصادر المرحلية / التشغيلية
- لابد من التركيز على عدة امور متعلقة بمصادر التوريد وهي :** قدرة وتقييم الموردين – معدلات التوريد

- مصادر المعلومات حول الموردين :** الكتالوجات – الادلة التجارية – الصفحات التجارية – قواعد البيانات الالكترونية
- مفهوم السعر :** قيمة السلعة او الخدمة التي تقاس بالوحدة النقدية المعيارية المستخدمة
- من الامور التي يجري مناقشتها من قبل المورد عند التفاوض بغية عقد الصفقة :** 1- الموقف في السوق
- 2- طبيعة الطلب من المنتج 3- مستوى السوق 4- اسعار المنافسين 5- حاجة المورد الى الغرض
- 6- القيمة الاقتصادية للمشتري في الامد الطويل 7- موقع المنتج من دورة حياته
- من الامور التي يركز عليها المشتري عند دراسة الاسعار :** 1- موقف المشتري في السوق 2- مستوى المخاطرة المرافقة لعملية الشراء 3- طريقة التسديد 4- عدد الموردين في السوق 5- اسعار المنافسين
- 6- العلاقة بين القيمة والسعر مفهوم الميزة التنافسية 7- الفترة الزمنية التي يجري الاتفاق عليها بالسعر
- 8- السعر المعقول 9- الكميات الممكن شراؤها خلال مدة الاتفاقية
- الامو التي تعتمد عليها عملية تحليل السعر :** 1- خبرة المشتري في مجال التكلفة 2- تقديرات الكلفة
- 3- المعلومات والبيانات المقدمة من قبل المورد
- العوامل المسببه لاختلف المعلومات والبيانات المقدمة من المورد :** الكميات المشتراه – شروط الجودة – الزمن – شروط الدفع – شروط النقل
- المنتجات الاستهلاكية :** تُشتري من قبل الأفراد لتلبية احتياجات شخصية
- المنتجات الصناعية :** تُشتري من قبل المنظمات لأغراض إنتاج مواد اخرى بهدف تحقيق الربح
- المنتجات الموجهه :** تُشتري من قبل المنظمات لغرض إعادة بيعها و تحقيق الربح
- أنواع المنتجات الصناعية:**
- 1- الوحدات الرأسمالية الاستثمارية : تلك المفردات التي تعود إلى مجموعة الأصول الثابتة
- 2- مواد الإنتاج
- اقسام ا الوحدات الرأسمالية الاستثمارية :**
- 1- السلع الرأسمالية : تأخذ نمط الأصول الثابتة , و تستخدم في الإنتاج
- 2- الاصول الرأسمالية : تستخدم في توليد العوائد
- 3- النفقات الرأسمالية : موجهة نحو شراء الأصول الإنتاجية الملموسة
- مزايا المعدات الراسمالية :** 1- باهضة الثمن 2- تستخدم في الإنتاج 3- تمويل بعيد الأمد 4- تخضع إلى معايير ضريبية خاصة 5- تقوم الحكومة عادة في المساعدة بتمويل و شراء مثل هذه المفردات 6- تعتمد قرارات شراؤها على أسس المبيعات و المخرجات و العمالة
- اقسام مواد الإنتاج :** 1- المواد الخام : هي المواد الاولية التي تورّد مباشرة من الحقول والموجهه إلى عمليات الإنتاجية
- 2- المواد نصف المصنعة و المواد تحت الصنع: هي المفردات المنتجة التي أجريت عليها بعض العمليات الإنتاجية
- 3- الأجزاء و المكونات و الوحدات المجمعة: هي المفردات التامة الصنع (المخرجات ,) و التي تستخدم كمدخلات لمصانع أخرى و هي لا تفقد شكلها الاولي عند المعالجة
- اهداف المشتريات :** 1- الحصول على السلع والخدمات بالكمية و الجودة المطلوبة 2- الحصول على السلع والخدمات بلباسعار المناسبة 3- الحصول على أفضل خدمة ممكنه للتوريد من قبل المورد 4- تطوير و إدامة العلاقات مع الموردين
- الوظائف الاساسية للمشتريات :** 1- إعداد مواصفات المشتريات 2- اختيار المورد المناسب 3- صياغة عملية التفاوض و شروط الشراء 4- إصدار و إدارة أوامر الشراء
- دورة المشتريات :** 1- استلام طلبات الشراء 2- اختيار الموردين 3- تحديد السعر المناسب 4- اصدار اوامر الشراء 5- المتابعة للتحقق من تلبية مواعيد الاستلام 6- استلام المواد و قبولها 7- المصادقة على قوائم الشحن لغرض تسديد القيمة
- يجب ان تحتوي طلبية الشراء على المعلومات التالية كحد أدنى :** شخصية الجهة الطالبة للمواد- مواصفات المواد- الكمية و وحدة القياس- تاريخ التوريد المتوقع
- الامور التي تتطلب المصادقة عليها :** امر الشراء – تقرير الاستلام – قائمة الشحن
- ملاحظات :** 1- تشارك كافة الدوائر والاقسام بالمنظمة في عمليات الشراء بصورة فاعلة
- 2- تنفق المنظمات الصناعية كمعدل حوالى 50% من مبيعاتها على شراء مواد الخام والمكونات والاجزاء والمواد الاستهلاكية

3- يتم تأمين المفردات الروتينية عادة من كشوفات الموردين المعتمدين
 4- يتم تأمين المفردات التي لم يسبق ان طلبت عادة من خلال البحث عن موردين جدد
 يقوم استلام وقبول المواد : بفحص المواد للتأكد من مواصفاتها وكمياتها المحددة بأمر الشراء
 تعتبر المهمة الأولى ذات الأهمية الكبيرة لإدارة الشراء : تحديد المواصفات
 تمثل المهمة الأكبر عن تحديد الدقيق للمواصفات المطلوبة : متطلبات الكمية - متطلبات السعر- المتطلبات الوظيفية
 مراحل للوصول إلى مواصفات المستخدم هي: تخطيط الجودة و المنتج - تصميم الجودة و المنتج - الجودة و التصنيع
 الجودة والإستخدام
 تقوم من قبل الإدارة العليا بالاستناد إلى متطلبات السوق : تخطيط الجودة و المنتج
 تقوم على ضوء الدراسات السوقية بـغية تحقيق النجاح : تصميم الجودة و المنتج
 طرق توصيف المواصفة الوظيفية :

1- التوصيف بواسطة العلامة التجارية : هنا يعتمد المشتري على السمعة و المكانة التي يتمتع بهما المورد
 2- التوصيف بحسب المواصفات : تستخدم في الخصائص الفيزيائية أو الكيميائية ومواد و طرق التصنيع والاداء
 يلجأ المشتري إلى طريقة التوصيف بالعلامة التجارية في الحالات التالية : 1- كون المفردة تشمل على براءة اختراع
 أو ان العملية تمتاز بالسرية 2- كون المورد يمتاز بخبرة لا يمتلكها المشتري 3- كون الكميات المشتراة
 صغيرة 4- امتلاك المورد افضلية ابداعية لقسم معين من الزبائن او المشتريين
 مصادر المواصفة : 1- مواصفات المشتري : عادة ما تكوف غالية التكلفة و باهظة الثمن
 2- المواصفات المعيارية : تمثل نتائج الدراسات المبذولة من قبل الحكومات و مراكز الأبحاث
 3- الرسومات الهندسية : تأتي بهدف الوصول إلى الشكل الدقيق و المضبوط للاجزاء و الوحدات التجميعية
 4- التوصيف بالعينات

انواع مصدر التوريد : 1- المصدر القاعدة : هو مصدر واحد فقط والذي يمكن احتكارياً بسبب الاختراع أو الموقع
 2- المصدر المتعدد: استخدام أكثر من مورد واحد لتوريد المفردة بحكم المنافسة بين مصادر التوريد
 3- المصدر المنفرد: عقد شراكة طويلة الأمد ما بين المشتري و المورد وهذا ما يدعوا اليه نظام الجودة الشاملة
 عوامل إختيار الموردين : 1- المقدره الفنية 2- القدرات التصنيعية 3- المعولية أو الاعتمادية 4- خدمات ما بعد
 البيع 5- موقع المورد

يتم الاختيار النهائي للمورد بالاعتماد على عدة طرق هي : التحليل الكمي – القيمة النقدية – الاوزان المرجحة
 يتم تحديد السعر على اساس : السعر العادل
 من الاسس الهامة لتحديد السعر العادل استخدام : اسلوب تحليل الكلف
 العروض المقدمة هي : الطلب المحرر

ان الادارة الكفاء للمرتجعات تمكن المنظمة من التعرف على : فرص التحسين للنتاجية واختراق السوق
 من الأمور الهامة في إدارة المرتجعات : تأسيس فريق متخصص يتولى القيام بعدة امور هامة منها :
 1- التنبؤ الصحيح لضمان انسيابية التدفق العكسي 2- التصرف بالمواد المرتجعة بوضوح 3- اتخاذ قرارات
 تنظيمية سريعة تجاه المرتجعات 4- تفعيل برامج النقل 5- إدارة العلاقة مع الموردين 6- تطوير الإجراءات الخاصة
 بتحليل نسب المرتجعات

ملاحظات : 1- تتمثل الخطوة الأولى لإدارة المرتجعات بالنظرة العامة للشكل البيئي الادارة الحديثة
 2- يجب ان تدار أنشطة المرتجعات اول بأول بـغية تحديد مسار المنتج المرتجع
 3- تعتمد المنظمات على المفاوضات المتابعين لها للحصول على أفضل الأسعار التي تضمن لها الإنتاج المربح
 4- لايد من إجراء عملية المعاينة و الفحص و العلاج بالسرعة الممكنة حتى لا تهبط قيمة ذلك المنتج
 5- تستوجب الخطوة النهائية لإدارة المرتجعات استخدام بياناتها في تحسين عمليات المنتج
 6- تلجا بعض المنظمات للتفاوض عند الشراء وخاصة عندما يحصل تباين في بنود العقد
 المرتجعات التجارية غير المجازة عند نقطة الادخال في عمليات اللوجستك العكسية تستوجب : التخطيط والتصميم
 والبرمجة الجادة

التفاوض : العملية الديناميكية للتوافق بين طرفين لكلٍ منهما أهدافاً خاصة
 المميزات الشائعة للتفاوض: 1- وجود طرفين أو أكثر 2- وجود نزاع أو خلاف أو تباين في الرغبات بين الأطراف
 3- الاعتقاد بإمكانية الحصول على مكاسب أفضل تؤخذ طواعية من الطرف الآخر 4- تفضيل البحث عن اتفاقية بدلا
 من التناحر العلني 5- استخدأ مبدأ خذ وهات 6- التفاوض الناجح يستخدم إدارة اللاملموس في حل الملموس
 تبرز عملية التفاوض بـغية تثبيت القيمة في عدة حالات منها : 1- حدوث تغير في تصميم السلعة
 2- حدوث مشاكل حول عملية التغليف 3- تغير حالة السوق التي تتطلب تغيير في الكميات و الأسعار
 الخطوات الرئيسية في تنمية أو تطوير استراتيجية التفاوض : 1- تطوير هدف محدد مطلوب للتفاوض

- 2- تحليل موقف الجهاز التساومي 3- تحليل الكلف من خلال جمع البيانات ذات الصلة 4- محاولة التعرف على احتياجات الجهاز 5- تحديد الحالة الفعلية التي يتوقع عدم الموافقة عليها 6- توضيح موقف المشتري والبيانات الداعمة 7- وضع خطة إستراتيجية للتفاوض بترتيب القضايا 8- تسوية سلوكيات المفاوضين 9- الهدوء و رباطة الجأش
- في التفاوض عادة تكون هناك نتائج ممكنة : راجح - راجح او خاسر - راجح او خاسر - خاسر**
- متطلبات أساسية ينبغي توفرها في الشخص لكي يكون مؤثر في التفاوض : المعرفة - الفطنة والذكاء - المهارات الشخصية**
- تتعدد مجالات التفاوض في الشراء وتشمل : عملية تحديد الاسعار - الاتفاق حول جداول التسليم - الجودة المناسبة - طرق التعبئة**
- خواص يجب أن يتمتع بها المفاوض القدرة على التفكير - القدرة على التحليل - القدرة على التغيير - لقيادة - الاتزان العاطفي - الصبر - روح الدعابة والفكاهة**
- مساحة الموضوعات المحددة للبحث ضمن إدارة الشراء :1- طلبات شاملة : أي البحث في طرق التعاقدات ذات الصيغة الشاملة والتي تعطي قوة كبيرة وخفض المصاريف الادارية**
- 2- صيغة مؤشر السعر: أي دراسة مزيج السعر الفعلي المدفوع للمشتريات او مزيج اسعار السوق الفعلية والقابلة للمقارنة**
- 3- تحليل الخصومات السعريّة : يهدف الحصول على المنافع المرتبطة بتوفير الكمية وخصومات الدفع**
- 4- تحليل العطاءات (الأسعار) : يهدف الى تحديد مجاميع المواد المراد شرائها وبالكلف الادنى**
- 5- تخطيط المتطلبات المادية: أي استخدام نظام MRP**
- 6- منحني التعلم: استخدام المعرفة (الخبرة) في زيادة الانتاج بالشكل الذي يؤدي الى تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة**
- 7- الكلف الإجمالية للمالك 8- المدفوعات او إجراءات الخصم النقدي 9- أنظمة مسارات أو مسالك المورد**
- 10- أنظمة الاستلام 11- إجراءات الطلبات الصغيرة و العاجلة 12- أنظمة التعاقدات 13- مساهمة او مشاركة بيانات الجهاز 14- طريقة تقييم أداء المشتري والجهاز**
- القيادة : تعني القدرة على اختراق استراتيجية التفاوض المعارض**
- القدرة على التحليل : تعني التقييم الموضوعي لكل الخيارات المطروحة**
- انواع الشركات التي تسعى الى التطوير في ظل العولمة: 1- شركات تصنع التغيير وهي التي تجعل الأشياء تحدث**
- 2- شركات تتشاهد الأشياء تحدث 3- شركات التي تندش لما حدث**
- هناك قوتان هائلتان تحددان خارطة الاقتصاد العالمي اليوم هيما : التقنية - العولمة**
- الإتجاهات الحديثة للربح في ظل العولمة والتغيرات الحديثة : الربح : 1- عن طريق الجودة العالية 2- الربح عن طريق السعر الأقل 3- الربح عن طريق الخدمة الأفضل 4- الربح عن طريق نصيب أكبر من السوق 5- الربح عن طريق تكيف المنتج مع إحتياجات العميل 6- الربح عن طريق التطور المستمر للمنتج 7- الربح عن طريق الابتكار في المنتج 8- الربح عن طريق الدخول إلى الأسواق ذات النمو العالي 9- الربح عن طريق استباق توقعات العميل من العوامل التي يمكن أن تؤثر على قرار الشركة للدخول إلى الأسواق العالم : 1- قدرة أو طاقة السوق**
- 2- التنوع الجغرافي 3- طاقة المنتج 4- دورة حياة المنتج 5- مصدر المنتجات و الأشكال الجديدة**
- 6- المنافسة الأجنبية في الأسواق المحلية 7- توفر المواد الأولية**
- إستراتيجيات التي تتبعها الشركات لدخول الاسواق العالمية : 1- التصدير 2- ترخيص حرية العمل 3-المشاريع المشتركة 4- التملك و الاستحواذ 5- لإستيراد 6- التجارة المتبادلة**
- ادى التوجه المستقبلية لسلاسل التوريد عالميا الى : 1- ظهور المنظمات المتخصصة بالتوريد أغنت الشركات عن إتباع المدخل الإنتاجي و التوجه نحو المدخل المتكامل الذي يعتبر الزبائن محوره الرئيسي 2- أجبرت الشركات التقليدية أن تتماشى مع الخطوات الذكية لسلاسل التوريد الحديثة بغية تطوير إنتاجها وفق المفاهيم الحديثة 3- اتجهت بعض الشركات لمنح الزبائن خصماً إضافياً عن طريق اشتراك الزبائن ببطاقات 4- توفير قاعدة بيانات خاصة بالعملاء لتعرف على احتياجاتهم**
- العوامل التي يجب أن تُبنى عليها الاستراتيجية العالمية للوجستك و سلاسل التوريد : 1- السرعة في تقديم المنتج**
- 2- التركيز على السوق 3- الاستجابة السريعة في التوزيع 4- خدمات منتشرة 5- حلقات توزيعية قصيرة**
- العناصر الغير مسيطر عليها ضمن سلسلة التوريد عالمياً : القوى التنافسية - القوى الاقتصادية - القوى القانونية والسياسية - العوامل الاجتماعية والثقافية - العوامل الجغرافية - قوى التكنولوجيا**
- العناصر المسيطر عليها ضمن سلسلة التوريد عالمياً : خدمة الزبون - المخزون - التغليف - النقل - المستودعات - نشاطات اخرى**
- التحديات التي تواجه التسويق في القرن الحالي عند فيليب كوتلر : 1- نمو التسويق غير الربحي 2- العولمة السريعة**

- 3- الاتساع و التعاضد السريع لتكنولوجيا المعلومات 4- التغيرات الاقتصادية العالمية 5- الدعوات الى الاخلاقيات ومسؤوليات الاجتماعية أكثر
- تستطيع المنظمة أو تقدم إنتاجاً عالمياً إذا ملكت :** 1- ميزة الملكية المحدودة 2- ميزة الموقع العالمي المحدود 3- الذاتية
- مستويات تؤثر على أنظمة التوزيع العالمي و هي :** الشركة- مستوى الشركة او شبكة القيمة - المستوى الكلي العالمي التصميم التقليدي لتنظيم سلاسل التوريد عالمياً لتحقيق الأهداف التشغيلية كان ينصب على : التكنولوجيا - التسويق- التصنيع- اللوجستك
- ملاحظات :** 1- يؤكد الاعتماد المتبادل في الاقتصاد العالمي على ان كل سلسلة توريد تمتلك قنوات وابعاد دولية عديدة 2- هناك العديد من الشركات تأتي إيراداتها من العمليات العالمية 3- لا بد من الشركات ان تعمل ضمن نطاق العولمة 4- من نتائج العولمة كون الفرد يستطيع ان يشتري مايشاء من أي بقعة في العالم 5- امتاز العصر الحالي بالتوجه إلى القطاع الخاص 6- جميع اشكال الدخول الى لاسواق العالمية تتطلب معرفة واسعة بالمتغيرات التي يمكن ان تؤثر على نظام التوزيع في سلسلة التوريد للمنظمة 7- تتطلب سلاسل التوريد العالمية تنسيق تام بغية ايجاد طريقة التشغيل تحت اختلاف تام في السياسة والاقتصاد والبيئة المالية 8- تبرز الشركات المتخطية الحدود كاساس او حجر زاوية في سلاسل التوريد العالمية 9- تتمثل الخطوة الاولى في التكنولوجيا والتسويق والتصنيع واللوجستك بوجود ان تعمل بشكل متزامن **شبكة القيمة :** يستوجب التركيز على العامل المهم تجاه المجهز والشركاء والمنافسين والزبائن **ملاحظات :** 1- ان المؤشرات الاساسية مثل تكلفة الادنى والجودة والتكنولوجيا وحدها لاتضمن النجاح لا بد للمنظمات ان تكون قادرة على تحقيق المنافسة المعتمدة على الزمن 2- ان اسلوب ادارة التوريد الفعال والمبدع يسعى لتحقيق التخفيضات المؤثرة في الدورة الزمنية المطلوبة 3- يوجد عدد قليل من المنظمات التي لاتملك الفرص الكفاء لتحسين زمن دورة سلسلة التوريد 4- حتى تملك المنظمات القدرة التنافسية في سلسلة التوريد عليها البحث عن امكان تقليل زمن دورة السلسلة 5- لتقليل زمن دور سلسلة التوريد لا بد من القيام بالتحليل الشامل لفاعليات سلسلة التوريد 6- ان عملية تقليل زمن دورة السلسلة ليس بالحدث الذي ينفذ مره وحده بل هي عملية تحسين مستمرة 7- لا بد من فهم سلاسل التوريد الجارية اوالقائمة والعمليات ذات الصالة بها حتي يمكن اعتماد وتنفيذ نظام اللوجستك 8- يعتبر توثيق العملية الخطوة الاولى في فاعليات التحسين 9- الجزء المحوري في عملية توثيق العملية هو تطوير ما يسمى بخارطة العملية 10- تمتد خارطة العملية من المورد الى الزبون **المقصود بزمن الدورة :** هو مجموع الزمن المطلوب لإكمال العملية التجارية ونسبة صغيرة فقط بحدود (3-5 %) ليس له أي علاقة مع العمل الحقيقي **الأسباب التي تؤدي إلى إطالة زمن الدورة في سلسل التوريد :** 1- الإنتظار 2- الفعاليات التي لا تضيف قيمة ووظيفة 3- التسلسل او التوازي في أداء العمليات 4- الفعاليات المتكررة في العملية 5- الشحن بالدفعات 6- السيطرة المحكمة 7- العجز في انسيابية حركة المواد 8- غموض الأهداف 9- التصميم السيء للاساليب والنماذج المستخدمة 10- إستخدام التكنولوجيا المتقدمة 11- النقص في المعلومات المتاحة 12- التنسيق المحدود ما بين أعضاء سلسلة التوريد 13- والتعاون المحدود لدى الاعضاء في السلسلة 14 - النقص في التدريب **الطرق المستخدمة في تقليل الفجوة الزمنية :** 1- تأسيس الفريق المختص بتقليل زمن الدورة 2- تطوير الفهم الكامل لعملية سلسلة التوريد و الأداء الحالي لزمن الدورة 3- تحديد فرص تقليل زمن الدورة 4- تطوير وتنفيذ المقترحات الهادفة إلى تقليل زمن الدورة (يشمل على الجزء الابداعي من مهمة الفرق) 5- قياس أداء عملية زمن الدورة 6- تحديد جهود التحسين المستمر لتقليل زمن دورة العملية **عوامل النجاح الحرجة لتقليل زمن دورة سلسلة التوريد :** 1- مساندة الإدارة العليا 2- الإلتزام التام بأهداف تقليل زمن الدورة 3- استخدام الفرق متعددة الوظائف 4- تطبيقات إدارة الجودة الشاملة 5- تدريب الأفراد العاملين على طريق تقليل زمن الدورة 6- تأسيس الرقابة و تقديم التقارير المستمرة حول معايير قياس زمن الدورة 7- تطبيق نظام المعلومات الفعال و التكنولوجيا الحديثة 8- التنسيق بين أعضاء سلسلة التوريد **معايير قياس أداء سلسلة التوريد :** 1- استخدام بطاقة الأداء المتوازن 2- معيار الطلب المثالي أو الكامل 3- معيار التكلفة الكلية **مساحات الأداء الأساسية لبطاقة الأداء المتوازن :** البعد المالي - بُعد الزبون - بعد العمليات - بُعد التعليم و النمو

معايير القياس عند استخدام بطاقة الأداء المتوازن في إدارة سلسلة التوريد : رضا الزبون و الجودة- سرعة التوريد- الكلف- الموجودات

معيار الطلب المثالي أو الكامل : يشير إلى مقدرة سلسلة التوريد على تحقيق % 100 من الطلب في التوقيت المحدد وخلق عملية تنفيذ الطلبات من الأخطاء

يمكن وصف مفردات الطلب المثالي بالآتي : توريدات الشحنات في الوقت المحدد من قبل الزبون - توريدات الشحنات بالكامل من دون تجزئتها إلى أجزاء - دقة قوائم الشحن - سلامة الشحنات

معيار التكلفة الكلية : تعني التكلفة الكلية لنظام التوريد الشامل

الطلب الغير كاملة : تعني بروز كلف اضافة ذات اصالة بعملية توريد الشحنات

من الكلف الاضافية في الطلب الغير كاملة ذات الصالة بعملية توريد الشحنات : كلف التأخير في التوريد- كلف الطلبات المرتدة - كلف الضرر - كلف تغيير الكميات

سلاسل التوريد المتعددة : تعني قيام المنظمة الواحدة بتقديم العديد من المنتجات و الخدمات كذلك شراء المواد و الأجزاء التكميلية المختلفة من مساحة واسعة من الموردين ومن ثم بيعها إلى الزبائن المتعددين

خارطة العمليات : تعتبر الأداة الأساس في فهم سلاسل التوريد وهي سلسلة منطقية من الإجراءات ذات الصلة التي تحول المدخلات إلى نتائج أو مخرجات

عملية الأعمال : هي سلسلة من الفعاليات المنطقية المتكررة المترابطة و التي تحقق الانتفاع من الموارد المتاحة عبر تحويل الشيء الملموس و غير الملموس إلى نتائج محددة قابلة للقياس

تهدف خارطة العملية إلى تحقيق العديد من الأغراض و التي منها : 1- الفهم الشانغ لمحتوى العملية و فعاليتها و نتائجها وادائها 2- تحديد و توضيح مدى العملية 3- تحديد القاعدة التي تستخدم في قياس التحسينات المحققة و المتوقعة للمستقبل

ملاحظات حول الاستجابة الفاعلة للزبائن (الزبون) :

- 1- لجات بعض الشركات لاسناد عملية التوزيع الى شركة خارجية عرفت بشركات اللوجستيك
 - 2- أحد الأهداف المهمة الدافعة بالمنظمات إلى التعاقد الخارجي رضا الزبائن
 - 3- تعمل الإدارة اللوجستية على خلق الاستقرار السعري عن طريق مخازنها
 - 4- عمدت بعض الشركات الى إيجاد مراكز توزيع لها قريبة من الأسواق المستهلكة
 - 5- السرعة و الدقة المناسبة- دفع الإئتمان والبلاغات تتم من خلال الكمبيوتر باختلاف الأماكن و الأزمنة
 - 6- تتمثل الخطوة الاولى لانظمة التوزيع المادي بتلبية الطلبات بالسرعة والدقة
 - 7- اسهمت التطورات التكنولوجية بتسهيل عملية الطلب و التحويل النقدي بين المستفيدين
 - 8- سهلت شبكات الانترنت الاتصالات بين المنتجين انفسهم وبين الزبائن و الزبائن بالمنتجين وبالعكس
 - 9- يمكن الحل الأمثل للاستجابة الفعالة للزبائن بتطبيق نظام الجدولة الزمنية (JIT)
 - 10- تمثل المواد المخزنة استثمار مالي كبير لا بد من مراقبة حجمة تكوينه بهدف جدول الإنتاج لارضاء الزبائن
 - 11- تعتبر الاستجابة السريعة لطلب الزبون استراتيجية قطاع التجزئة
 - 12- تحتاج الشركات الى تطوير العلاقات مع زبائنها على الامد البعيد حيث يمكن ان توجد بعض المنافع المادية و غير المادية نتيجة استخدام استراتيجية العدد المحدود من الموردين
 - 13- قد تُثمر العلاقة مع الموردين بتوقيع عقود تنفيذ سياسة الجدولة الفورية (JIT) إمكانية الاستفادة من الخبرات التكنولوجية المتراكمة لدى الطرفين
 - 14- إن النجاحات التي اعتمدت عليها عملية التنبؤ تعتمد إلى حد كبير على درجة الثقة الممنوحة لمصادر المعلومات المتبادلة
 - 15- بُعد مصادر الإنتاج و تنوعها و تزامم المنتجات و اختلافها و ازدياد حدة المنافسة أدت جميعها إلى ضرورة إيجاد وسائل حديثة تخدم البائعين لبلوغ الشرائح المستهدفة من المشتريين أينما كان
 - 16- تعتمد العديد من الشركات الانتاجية و تجار التجزئة على نظام التنبؤ بحجم المبيعات لتهيئة مستلزمات انتاجها و مشترياتها ومبيعتها وتجنب المبالغة في حجم المشتريات الا ان التنبؤ لا تعد حاسمة
 - 17- لا بد من التوافق التام بين الشركات المنتجة و الموزعة لنفس المنتج بهدف وضع مقاييس و برامج مشتركة
 - 18- ادى زيادة التوسع في الإنتاج الى زيادة اهمية الاتصال و التفاعل البشري
- أنواع شبكات الإنترنت التي تخدم العمليات التسويقية**
- 1- شبكات المناطق المحلية (LAN) : شبكات تربط أجهزة حاسب شخصية و محطات هواتف و حدود مساحات جغرافية محددة لا تزيد عن ميل أو ميلين
 - 2- شبكات المناطق المركزية (MANS) : شبكات ذات سرعات عالية (كمبيوتر أو هاتف) صممت لربط اثنين او أكثر بحدود إقليم جغرافي محدد

3- شبكات المناطق الواسعة (WANS) : تمتد لمساحة جغرافية كبيرة حيث تربط الحاسب والهواتف لتشمل عموم

البلد

يهدف نظام الجدولة الفورية JIT : إلى تخفيض التالف أو الضائع أو الفائض عن طريق طلب المواد عندما تحتاجها المنظمة

تساهم جدولة زمنية لاولوية الطلب : تحديد حجم المخزون – تحديد فترة النفاذ والامداد

ادى القصور في تنفيذ الطلب الى : ضياع الزبائن وفقدان الصفقة – تشوية سمعة الشركة

فوائد للتنبؤ الدقيق : خفض المخزون – خفض احتمالية المخزون - تلبية الطلبات في موعدها - زيادة الارباح

اوالعوائد

سمات التجارة الالكترونية : 1- الشراء المباشر من الموقع و تخفيض تكاليفها التشغيلية

2 - اصبحت الشركات تقدم منتجاتها و تتعامل مع زبائنها من خلال الشبكة العنكبوتية

3- أصبحت الشركات لا تحتاج إلى مساحات شاسعة لتقييم عليها معارضها ولا حاجة إلى رأس مال ضخ

4- معرفة أفضل البائعين و المنتجين و اختصار الزمن و المسافات

5- زاد الضغط على الشركات لإعادة النظر في تلك العمليات التي يتم بموجبها إيصال القيمة للزبون

ادارة المخزون : مجموعة من الأساليب و المبادئ التي تستخدم في إعداد خطة المواد و التنسيق و السيطرة و

المراجعة لتدفق أو حركة المواد خلال المنظمة

المخزون : هو عبارة عن مخزون السلع و الأصول الذي يتم إدامته لأغراض مختلفة

سياسة المخزون : جميع ابعاد التي تمارسها ادارة المخزون والتوزيع

إدارة المخزون الشاملة تشمل على عدة أمور أهمها : 1- تدفق المخزون و أنواعه **2-** أنماط الطلب و التوريد

3- وظائف المخزون **4-** أهداف إدارة المخزون **5-** الكلف ذات الصلة بالمخزون

القواعد المخزنية لادارة المخزون : 1- تحديد المفردات المخزون الأكثر أهمية **2-** تحديد كيفية السيطرة على

المفردات المخزونة **3-** تحديد كمية الشراء في الدورة الواحدة **4-** تحديد توقيت اطلاق أمر الشراء

انواع المخزون : 1- المواد التموينية: التي تستهلك من خلال وظائف المنظمة

2- المواد الأولية و الخامات : يتم استخدامها كمدخلات للعملية الانتاجية والتي يتم تحويلها إلى منتجات

3- السلع الجاهزة : هي المنتجات النهائية الجاهزة للبيع و التوزيع و الخزن و الاستخدام

3- قطع الغيار والمواد الاحتياطية : هي المواد التي تستخدم لعمال الصيانة

تصب اهداف ووظائف المخزون الموائمة بين : 1- التوريد و الطلب **2-** طلبات المستهلكين و المنتجات الجاهزة

3- المنتجات الجاهزة وتوفير مكوناتها واجزاءها **4-** متطلبات العمليات و المخرجات من العملية السابقة

5- الأجزاء و المواد اللازمة لبدء عمليات الإنتاج

انماط المخزون : 1مخزون الأمان : يهدف إلى تغطية التذبذبات و الانحرافات المتوقعة في التوريد و الطلب

2- المخزون بالدفعات الكبيرة : شراء المفردات بكميات اكبر من الحاجة بغرض الاستفادة من خصم الكمية و تقليل

كلف الشحن و النقل و الاعمال الورقية

3- المخزون الواسع : خاصة لبعض المنتجات في سوق التجارة الدولية مثل الحبوب و المواد الطبيعية والمعادن

الثمينة التي تتذبذب أسعارها في ضوء العرض و الطلب العالميين

4- المخزون المنقول

ابرز اهداف إدارة المخزون : تحقيق الخدمة العالية للزبون - اختيار الكمية الاقتصادية للمخزون - تقليل تكلفة

الاحتفاظ بالمخزون- الاستثمار الأمثل لرأس المال- تجنب حالات التقادم- تحقيق التكلفة الأقل للعمليات

طرق تدفق الكلف :

1- مايدخل أولاً يخرج أولاً : 1- من أكثر الطرق بساطة في التطبيق و أكثر الطرق شيوعا واستخدام

2- يتم بموجبها صرف المواد ومنتجات المخزونة التي وصلت الى المستودع قبل غيرها

3- يتم احتساب تكلفة تخزين الوحدات بموجب قوائم التكلفة السابقة في حساب دفتر الاستاذ العام

2- ما دخل أخيراً يخرج أولاً : تفترض هذه الطريقة بأن بيع السلع يتم بالاسعار الجارية و بموجبها يتم تقييم الوحدات

بأخر سعر تم بموجبه شراء الكميات الاخيرة به

3- طريقة متوسط (معدل) التكلفة : تستخدم في محاولة للتطابق ما بين الرصيد الحقيقي في نهاية المدة و بين تكلفة

السلع المباعة

4 - طريقة التكلفة المحددة : تعتبر من أفضل الطرق في إبراز القيمة الحقيقية للمخزون في آخر المدة بالإضافة إلى

كلف السلع المباعة

العناصر المساعدة على السيطرة المحكمة على المخزون : نظام الترميز الجيد للمخزون نظام مبسط لتوثيق

الاجراءات

ملاحظات حول المخزون : 1- يتوجب على إدارة المخزون تأسيس قواعد للقرارات التي تتخذها حول المفردات المخزونة

- 2- تعتبر السيطرة على المخزون وادامته من المسائل المشتركة في جميع المؤسسات الاقتصادية
- 3- تعتبر استراتيجية المخزون احد المحاور الرئيسية في المنظمة
- 4- يتوجب الاحتفاظ بالمخزون بصورة سليمة في اماكن امنة
- 5- تعتمد الدقة في قيود المخزون على مقدار ودرجة الدقة في تسجيل هذه القيود
- 6- في دقة قياس المخزون يجب تحديد مستوى التفاوت المسموح به لكل مفردة
- 7- المستودعات ذات صلة وثيقة ومتبادلة بالمخزون فهما متناظران من حيث الوظائف

خطوات صرف او حركة المواد في المستودعات : 1- تعريف وتحديد المفردة 2-التحقق من الكمية 3- تسجيل القيود للعملية الاجرائية 4- والتنفيذ الفعلي للعملية الاجرائية

لتحقيق الدقة في عملية تسجيل قيود المخزون لا بد من توفر ثلاث مفردات: توصيف المفردة - تحديد الكمية - تحديد الموقع

النتائج المترتبة على قيود التخزين الدقيقة : 1- التشغيل الكفؤ لنظام ادارة المواد 2- ادامة مستوى مقبول من الخدمة 3- التشغيل الفعال والكفاء 4- تحليل المخزون

النتائج المترتبة على قيود التخزين غير الدقيقة: 1- فقدان المبيعات 2- العجز بالمخزون بما يؤدي الى تشويش الجدولة 3- حدوث المخزون الخطأ 4- انخفاض مؤشر الانتاجية 5- اداء ضعيف غير كفاء في التوريد 6- المتابعة الزائدة بسبب رود فعل الزبائن

اهداف إدارة المستودعات : تقليل الكلف- تعظيم خدمة المستهلك

لتحقيق تقليل الكلف و تعظيم خدمة المستهلك من ادارة المستودعات لا بد من توفر : 1- تحقيق خدمة المستهلك بالسرعة المطلوبة 2- المحافظة على مسار الترميز للمفردات 3- تقليل الجهد العضلي و المادي و الكلف 4- تأمين قنوات الاتصال مع المستهلكين

تشمل كلف تشغيل المستودعات على : 1 راسمالية : ذات صلة بالمساحات المخزنية وبمعدات المناولة والنقل 2- تشغيلية : كلف العملة وهي تمثل الجزى الاكبر

فعاليات (وظائف) تشغيل المستودعات : 1- استلام وتوزيع وسحب ونقل المنتجات والمواد 2- تحديد وتعريف المنتجات والمواد وترميزها 3- الاحتفاظ بالمخزون 4- توزيع الشحنات 5- ادارة وتشغيل نظام المعلومات الامور الواجب القيام بها من قبل ادارة المستودعات لغرض زيادة الانتاجية وتقليل التكاليف :

1- تعظيم استخدام المساحات المخزنية 2- الاستخدام الكفؤ للعملة والمعدات

تحتاج ادارة المستودعات لتحقيق لاستخدام الكفاء للعمالة والمعدات الى : 1- اختيار المزيج الانسب من العمالة والمعدات 2- تأمين الوصول السهل الى مواقع خزن كافة المفردات 3- نقل ومناولة المفردات بصورة كفوة العوامل المؤثرة على اختيار مواقع المستودعات : 1- العوامل الطبيعية 2- الخصائص السكانية

3- الضرائب والتجارة 4- خدمات النقل 5- المستهلكون 6- وفرة المواد والطاقة 7- التدفق السلعي

تحتاج المنظمات باختلاف انواعها الى الادارة الكفؤ للسيطرة على المخزون وذلك للعديد من الاسباب :

1- تمثل الموجودات المخزنية استثمارا كبيرا في الموارد المالية 2- تؤثر مستويات المخزون عادة على جميع ابعاد العمليات اليومية للمنظمة 3- كون المخزون يمثل سلاح تنافسي قوي 4- يعتبر المخزون من اكثر المسائل اهمية طرق قياس المخزون : متوسط معدل القيمة الكلية للمخزون - فترة البيع - دوران المخزون اهم وظائف ادارة المخزون :

1- الاحتفاظ بالمخزون لمواجهة الطلب المتوقع 2- تأمين الانسيابية المنتظمة لمستلزمات الانتاج

3- تحقيق الموانمة المزدوجة بين انظمة الانتاج والتوزيع 4- الوقاية من نفاذ المخزون وارتفاع الاسعار والاستفادة من خصم كمية الشراء 5- تحقيق الميزة في دورات الطلب

تكلفة أمر الشراء : التكلفة التي تتعلق بطلب شراء المخزون ونفقات استلامه

تكلفة الاحتفاظ بالمخزون : التكلفة التي ترتبط بالمفردات المخزون في المستودعات

كلفة نفاذ المخزون : تلك الكلف الناجمة عن الحالات التي يزيد فيها الطلب عن كمية المخزون الفعلية في المستودعات

صورتكلفة نفاذ المخزون : كلف فقدان الزبون - الغرامات بسبب الاخلاء بالعقود المبرمة -فقدان المبيعات المستقبلية

الطلب المعتمد مواد اولية او اجزاء تكميلية اووحدات نصف مصنعة تستخدم في انتاج المنتجات النهائية

الطلب المستقل : هي الاجزاء او المواد او المنتجات النهائية التي يجري شحنها على اساس كونها منتجا نهائيا

لغرض تحديد السياسة المثلى للمخزون لا بد من توفر المعلومات والبيانات الكافية بخصوص كل من المؤشرات التالية

: معدلات الطلب - كلف المخزون المناسبة - فترة التوريد ومدتها

يقصد بالكمية الاقتصادية للمخزون او الشراء : هي كمية الطلب المتعلقة بنقطة التعادل لكل من كلف الاحتفاظ بالمخزون مع كلف امر الشراء

لمعرفة حالات نفاذ المخزون وتحديد مخزون الامان لا بد من معرفة نقطة اعادة الطلب - مخزون الامان من الامور التي تؤدي إلى زيادة تعقيد تكلفة نفاذ المخزون : 1- احتواءها على حالة عدم التأكد بخصوص تأثير إجراءات عدم الرضا لدى الزبائن حول حجم الطلب المتوقع أو المستقبل 2- الطلبات المرتدة 3 - فقدان المبيعات **حالة كلف نفاذ المخزون : 1- ثبات الطلب مع ثبات فترة التوريد:** تتخذ القرارات بالمخزون تحت ظروف التأكد حيث ان المخزون تصل الى الصفر عند وصول المفردات المطلوبة الى المخازن وعادة ماتكون هذه الفرضية غير واقعية 2- **الطلب متغير مع ثبات فترة التوريد:** عندما يكون التوريد او التجهيز من مصدر داخلي هنا يصبح من السهولة السيطرة على مدة التوريد

3- الطلب المرتد : انتظار الزبون للحصول على مفردات طلبه متى يصبح المخزون منها متوفر
انواع مستوى الخدمة : مستوى الخدمة لدورة الطلب الواحدة - مستوى الخدمة للمفردة المخزونة
عندما تجهل الشركات معرفة كلف نفاذ المخزون الحقيقية او اهمية تقديرات هذه الكلف وتحت هذا الظرف : تقوم الادارة باعداد مجموعة من المستويات المقبولة في تقديم الخدمة لزيانها
الهدف من نظام السيطرة على المخزون هو : تقليل الكلف الكلية لنظام المخزون
ملاحظات حول المخزون :

1- يعتبر نوع الطلب (معتمد - مستقل) المفتاح الرئيس في عملية تخطيط المخزون والسيطرة عليه
 2- تعتبر كلف نفاذ المخزون من أكثر كلف المخزون تعقيدا 3- عند زيادة مستوى يزيد كلف الاحتفاظ بالمخزون وتنخفض كلف نفاذ المخزون
 4- عند تخفض مستوى تنخفض كلف الاحتفاظ بالمخزون وتزيد كلف نفاذ المخزون
اسباب ظهر حالات نفاذ المخزون : 1- لتأخير في اصدار طلبات الشراء 2- الشراء المواد المخزنية قبل ظهور الحاجة اليها
انظمة تحديد توقيت اطلاق امر الشراء : 1- نظام نقطة اعادة الطلب 2- نظام نقطة المراجعة الدورية 3- تخطيط المتطلبات المادية
فروض اعادة الطلب : 1- ثبات كمية الشراء 2- احتساب النقطة بواسطة معدل الطلب خلال فترة التوريد 3- الفاصل الزمني ما بين حالات اعادة الطلب ثابتة
لغرض تحديد مخزون الامان لا بد من معرفة : 1- نظام نقطة اعادة الطلب 2- مدة التوريد 3- نفاذ المخزون 4- المخزون الاحتياطي
حالات عدم اليقين : 1- عدم اليقين في الكميات : اختلاف الطلب الفعلي عن الطلب المتوقع
2- عدم اليقين في المواقيت : اختلاف الزمن الفعلي عن الزمن المتوقع
الطرق المستخدم في الوقاية من حالات عدم اليقين : 1- الاحتفاظ بمخزون زائد (الكميات) 2- الشراء المبكر (المواقيت)

ملاحظات : 1- لا بد من الموازنة بين كلف الاحتفاظ بالمخزون الزائد وبين كلف نفاذ المخزون
 2- يجب اطلاق امر الشراء عندما يكون المخزون المتاح بكمية كافية خلال فترة التوريد
 3- يستخدم المخزون الاحتياطي في تأمين جزء من الحماية او الوقاية من حالات نفاذ المخزون
 4- في انظمة التوزيع المركز تتجه لمحاولت تعزيز المخزون الذي تم بيعه او استخدامه لمواجهة الحالات الخاصة والموازنة بين المخزون المتاح وبين حاجات كل من مراكز التوزيع
العوامل التي يجب مراعاتها عند تحديد مستوي المخزون الامن : 1- التباين في الطلب خلال مدة التوريد 2- تذبذب عملية اعادة الطلب 3- طول مدة التوريد 4- مستوى الخدمة المطلوبة
يتباين الطلب الفعلي عن الطلب المتوقع بسبب : 1- الخطاء والفسل في التنبؤ بمعدل الطلب 2- التباين العشوائي بالطلب حول معدله

التشتت : هو تباين معدلات الطلب الفعل حول معدلها
يهدف توزع مواقع المخزون : 1- تحقيق القرب من الزبون 2- تقليل تكلفة النقل
الاهداف الكامنة وراء ادارة توزيع المخزون : 1- تحقيق المستوى اللازم لخدمة الزبون 2- تقليل كلف النقل 3- تقليل كلف المناولة 4- التعاون مع الموردين لتقليل وحل مشاكل الجدولة
انظمة التوزيع المركزية : اتخاذ جميع القرارات المتعلقة بتنبؤات الشراء والخرن والتوزيع بشكل مركزي
مزايا انظمة التوزيع المركزي : التنسيق بين الجهات
عيوب التوزيع المركزي : عدم القدرة على التفاعل مع الطلبات المحلية مما يؤدي إلى تدهور مستوى خدمة الزبون

انظمة التوزيع اللامركزية: يقوم كل مركز توزيع هنا بتحديد مدى احتياجاته ومتى يتوجب توريدها وذلك بشكل مستقل عن مراكز التوزيع

عيوب التوزيع اللامركزي: الخلل الذي يمكن أن يحدث في التنسيق مما قد يؤثر على كميات المخزون مزاي (تنصف) **انظمة التوزيع اللامركزي:** بتقليل كلف الاتصال والتنسيق

تخطيط متطلبات التوزيع: النظام الذي يتنبأ بتوقيت الطلبات المختلفة التي سوف يجري اطلاقها وارسالها الى المورد المركزي من قبل النظام

تعطي تخطيط متطلبات التوزيع لكل من المورد المركزي والمصنع: الفرصة لتفاعل مع طلبات الزبائن ومع الخطة التنسيق والسيطرة

معايير تحقيق الميزة التنافسية في الماضي: كان معيار الإنتاج الواسع والاستفادة من اقتصاديات الحجم، ومن ثم زيادة الحصة السوقية

معايير تحقيق الميزة التنافسية في الحاضر: هو الزمن

- ملاحظات حول نظام الجدولة الفورية: 1-** لقد اختلفت معايير تحقيق الميزة التنافسية بين الماضي والحاضر
- 2- اوجد التقدم التكنولوجي المرونة العالية في العمليات والانشطة المختلفة للمنظمات
- 3- رغم من بساطة هدف نظام الجدولة الفورية الا انه ليس سهلا بالتطبيق
- 4- يتركز هدف نظام الجدولة الفوري في توفر الكمية المطلوبة
- 5- يهدف نظام الجدولة الفورية في ادارة المخزون الى تحقيق المخزون الصفري
- 6- يركز تطبيق نظام الجدولة الفورية على مدخل السحب
- 7- يعمل المورد بموجب نظام الجدولة الفورية كجزء من ادارة المشريات
- 8- تعتبر الاستجابة السريعة لاحتياجات المستهلك مفتاح الميزة التنافسية للمنظمة
- 9- ان ضعف او عدم التعاون في مجال التوريد الفوري يجلب معه الكثير من المشاكل المعقدة بالنسبة للمنتج
- 10- يحتاج تطبيق نظام الجدولة الفورية الى احداث تغييرات جذرية في المنظمة
- 11- ان المنظمات بدأت تعطي الزمن بعدا استراتيجيا من اجل زيادة الحصة السوقية
- 12- ان تطبيق نظم الجدولة الفورية في المنظمات الخدمية لا يختلف كثيرا عن المطبق في المنظمات الصناعية
- المسائل المتعلقة بالتوريد الفوري:** الموردون - النقل - الجودة - الاتصالات - الجدولة
- يمكن تبسيط مفهوم نظام الجدولة الفوري للإنتاج على أنه:**

1- إنتاج وتوريد المنتجات النهائية والسلع الجاهزه في الزمن المحدد لبيعها

2- تجميع المفردات ونصف المجمع في الزمن المحدد لها بالتمام

3- تصنيع الأشياء في الزمن المحدد

4- شراء المواد والأجزاء التكميلية في الزمن المطلوب

يهدف نظام الجدولة الفورية للإنتاج إلى تقليل واختزال الضائع الذي حدث بسبب: الزيادة في كمية الإنتاج - الموردون - زمن الانتظار - النقل - تراكم المخزون - الخلل في اداء العمليات - الانسان - الإنتاج المعيب والتالف

تمكنت العديد من الشركات الصناعية عبر تبني الجدولة الفورية من تحقيق ميزة تنافسية بالتركيز على: تقليص الفاقد - استخدام القدرات البشرية للعاملين

مدخل السحب: عبارة عن نظام صناعي يقوم على تصنيع المنتج المطلوب من قبل المستهلكين فقط

فوائد نظام الجدولة الفورية: تقليل المخزون - تحسين الجودة - تقليل الكلف - تقليص المساحات المخصصة للتخزين - تقليص المهل الزمنية للتصنيع - زيادة الانتاجية والمرونة

مكونات الجدولة الفورية: الجدولة الفورية للشراء - استخدام نظام البطاقة - السيطرة الشاملة على الجودة - بناء نظام الصيانة المنتجة - تكنولوجيا المجاميع - التركيز على المؤسسه - تقليص زمن التهيئة ونصب المكانن والمعدات - تماثل عبء العمل - حلقات الجودة

مؤشرات التحسين المستمر في اداء المنظمة جراء استخدام نظام الجدولة الفورية: تحسين مؤشرات الانتاجية - تحسين مؤشرات استغلال الطاقة الانتاجية

يأتي التحسين المستمر في أداء المؤسسات عبر استخدام نظام الجدولة الفورية من خلال: 1- الاستجابة السريعة لاحتياجات المستهلكين 2 - تقليص المخزون والزمن المتصل به 3- تقليص الانشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج 4- الترابط الافقي لاجزاء التنظيم

العوامل المؤثرة على نظام الجدولة الفورية: 1- تأثير مباشرة: طبيعة العلاقة الجديدة مع المورد والتي تقوم على تبادل المعلومات ولاعتماد على عدد قليل من الموردين

2- التأثير غير المباشر: حيث ان التغييرات الجديدة اثرت على دور المشتري الصناعي مثل تقليص عمليات الفحص،

والتركيز على التدفقات وليس على المخزون، ومرونة التخطيط، وسهولة الاتصال مع الموردين

مشاكل تطبيق الجدولة الفورية في ظل الفلسفة القديمة للمشتري : 1- تقديم طلبات الشراء بحدود 5 – 6 مرات في السنة مما يؤدي الزيادة كلف اصدار امر الشراء 2- المفاوضات الطويلة حول الاسعار 3- التغير في اوقات التسليم

اثر الجدولة الفورية على استراتيجية المنظمة من خلال التركيز على : اسبقيات التنافس – الموقع الاستراتيجي

معوقات تطبيق نظام الجدولة الفورية : 1- العديد من المنظمات لا تتصف بالمرونة العالية 2- العقلية الرافضة للتغيير

3- العائق المالية 4- النظام يتطلب استثمارا عاليا وخبر متراكمة

الفرق بين الشراء التقليدي و الشراء بنظام الجدولة الفورية :

الشراء التقليدي : 1- حجم الدفعات كبير بفترات زمنية طويلة 2- يستغرق وصول الشحنات وقت طويل نسبيا 3- التعامل مع العديد من الموردين 4- عقود الشراء طويلة الاجل 5- حجم المخزون صغير نسبيا

الشراء بنظام الجدولة الفورية : 1- حجم الدفعات صغيرة بحسب الاحتياجات الفعلية للعمليات 2- وصول الشحنات بناء على مواعيد جدولة العمليات 3- التعامل مع عدد قليل من الموردين 4- عقود الشراء قصيرة الاجل 5- حجم المخزون كبير نسبيا

ملاحظات حول النقل : 1- يعد النقل حجر الاساس في ادارة اللوجستك او ادارة سلاسل التوريد

2- يشكّل النقل الجزء الأكبر من كلف عناصر اللوجستك

3- يضيف النقل قيمة مضافة للمنتج

4- ينبغي تحديد الطرق او مسالك النقل بشكل مسبق

5- 40 % من التصنيع العالمي ينقل عبر النقل الجوي

6- عند وجود التسهيلات الملائمة يكون الشحن الجوي هو الافضل

7- طول وقت الانتظار له تأثير كبير على مجمل عمليات المنظمة

العوامل المؤثرة على كلف النقل والتسعير التي تعود المنتج : الكثافة – التخزين – سهولة وصعوبة المناولة – المسؤولية القانونية

العوامل المؤثرة على كلف النقل والتسعير التي تعود للسوق : 1- درجة المنافسة الداخلية والخارجية 2- موقع الأسواق 3- طبيعة ومدى القوانين الحكومية للناقل 4- توازن أو عدم توازن أجور النقل داخل وخارج السوق 5- موسمية نقل المنتج 6- ما إذا كان المنتج نقل محلي أو عالمي

نتائج عدم توفير المخزون وقت الحاجة : فقدان المبيعات – تأثر قناعة الزبون – هبوط الرغبة في الشراء

مكونات النقل الاساسية تقسم للثلاث اقسام : 1- البنية التحتية للنقل 2- الاشكال والنماذج المتاحة 3- اختيار الاشكال والنماذج

الاشكال والنماذج المتاحة للنقل هي : النقل البحري (يشكل الجزء الاكبر من اجمالي النقل) 2- النقل الجوي

مزايا النقل الجوي: 1- أسرع وسيلة نقل وأكثرها سلامة أقل ضرر أو فقدان للبضاعة. 2- انخفاض العناية الفائقة في المناولة 3- أقل تكلفة في التغليف الحمائي 4- سرعة إدخال البضاعة إلى السوق

خدمات السفن النظامية تعتمد على الكلف - طاقة التشغيل

أهم مزايا النقل التي تؤثر على مستوى خدمة الزبون: 1- الاعتمادية 2- زمن النقل بالعبور 3- تغطية السوق والقدرة على توفير الخدمة 4- المرونة في المناولة 5- خسارة الأداء وتكلفة الأضرار 6 – قدرة الناقل

وقت الانتقال : هو الوقت المحصور بين المغادرة والوصول

الواجبات بين العوامل المؤثرة على كلف النقل والتسعير ضمن سلسلة التوريد : تدفق المعلومات

يتمثل الدور الاستراتيجي للتوزيع المادي بالعديد من النقاط الهامة، والتي منها : توازن الأسعار وثباتها

من الأنواع المتعددة لخدمة الزبون ضمن سلسلة التوريد : شروط الائتمان - تجانس ممثلي المبيعات - تركيب المنتج

تتمثل المرحلة الثانية لدورة المشتريات بـ : اختيار الموردين

جميع العبارات التالية المتعلقة بإدارة الجودة صحيحة وهي: تعتبر إدارة الجودة ركناً أساسياً في إدارة اللوجستك

وسلاسل التوريد - يتحدد هدف إدارة الجودة الشاملة بمعالجة المشكلات قبل وقوعها - الجودة ليست بالعلاج الناجح لجميع أمراض ومشاكل الإنتاجية - يتطلب تنفيذ إدارة الجودة الشاملة إحداث تغيير ثقافي لدى العاملين

من العوامل غير المسيطر عليها ضمن سلسلة التوريد عالمياً: القوى التكنولوجية

من الأسباب التي تؤدي إلى إطالة زمن الدورة في سلاسل التوريد : الفعاليات التي لا تضيف قيمة وظيفية

العبارات التالية صحيحة حول الاستجابة الفاعلة للزبون وهي: تعمل الإدارة اللوجستية على خلق التوازن سعري عن طريق مخازنها - تتمثل الخطوة الأولى لأنظمة التوزيع المادي بتلبية الطلبات بالسرعة والدقة - تساهم الجدولة الزمنية لأولويات الطلب بتحديد فترة النفاذ والإمداد - يعتبر رضا الزبائن من الأهداف الدافعة بالمنظمات إلى التعاقد الخارجي

أحد أنماط المخزون الذي يرتبط ببعض المنتجات في سوق التجارة الدولية مثل الحبوب والمعادن الثمينة والتي تتذبذب أسعارها في ضوء العرض والطلب العالمي هو: المخزون الواسع

تتعدد الفوائد الناجمة عن تطبيق نظام الجدولة الفورية (JIT) والتي منها: تقليص المساحات المخصصة للتخزين -
تقليص مستويات المخزون - تقليص المهل الزمنية للتصنيع