جامعة محمد خيضر (بسكرة)
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير
قسم العلوم التجارية

السنة الجامعية: 2026/2025
المستوى: ثانية ماستر تسويق
مقياس: إدارة سلسلة الإمداد

المحاضرة التمهيدية: تقديم مقياس إدارة سلسلة الإمداد

عنوان الماستر: تسويق
السداسي: الثالث
اسم الوحدة: وحدة تعليم منهجية
الرمز: وت م 1.2
اسم المادة: إدارة سلسلة الإمداد
الرصيد: 04
المعامل: 02

أهداف التعليم:

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطالب بالمعرفة العلمية والعملية في مجال إدارة سلسلة لإمداد. من خلال تعريفه بالعديد من المفاهيم والتطبيقات التي بالأنشطة اللوجستية، مثل الشراء وإدارة المخزون والتوزيع المادي، وإدراك أهمية الشراكة الاستراتيجية والتكامل مع الموردين ومع العملاء، ودور خدمة العملاء في تطوير مستوى أداء سلسلة التوريد .

المعارف المسبقة المطلوبة:

يتطلب مواصلة التعلم امتلاك الطالب مكتسبات قبلية في مقاييس مبادئ الإدارة (فهم وظائف التخطيط، التنظيم، التوجيه، والرقابة)، إدارة العمليات (استيعاب كيفية تحويل المدخلات: مواد خام إلى مخرجات: منتجات نهائية)، الاقتصاد الجزئي (فهم آليات العرض والطلب وتأثيرها على الأسعار والأسواق).

محتوى المادة:

1. مقدمة في تطور مفهوم سلسلة الإمداد.
2. العلاقات والتكامل في سلسلة الإمداد.
3. التعاقد الخارجي للخدمات اللوجستية: مزودي اللوجستيات
4. إدارة المشتريات.
5. إدارة ومراقبة المخزون.
6. إدارة النقل والتوزيع المادي.
7. قياس أداء سلسلة الإمداد.
8. إدارة سلسلة الإمداد الدولية.
9. التوجهات الحديثة في سلسلة الإمداد .

طريقة التقييم:

تقيم مستمر + إمتحان نهائي، ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%).
التقييم المستمر للاعمال الموجهة= 10 نقاط للفروض؛ 6 نقاط للعمل الجماعي؛ 4 نقط للحضور والمشاركة.

المراجع

1. محمد محمود أبو خشبة، إدارة سلسلة التوريد: مدخل الوظائف اللوجستية. مكتبة الكلية: ات/ 5534
2. محمد أحمد حسان، إدارة سلاسل الإمداد والتوزيع. مكتبة الكلية: ات / 3100
3. شوقي ناجي جواد، إدارة سلسلة التوريد. مكتبة الكلية: أت/ 2626
4. عبد الستار محمد العلي، إدارة سلاسل التوريد. مكتبة الكلية: أت/ 2625
5. مصطفى يوسف كافي، ادارة الاعمال اللوجستية: مدخل استراتيجي -كمي . مكتبة الكلية: ات/4846

6. علي فلاح الزعبي، زكريا أحمد العزام، إدارة الأعمال اللوجستية. مكتبة الكلية: ات/ 4648
7. نهال فريد مصطفي، ادارة اللوجستيات. مكتبة الكلية: ات/1674
8. ثابت عبد الرحمان إدريس (2003)، مقدمة في إدارة الأعمال اللوجستية الإمداد والتوزيع المادي، الإسكندرية: الدار الجامعية. أت 1213.
9. مؤيد الفضل، حاكم محسن محمد، إدارة المواد والمشتريات، دار زهران للنشر والتوزيع، أت 3392.
10. منصور عيسى، إدارة المشتريات والمخازن، الدار المصرية للعلوم، أت 5526.
11. سليمان خالد عبيدات، مصطفى نجار، إدارة المواد: الشراء والتخزين، عمان: دار المسيرة، أت 2179.
12. مهدي حسن زويلف (2007)، إدارة الشراء والتخزين: مدخل حديث، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، أت 1746.
13. سيد محمد جاد الرب، الإتجاهات الحديثة في إدارة الشراء والتخزين، دار الفجر للنشر والتوزيع، أت 2657.
14. محمد العدوان، علي أحمد المشاقبة، هيثم الزغبي (2005)، إدارة الشراء والتخزين: مدخل حديث لإدارة المواد، عمان (الأردن): دار صفاء. أت 3543.
15. جوين ريتشاردز، إدارة المخازن، عائشة حمدي، مجموعة النيل العربية، أت 4858.
16. سعد الدين عشماوي، تنظيم وإدارة النقل: الأسس المشكلات والحلول، الطبعة الخامسة، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، 2005، 401 صفحة. ات 1291.
17. محمد الصيرفي، بشير العلاق، إدارة المخزون السلعي، دار المناهج للنشر والتوزيع، أت 1739.
18. عبد الغفار حنفي، الإدارة الحديثة في إدارة الإمداد والمخزون، الإسكندرية: الدار الجامعية، أت 1002.
19. محمد محمود مصطفى، إدارة المخزون والمواد، دار صفاء للنشر والتوزيع، أت 3988.

1. تسمية المقياس:

توجد عدة تسميات عربية لمصطلح Logistic: التزويد، التجهيز، التوريد، التموين، فن السوقيات، الإمداد (المصطلح الأكثر قبولا). ويحافظ البعض على المصطلح الأجنبي: لوجستيك أو لوجستية، logistic, logistique. كما يستعمل البعض صيغة الجمع: اللوجستيات، الخدمات اللوجستية، الأعمال اللوجستية logistics: لأنه نشاط خدمي يتضمن بدوره عدة أنشطة: نقل، تخزين، شحن وتفريغ (مناولة)، تعبئة وتغليف، تحضير الطلبيات، تبادل المستندات والمعلومات، ...

ورغم أن الإمداد نشاط عملي تنفيذي Opérationnel، إلا أنه يدار(ينظم، يخطط ويراقب)، لذا يسمى إدارة اللوجستيات، الإدارة اللوجستية، كما يطلق عليه البعض إدارة الأعمال اللوجستية باعتبار أنه صار ميدان أعمال Business تتخصص فيه المؤسسات (مثل مؤسسات النقل، مؤسسات التخزين والتوزيع مثلا).

أما إدارة سلسلة التوريد فهي ترجمة من (الإنجليزية) لـ: Supply Chain Management، أو إدارة سلسلة الإمداد التي هي ترجمة من (الفرنسية) لـ Gestion de la chaine logistique.

2. تعريف الإمداد (اللوجستية)

مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى الأدارة المثلى للتدفقات المادية (حركة وتخزين المواد، اللوازم، المنتجات ..) وتدفقات المعلومات المرتبطة بها، من المورد الإبتدائي وحتى العميل النهائي، بأفضل تكلفة، في أفضل الآجال، وبأحسن جودة للخدمات. وتتضمن اللوجستيات: النقل، التخزين، تسيير المخزون، الجرد، التغليف، إعداد الطلبيات، التبيين، المناولة، التسليم، تبادل المعلومات، الجمركة والتأمين.....، وهو ما يجعل من الصعب أو حتى من المستحيل إنجاز أية عملية تجارية (محلية/ دولية) عالمية أو نقل للمواد/ المنتجات وتصنيعها دون دعم لوجستي احترافي .

3. تعريف سلسلة التوريد (الإمداد):

سلسلة التوريد (الإمداد) هي مجموعة من المنظمات (تسهيلاتها، وظائفها، وأنشطتها)، التي تشترك في إنتاج وتسليم سلعة/ خدمة، وتبدأ بموردين رئيسيين للمواد الأولية وتنتهي بالعميل النهائي"؛ تشمل التسهيلات: المخازن، المصانع، مراكز التشغيل، مراكز التوزيع، مكاتب التجارة والتوكيلات.... ، وتشمل الوظائف: التنبؤ بالطلب، الشراء، إدارة

المخزون، إدارة المعلومات، تأكيد الجودة، جدولة وتخطيط الإنتاج .... تشمل الأنشطة: التغليف، المناولة، النقل، التخزين، الإنتاج، التوزيع ، التسليم، وأخيراً خدمة العميل. إدارة سلسلة التوريد: هي مجموعة من الأساليب أما المستخدمة لتكامل الموردين، المصنّعين، الموزعين بشكل فعال، بحيث يتم إنتاج السلع وتوزيعها بالكميات مناسبة، إلى المواقع المناسبة وفي الوقت المناسب، من أجل تقليل التكاليف على مستوى السلسلة، بهدف تلبية متطلبات مستوى الخدمة.

4. أصل مصطلح إدارة سلسلة التوريد:

في عام 1982، قدم كيث أوليفر Keith Oliver، المستشار في بوز ألن هاملتون Booz Allen Hamilton، مصطلح "إدارة سلسلة التوريد" إلى المجال العام في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز. وفي منتصف التسعينيات، اكتسب مصطلح "إدارة سلسلة التوريد" رواجًا عندما ظهرت سلسلة من المقالات والكتب حول هذا الموضوع. وفي أواخر التسعينيات، برزت "إدارة سلسلة التوريد (SCM) "، وبدأ مديرو الإنتاج في استخدامها في عناوينهم بانتظام متزايد.

وقد تم تعريف سلاسل التوريد في الأصل على أنها تشمل جميع الأنشطة المرتبطة بتدفق وتحويل البضائع من المواد الخام إلى المستخدم النهائي، بالإضافة إلى تدفقات المعلومات المرتبطة بها. تم بعد ذلك تعريف إدارة سلسلة التوريد على أنها تكامل أنشطة سلسلة التوريد من خلال علاقات سلسلة التوريد المحسنة لتحقيق ميزة تنافسية .

5. العلاقة بين اللوجستيات وسلاسل الإمداد

إن إدارة الإمداد (اللوجستيات) هي عملية تخطيط وتنظيم وإدارة تدفق السلع والخدمات من نقطة المنشأ إلى نقطة الاستهلاك. أما إدارة سلاسل الإمداد (أو التوريد) فهي مفهوم أوسع يشمل جميع الأنشطة التي ينطوي عليها الشراء والتصنيع والتوزيع وبيع السلع والخدمات.

إن اللوجستيات هى جزء من اداره سلاسل الامداد وليست مجرد مصطلح مرادف فاداره سلاسل الامداد كمصطلح حديث يتخطى التكامل بين الخدمات اللوجستيه مع الانشطه الاخرى بداخل المنظمه الى التكامل مع الشركات الأخرى لتكوين كيان واحد لخلق ميزة تنافسية.

إن اداره سلاسل الامداد تتضمن تخطيط واداره كل النشاطات الخاصه بعمليات بخلق المصادر(Sourcing) والمشتريات والنشاطات اللوجستيه كما تتضمن التنسيق والتعاون بين كل الاطراف المشتركه فى سلسله الامداد من موردين ووسطاء ومقدمو الخدمات والعملاء. جوهر اداره سلاسل الامداد هو خلق التكامل بين الطلب والعرض عن طريق التنسيق بين الشركات لخلق نموذج لاداره الاعمال عالى الاداء. اما اداره اللوجستيات فهى الجزء من اداره سلاسل الامداد التى تقوم بعمليات التخطيط والتطبيق والرقابه لكفاءه وفعاليه التدفقات الاماميه والخلفيه والتخزين لكل من البضائع والخدمات والمعلومات من مصدرها الى نقطه استهلاكها وذلك لمقابله متطلبات العميل.

6. الاختلافات الرئيسية بين اللوجستيات وإدارة سلسلة التوريد

- يُعرف تدفق وتخزين البضائع داخل وخارج الشركة باسم اللوجستيات. تُعرف حركة وتكامل أنشطة سلسلة التوريد باسم إدارة سلسلة التوريد.
- الهدف الرئيسي من الخدمات اللوجستية هو رضا العملاء التام. وعلى العكس، فإن الهدف الرئيسي وراء إدارة سلسلة التوريد هو الحصول على ميزة تنافسية كبيرة.
- هناك مؤسسة واحدة فقط تعمل في مجال اللوجستيات بينما تشارك بعض المؤسسات في إدارة سلسلة التوريد.
- إدارة سلسلة التوريد هي مفهوم جديد بالمقارنة مع الخدمات اللوجستية.
- اللوجستيات ليست سوى نشاط من أنشطة إدارة سلسلة التوريد.

والنتيجة هي أن اللوجستيات مصطلح قديم جدًا، استخدم أولاً في الجيوش، لتوفير وتخزين ونقل أفراد الجيش والمؤن. وفي الوقت الحاضر، يتم استخدام هذا المصطلح في العديد من المجالات، وليس على وجه التحديد في الجيش بعد تطور مفهوم إدارة سلسلة التوريد. لقد قيل أيضًا أن SCM هي إضافة على الإدارة اللوجستية وكذلك SCM تضم الخدمات اللوجستية. كلاهما لا ينفصلان. وبالتالي فهي لا تتناقض ولكنهما مكملان لبعضها البعض. حيث تساعد SCM اللوجستيات على التواصل والتعاون والتنسيق مع وظائف النقل والتخزين والتوزيع.

7. علاقة الإمداد) بتخصص ماستر التسويق

إن المفهوم الذي يقوم عليه التسويق أنه عمليات تخطيط وتنفيذ، وتسعير وترويج وتوزيع المنتجات لتحقيق أهداف المؤسسة، ووضع المنتجات في قنوات التوزيع لتسهيل عملية التبادل مع الأفراد، أي خلق القيمة المكانية والزمانية، وهذا لا يمكن إلا بالاستعانة بوظائف الإمداد، ويشتركان في هدف إرضاء المستهلك من خلال تعظيم المنفعة المكانية والزمانية لهذا الأخير، إذ يتوقف رضا العميل على مستوىالخدمة المقدمة له، والتي تتضح من خلال مخرجات نظام الإمداد.

ومنه يمكن لأنشطة الإمداد أن تساعد المؤسسة على التوسع في السوق وزيادة حصتها وبالتالي رفع مردوديتها، مع خلق القيمة بالنسبة للزبائن، هذه القيمة يمكن التعبير عنها من زاويتين هما الوقت والمكان، فالمنتجات/ الخدمات لا تكون ذات قيمة، إلا إذا صارت في متناول الزبائن في الوقت والمكان الذي يحقق رغبتهم.

8. علاقة إدارة سلسلة الإمداد بتخصص ماستر التسويق

لنشاط التوزيع في التسويق جانبان:

أ. التوزيع المادي في التسويق:

التوزيع المادي وظيفة تختص بتحريك السلعة من أماكن إنتاجها حتى تصل إلى مراكز استهلاكها، في الوقت المناسب لهذا الاستهلاك. أو هو مجموعة الأنشطة المتعلقة بتدفق المنتجات من المؤسسة إلى المستهلك النهائي، وتتضمن: التغليف النقل، المناولة، النقل، تسيير المخزون، التخزين وإدارة المخازن، التسليم، إدارة المرتجعات، والمستندات والاتصالات المتعلقة بهذه الأنشطة. وهو ما يعني أن أنشطة الإمداد ضرورية ومحورية للتوزيع المادي (لذا تسمى لوجستيات التوزيع).

ب. قنوات التوزيع في التسويق:

هي المسار الذي يتم من خلاله تدفق منتجات وخدمات المؤسسة حتى وصول ها إلى العملاء والمستهلكين النهائيين، وتتضمن سلسلة من الوسطاء: تجارة الجملة، التجزئة، الوكلاء والسماسرة ... ، وهذا يعني أن إدارة قنوات التوزيع هي جزء أساسي من إدارة سلسلة الإمداد.