www.massira.jo

إدارة سلاسل التوريد

Supply Chain Management

الأستاذ الدكتور
عبد الستار محمد العلي

الدكتور
خليل إبراهيم الكنعاني



www.massira.jo

رقـــــم التصـــنيف : 658.18

المؤلف ومن هو في حكمه : عبدالستار محمد العلي / خليل ابراهيم الكنعاني

عنـــــوان الكـــــتاب : إدارة سلاسل التوريد

رقـــــم الإيـــــداع : 2008/4/1086

الـــواصـــفـــات : التسويق / إدارة المبيعات / إدارة الأعمال

بـــيانـــات الـــنشـــر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمّان- الأردن ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزءاً أو تسجيله على اشرطة كاسيت او إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated, reproduced, distributed in any form or by any means,or stored in a data base or retrieval system , without the prior written permisson of the publisher

الطبعة الأولى 2009م – 1429هـ الطبعة الثانية 2014م – 1435هـ

الطبعة الثالثة 2019م – 1440هـ الطبعة الرابعة 2021م – 1442هـ

الطبعة الخامسة 2022م – 1443هـ الطبعة السادسة 2023م – 1444هـ

الطبعة السابعة 2026م – 1447هـ

دار المسيرة للنشر والتوزيع

شركة جمال أحمد حيف وإخوانه

www.massira.jo

عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 5627049 6 962+ فاكس : 5627059 6 962+

الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 4640950 6 962+ فاكس : 4617640 6 962+

صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والاخراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

إدارة سلاسل التوريد

Supply Chain Management

الأستاذ الدكتور
عبد الستار محمد العلي

الدكتور
خليل إبراهيم الكنعاني



www.massira.jo

الفهرس

المقدمة 15

الفصل الأول
التزويد وسلاسل التوريد

1-1 المفهوم والأهداف 21
1-2 الأهمية الأكاديمية والمهنية لموضوع التزويد وسلاسل التوريد 23
1-3 الأهمية الاقتصادية 25
1-4 الفرق بين التزويد وسلاسل التوريد 27
1-4-1 الاختلاف بين إدارتي التزويد وسلسلة التوريد 29
1-5 تعريف إدارة العمليات اللوجستية 30
1-6 نطاق أو مدى إدارة العمليات اللوجستية 34
1-6-1 الأنشطة الأساسية 34
1-6-2 الأنشطة المساعدة 35
1-7 تدفق المواد والمعلومات 38
1-8 نظم المعلومات اللوجستية 40
1-9 الترميز السلعي 46
1-10 تدفق المواد 51
1-10-1 تدفق المواد وأشكالها 53
1-11 الميزة التنافسية 57
1-11-1 الميزة الانتاجية 59
1-11-2 ميزة القيمة 61
1-12 اللوجستك والميزة التنافسية 63
1-13 كيفية الحصول على ميزة تنافسية من خلال اللوجستك 65

www.massira.jo

1-14 الاستراتيجية المندمجة 69

الفصل الثاني
سلسلة التوريد وخدمة الزبون

2-1 مفهوم وطبيعة خدمة الزبون 73
2-1-1 من هو الزبون 73
2-1-2 الرؤية الحالية لخدمة الزبون 75
2-1-3 كيف تُعرف خدمة الزبون 75
2-1-4 أنواع خدمة الزبون 76
2-2 سياسة خدمة الزبون 77
2-2-1 عناصر خدمة الزبون 77
2-3 العلاقة بين خدمة الزبون وبين سلاسل التوريد والتسويق 79
2-4 العلاقة بين اللوجستك وثلاثة عناصر حاسمة لمفهوم التسويق 79
2-4-1 اللوجستك وخدمة الزبون 80
2-5 خلق قيمة الزبون 84
2-6 إدارة العلاقة مع الزبون 85

الفصل الثالث
القيمة وكلف التزويد

3-1 المقدمة 91
3-2 أنماط كلف التزويد 93
3-3 مفهوم تحليل إجمالي الكلف 94
3-4 مبادئ تكلفة اللوجستك 97
3-4-1 تحسين خدمة الزبائن 99
3-4-2 خفض كلف التوزيع 100

www.massira.jo

3-4-3 توليد المنافع المكانية والزمانية 102
3-4-4 توازن الأسعار وثباتها 102
3-4-5 التأثير على قرارات القنوات التوزيعية 102
3-4-6 السيطرة على كلف الشحن 103

الفصل الرابع
اللوجستك ومطابقة التوريد مع الطلب

4-1 تحديد وادارة الجودة 107
4-1-1 مفهوم نظام إدارة الجودة الشاملة 108
4-1-2 تطور الجودة من خلال إدارة الجودة الشاملة 110
4-1-3 مشاركة التوريد والشراء في تطوير المنتج 119
4-2 مطابقة التوريد مع الطلب 122
4-2-1 المدخل 122
4-2-2 تصنيف الموجودات المخزنية 123
4-3 مصادر المعلومات والتوريد 126
4-3-1 مستويات مصادر التوريد 126
4-3-2 مصادر المعلومات 127
4-4 اختيار السعر المناسب للشراء 129
4-4-1 مفهوم السعر 129
4-4-2 اتفاقيات السعر 130
4-4-3 تحليل السعر 131

الفصل الخامس
اللوجستك وإدارة الشراء واختيار وتقييم الموردين

5-1 أنواع المنتجات والسلع 135

www.massira.jo

5-1-1 المنتجات الصناعية 135
5-2 المدخل إلى المشتريات 137
5-2-1 المفهوم 137
5-2-2 المشتريات والقدرة المكتسبة للربح 138
5-2-3 أهداف المشتريات 139
5-2-4 دورة المشتريات 140
5-2-5 استلام وتحليل الطلبات 140
5-2-6 اختيار الموردين 141
5-2-7 العروض المقدمة 141
5-2-8 تحديد السعر الصحيح (المناسب) 141
5-2-9 إطلاق أمر الشراء 142
5-2-10 المتابعة والتوريد 142
5-2-11 استلام وقبول السلع 142
5-2-12 المصادقة على قوائم الشحن وتسديد الفاتورة 142
5-3 تحديد المواصفات 142
5-3-1 متطلبات الكمية 143
5-3-2 متطلبات السعر 143
5-3-3 المتطلبات الوظيفية 143
5-3-4 المواصفات الوظيفية والجودة 143
5-4 توصيف المواصفة الوظيفية 145
5-4-1 التوصيف بواسطة العلامة التجارية 145
5-4-2 التوصيف بحسب المواصفة 145
5-4-3 مصادر المواصفة 146
5-4-4 الرسومات الهندسية 147
5-4-5 الطرق الأخرى 147

www.massira.jo

5-5 اختيار الموردين 147
5-5-1 مصدر التوريد 147
5-5-2 عوامل اختيار المورد 148
5-5-3 الاختيار النهائي للمورد 148
5-6 تحديد الأسعار 149
5-6-1 أسس التسعيرة 149
5-6-2 التفاوض حول الأسعار 151

الفصل السادس
الأدوات المساندة في إدارة سلسلة التوريد

6-1 إدارة الموارد في سلسلة التوريد 155
6-2 العملية الاستراتيجية لإدارة المرتجعات 157
6-3 العمليات التشغيلية 158
6-4 التفاوض 159
6-4-1 التفاوض في الشراء 160
6-4-2 المؤهلات والقدرات الشخصية 163
6-4-3 القواعد الأساسية للمفاوضات الناجحة 165
6-5 بحوث الشراء والأداء والأخلاقيات 167

الفصل السابع
إدارة سلاسل التوريد في ظل العولمة

7-1 تطبيقات التوريد عالميا 175
7-2 التوجهات المستقبلية لسلاسل التوريد عالمياً 181
7-3 التحديات التي تواجه سلسلة التوريد عالمياً 184
7-3-1 العناصر التي لا يمكن السيطرة عليها 185

www.massira.jo

7-4 تنظيم سلاسل التوريد عالمياً 187

الفصل الثامن
اللوجستك ومدة التوريد

8-1 دور الزمن في تحقيق الميزة التنافسية 193
8-2 معايير قياس الفجوة الزمنية في دورة التوريد 197
8-2-1 تقليل زمن دورة سلسلة التوريد 197
8-2-2 معايير قياس أداء سلسلة التوريد 200
8-3 تصميم خريطة التوريد المعتمدة على الزمن 204
8-3-1 سلاسل التوريد المتعددة 204
8-3-2 خارطة العمليات 204

الفصل التاسع
إدارة سلسلة التوريد والشراكة

9-1 إدارة سلاسل التوريد والاستجابة الفعالة للزبون 209
9-1-1 الاستجابة للطلب 213
9-1-2 الاستجابة الفعالة أو السريعة للزبون 218
9-2 العلاقات بين الموردين والزبائن 221
9-3 التخطيط والتنبؤ والتطبيق 222
9-4 التجارة الإلكترونية 223
9-4-1 التجارة الإلكترونية والإنترنت 226

الفصل العاشر
اللوجستك وتقييم وقياس المخزون

10-1 مفهوم وظيفة المخزون 229

www.massira.jo

10-1-1 أنواع المخزون 230
10-1-2 استراتيجية المخزون 232
10-1-3 أهداف ووظائف المخزون 233
10-2 طرق تقييم المخزون 234
10-2-1 طرق تدفق الكلف 234
10-3 السيطرة المحكمة على المخزون 241
10-3-1 الدقة في تسجيل قيود المخزون 242
10-3-2 دقة قياس قيود المخزون 243
10-4 إدارة المستودعات 246
10-4-1 أهداف إدارة المستودعات 246
10-4-2 العوامل المؤثرة على اختيار موقع المستودعات 248
10-4-3 تصميم المستودعات 249

الفصل الحادي عشر
نماذج المخزون الاقتصادي

المقدمة 253
11-1 السيطرة على المخزون 253
11-2 كلف المخزون 255
11-2-1 تكلفة أمر الشراء 255
11-2-2 تكلفة الاحتفاظ بالمخزون 257
11-2-3 كلف نفاد المخزون 257
11-3 أنظمة الطلب المستقل في حالة التأكد 258
11-3-1 نموذج المخزون العام 259
11-3-2 المخزون الاقتصادي 260
11-3-3 حالات نفاد المخزون ومخزون الأمان 263

www.massira.jo

11-3-4 الكمية الاقتصادية مع خصم كمية الشراء 266
11-3-5 الكمية الاقتصادية لتصنيع المنتج الواحد 268
11-3-6 الكمية الاقتصادية للإنتاج المتعدد المفردات 271
11-3-7 تحليل الحساسية 275
11-4 أنظمة الطلب المستقل في حالات عدم اليقين 276
11-4-1 حالات كلف نفاد المخزون 279
11-4-2 تحديد مستويات الخدمة 293

الفصل الثاني عشر
أنواع الطلب وأنظمة الشراء

المقدمة 303
12-1 نظام نقطة إعادة الطلب 303
12-2 مخزون الامان 306
12-2-1 تباين الطلب خلال مدة التوريد 308
12-2-2 تباين الطلب حول المعدل 309
12-2-3 تحديد مخزون الأمان ونقطة إعادة الطلب 312
12-3 نظام المراجعة الدورية 314
12-4 توزيع مواقع المخزون 317
12-4-1 أنظمة التوزيع اللامركزية 319
12-4-2 أنظمة التوزيع المركزية 319
12-4-3 تخطيط متطلبات التوزيع 319

الفصل الثالث عشر
تخطيط المتطلبات المادية

المقدمة 325

www.massira.jo

13-1 المدخل والمفهوم 325
13-2 مدخلات نظام تخطيط المتطلبات المادية 329
13-2-1 جدولة الإنتاج الرئيسة 330
13-2-2 ملف هيكلة المنتج 331
13-3 الملف الرئيسي للمخزون 337
13-4 آلية تشغيل نظام تخطيط المتطلبات المادية 340
13-5 علاقة نظام تخطيط المتطلبات المادية مع نموذج المخزون 345
13-5-1 مخزون الأمان ومدة التوريد 345
13-5-2 تحديد حجم الدفعة 347
13-5-3 موازنة الفترة الزمنية والمخزون 351
13-5-4 نموذج Wagner – Whitin Model 354

الفصل الرابع عشر
نظام الجدولة الفورية

المقدمة 359
14-1 المدخل والمفهوم 360
14-1-1 مفهوم أهمية نظام الجدولة الفورية 360
14-2 مكونات الجدولة الفورية 364
14-3 التحسين المستمر من خلال الجدولة الفورية 367
14-4 الجدولة الفورية للشراء 368
14-5 تطبيقات نظام الجدولة الفورية 373
14-5-1 المدخل العام 373
14-5-2 تطبيق الجدولة الفورية في المنظمات الخدمية 375
14-5-3 معوقات تطبيق نظام الجدولة الفورية 375

www.massira.jo

الفصل الخامس عشر
إدارة النقل

15-1 العوامل التي تؤثر على كلف النقل والتسعير 382
15-1-1 العوامل التي تعود إلى المنتج 382
15-1-2 العوامل التي تعود إلى السوق 383
15-2 تأثيرات النقل على خدمة الزبون 384
15-3 أنواع النقل..... 385
15-4 البنية التحتية للنقل 385
15-4-1 الأشكال أو النماذج المتاحة للنقل 386

الفصل السادس عشر
تكنولوجيا المعلومات وإدارة سلسلة التوريد

16-1 أنظمة المعلومات 399
16-2 شبكات الاتصالات..... 399
16-3 الترميز وتبادل المعلومات إلكترونياً..... 401
16-4 التجارة والأعمال الإلكترونية 403
16-5 المنظمات الرقمية الافتراضية 404
المراجع 407