

## اسم المادة :- ادارة المواد ----Material Management

النظام :- سنوي 30 اسبوع

عدد الوحدات	م	ع	ن	عدد الساعات الاسبوعية
4	3	1	2	

### هدف المادة :-

**العام :-** تعريف الطالب بالمفاهيم و الاساليب العلمية و التقنية الصحيحة في ادارة الماد و اهميتها في انسيابية المواد للجهات الطالبة بانواعها ، و كيفية تحقيق العائد الاقتصادي للمنظمة .

**الخاص :-** تمكين الطالب و اكسابه الخبرة في ممارسة الانشطة المتعلقة بتوفير المواد و ادارتها و ايصالها الى المنظمة في الوقت و المكان المناسبين ، و القيام بكافة الانشطة المتعلقة بشراء المواد و اجراءات المحافظة عليها لحين ايصالها الى الجهات المستفيدة .

الاسبوع	المفردة
الاول	مقدمة في ادارة المواد / مفهوم و ماهية ادارة المواد / اهمية ادارة المواد / اهداف ادارة المواد
الثاني	مقدمة عامة عن وظيفة الشراء / مفهوم و اهمية وظيفة الشراء / اهداف و دوافع وظيفة الشراء
الثالث و الرابع	المهام المختلفة لادارة الشراء / التحقق من الحاجة / توصيف الحاجة / اختيار مصادر التوريد دراسة السعر / مسؤوليات ادارة المشتريات
الخامس و السادس والسابع و الثامن والتاسع	سياسات الشراء ( المركزية و اللامركزية و الجمع بينهما ) / سياسة الشراء بالجودة المناسبة طرق تحديد الجودة / الجودة بالاسم التجاري / الجودة بواسطة العينة / الجودة بواسطة الرتب الشراء بالسعر المناسب / الوقت المناسب / الكمية المناسبة ( باستخدام الاساليب الكمية )
العاشر	علاقة ادارة المشتريات بادارة المخازن و السياسات التخزينية و العلاقة بالادارات الاخرى
الحادي عشر والثاني عشر	استراتيجيات الشراء / المفهوم / الاهمية / العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمستهلك ( العوامل الثقافية و الاجتماعية و الشخصية و الاقتصادية و السياسية و القانونية )
الثالث عشر والرابع عشر	استراتيجيات الشراء حسب الحاجة / استراتيجية المقارنة / استراتيجية التخزين / استراتيجية التبادل / استراتيجية المضاربة
الخامس عشر والسادس عشر	اختيار مصادر التوريد / اهمية الاختيار المناسب / مراحل اختيار مصادر الشراء المناسبة تقويم اداء مصادر الشراء / التفاوض و التعاقد مع مصادر الشراء
السابع عشر و الثامن عشر	تحديد الحجم الاقتصادي لطلبات الشراء / المفهوم / العوامل المؤثرة في تحديد حجم الطلبية الاقتصادية / كيفية احتساب الحجم الاقتصادي

التاسع عشر	تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين / الفهوم / الاهداف / الاجراءات
العشرون	التخزين / المفهوم / الاهداف / الاهمية
الحادي والعشرون	التبعية التنظيمية لادارة المخازن / و علاقتها بالادارة الاخرى
الثاني والعشرون	سياسات التخزين ( المركزية و اللامركزية و الجمع بينهما )
الثالث والعشرون	مستويات التخزين ( مستوى الحد الادنى ، مستوى اعادة الطلب ، المستوى الاعلى للمخزون ،
الرابع والعشرون	رصيد الطوارئ ، فترة الانتظار و احتياطاتها ، مستوى التدقيق )
الخامس والعشرون	الاصناف الراكدة / اسباب ركود المواد / معالجة المواد الراكدة
السادس والعشرون	الاصناف التالفة / الجهات المسببة للتلف / المشتريات / المبيعات / الانتاج / النقل / المخازن المجهزون
السابع والعشرون	معالجة المواد الراكدة و التالفة / شطب المواد و اجراءاته
الثامن والعشرون	
التاسع والعشرون	التعبئة و التغليف / المفهوم / الاهمية / الاهداف / الاغراض / انواع و معدات التعبئة و التغليف
و الثلاثون	

## الاسبوع :- ( 1 )

الموضوع :- مفهوم ادارة المواد - اهدافها - اهميتها .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :-

- يدرك مفهوم ادارة المواد .
- يعرف ادارة المواد .
- يعدد اهم المزايا التي يحققها مفهوم ادارة المواد .
- يوضح اهداف ادارة المواد .

الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي:-

1 -ادارة المواد يشمل نشاطين هما :

- أ - التخزين و الشراء.
- ب -البيع و الشراء.
- ج -البيع و التخزين.

2 -تهدف ادارة المواد الى :

- أ - تحقيق الارباح .
- ب -تقليل زخم الاعمال المكتبية .

3 -ترتبط ادارة المواد اداريا بأدارة :

- أ - الادارة العليا .
- ب -الافراد .

4 -من مزايا مفهوم ادارة المواد :

- أ - تسويق السلع المنتجة .
- ب -قيادة التنسيق و الانسجام بين وظيفة التخزين و الشراء

## ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات) في نهاية المحاضرة

### عرض الموضوع :-

مقدمة في ادارة المواد :-

ظهر المفهوم الحديث لادارة المواد في الستينات تحديدا وهو مدخل لدراسة المشتريات و المخازن يبحث في أنشطة الحصول على المواد و استخدامها .

و يهدف الى :-

زيادة التنسيق و الانسجام بين ز طيفتي الشراء و التخزين و الانشطه و الاعمال اللا زمة لادارة المواد و منع التعارض بينها .

و حتى يكتمل مفهوم ادارة المواد :-

قامت بضم الأنشطة المرتبطة بتوفير المواد منها :- النقل ، الاستلام ، الفحص ، التخزين ، الصرف ، مراقبة المخزون و التخلص من مخالفات المواد .

ومن اهم المزايا التي اظهرها مفهوم ادارة المواد :-

تحسين نشاط الاتصال و تكامل التنسيق بين الانشطة المختلفة لادارة المواد .

اظهره كفاءة اكبر في الرقابة على المواد.

خفض الاعمال الكتابية .

ساهمة في تطوير استخدام الاجهزة الحديثة كالحاسوب في ادارة المواد .

اختبار ذاتي :

س : عرف ادارة المواد .

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات )  
في نهاية المحاضرة .

تعريف ادارة المواد :

انها الادارة المسؤولة عن تدبير كافة احتياجات المشروع و يتضمن ذلك تخطيط  
الاحتياجات و شرائها و اشتلامها و حفظها و تداولها و الرقابة عليها بما يحقق افضل  
استخدام للمواد المتاحة و بما يكفل تحقيق الاهداف العامة للمشروع .

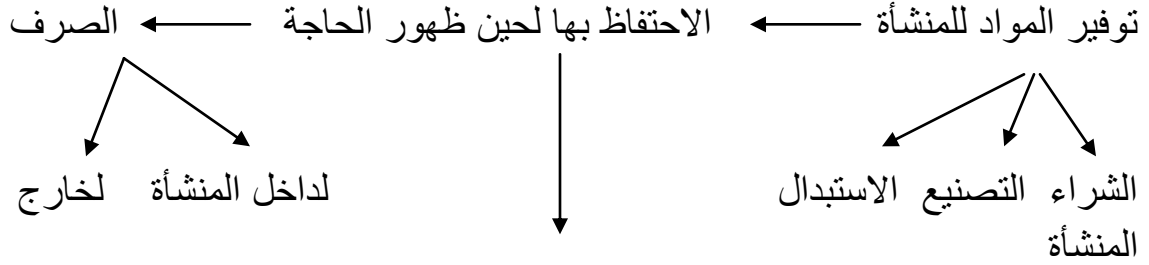
و تعرف ايضا باختصار :-

انها الطرائق و المبادئ التي تستخدم في تخطيط و تنسيق و مراقبة و تقويم تدفق المواد  
من المورد الى المستخدم النهائي .

و يحقق مفهوم ادارة المواد عدة مزايا منها :-

- 1 -زيادة التنسيق و الانسجام بين وظيفة الشراء ووظيفة التخزين .
- 2 -تخفيض التكاليف من خلال تجميع النشاطات المختلفة للشراء و التخزين ضمن  
ادرة واحدة .
- 3 -يمكن هذا المفهوم من استخدام الدوات رقالة و برمجة حديثة لمراقبة المخزون .
- 4 -يساعد هذا المفهوم على استخدام و تطوير بحوث العمليات لرفع كفاءة وظائف  
ادارة المواد .
- 5 -تبسيط و تسهيل الجراءات حركة انتقال المواد داخل المنشاة .
- 6 -تقليل زخم الاعمال المكتبية بجمع النشاطات ضمن ادراة واحدة.

وظيفة ادارة المواد :-



-نقل المواد من المورد الى المنشأة

-فحص و استلام المواد

-توزيع المواد داخل املخازن المخصصه لها

-توفير الظروف المناسبة للخرين

الرقابة

التنسيق و التطوير

التخطيط

الاختبار البعدي : ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

س : من مزايا مفهوم ادارة المواد :

أ - اظهار كفاءة اكبر في الرقابة على الخزين .

ب -زيادة المبيعات .

ج -تحسين الانتاج و رفع الجودة .

د -تبسيط و تسهيل اجراءات حركة المواد داخل المنشأة .

هـ - تسهيل اجراءات استخدام التقنيات الحديثة في العمل .

مفاتيح الاجابات :

الاختبار القبلي		الاختبار الذاتي		الاختبار البعدي	
رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة
1	أ	انها الطرائق و المبادئ التي تستخدم في تخطيط و تنسيق و مراقبة و تقويم تدفق المواد من المورد الى المستخدم النهائي .	1	أ	أ
2	ب			د	د
3	أ			هـ	هـ
4	ب				

المصادر :

هيثم الزغبى و محمد العدوان و علي المشاقبة / ادارة المواد /2000م

طبعة اولى / صفحة 19-20

## الاسبوع :- ( 2 )

الموضوع :- مفهوم الشراء – اهمية – اهدافه

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يدرك مفهوم ادارة المشتريات
- يعرف ادارة المشتريات
- يوضح اهمية وظيفة ادارة المشتريات
- يعدد دوافع الشراء
- يعدد اهداف ادارة المشتريات

الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل

مما يأتي :-

1 يظهر نشاط الشراء في المنشآت

أ - التجارية

ب - الانتاجية

ج - الخدمية

د - كافة الانواع

2 من اهمية ادارة المشتريات

أ - تعتبر ادارة المشتريات المسؤول الاول في زيادة الانتاج

ب - تمثل قيمة المواد و السلع المشتراة

ج - ترتبط ادارة المشتريات بتنظيما مع الادارة المالية حصرا

د - اقامة العلاقات المطلوبة مع المجهزين يعتمد على كفاءة ادارة

المشتريات

3 من اهداف ادارة المشتريات

أ - توفير جميع المواد و المستلزمات للمنشأة

ب - توفير الموارد المالية اللازمة لعملية الشراء

ج - توفير الافراد العاملين في ادارة المشتريات

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات ) في نهاية المحاضرة .



## عرض الموضوع :-

اهمية وظيفة ادارة المشتريات :-

- 1 -الادارة المسؤولة عن توفير جميع احتياجات المنشآت من جميع المواد و السلع بالكمية و النوعية المطلوبة في الوقت المناسب و السعر الملائم .
- 2 -تمثل قيمة المواد و السلع المشتراة اهم وجه استثمار المواد المالية المتاحة للمنشآت .
- 3 -تعدد اصناف السلع و المواد التي تحتاجها المنشأة يؤدي الى تعقيد عمليات الشراء .
- 4 -تطور عمليات الاتصال و النقل ادى الى تعدد مصادر الشراء و بالتالي الى تعقيد عملية المفاضلة بين مصادر الشراء .
- 5 -التطور الكمي و النوعي في عملية الشراء ادى الى تزايد تكاليف ادارة عمليات الشراء .
- 6 -ترتبط ادارة المشتريات بعلاقات واسعة مع جميع القسام و ادارات المنشأة فعدم كفاءة المشتريات يؤثر في جميع أنشطة تلك الاقسام و الادارات .
- 7 -اقامة العلاقات المطلوبة مع مصادر التجهيز و المجهزين يعتمد على كفاءة ادارة المشتريات .
- 8 -عدم كفاءة ادارة المشتريات في تحقيق الاهداف ، يؤدي الى ارتفاع تكاليف انتاج و توزيع الشبع و الخدمات ، و الى عرقلة الأنشطة الاخرى ، و تدهور سمعة المنشأة في السوق امام العملاء .

تعريف ادارة المشتريات :-

هي الادارة المسؤولة عن تخطيط و تنظيم و انجاز جميع الاعمال و المهام و الأنشطة التي تستهدف توفير جميع المواد و السلع بالكميات و النوعيات التي تكفي لاشباع الاحتياجات جميع الاقسام و الادارات في الزمان و المكان و السعر المناسب و من مصادر الشراء الملائمة .

اختبار ذاتي :

س : ماهو مفهوم ادارة المشتريات ؟

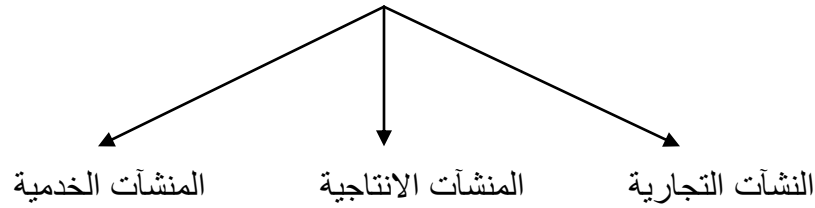
ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات )  
في نهاية المحاضرة .

دوافع الشراء :-

- 1 -الشراء بهدف اعادة البيع . ( المنشآت التجارية )
- 2 -الشراء بهدف الانتاج . ( المنشآت الانتاجية )
- 3 -الشراء بهدف الاستهلاك . ( المنشآت الخدمية )

انواع المشتريات



اهداف ادارة المشتريات :-

- 1 -توفير المواد و جميع المستلزمات المادية للمنشأة لضمان عدم توقف عملياته الانتاجية و التسويقية .
- 2 -تخفيض رأس المال المستثمر في المخزون السبعي من المواد و المستلزمات المادية الاخرى المشتراة الى اقل مستوى ممكن دون الاضرار بمصالح المنشأة .
- 3 -تفادي حدوث الازدواج و التلف و التقادم في جميع الاصناف المشتراة.
- 4 -المحافظة على المستوى المطلوب من الجودة .
- 5 -شراء الاصناف السلعية بأقل كلفة ممكنة مع مراعات المواصفات النوعية المطلوبة .

6 -المحافظة على المركز التنافسي للمنشأة ، مع ملاحظة عدم زيادة تكاليف الشراء

7 -تنمية و تطوير العلاقات مع المجهزين .

8 -تكوين علاقات طيبة مع بقية ادارات المنشأة التي لها علاقة بعمليات الشراء .

9 -تدريب و تنمية و تطوير قابليات و مهارات الافراد العاملين في حقل نشاط الشراء .

الاختبار البعدي : ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

س : تعتبر ادارة المشتريات

أ - الادارة المسؤولة عن زيادة الانتاج

ب - الادارة المسؤولة عن المحافظة على المستوى المطلوب من الجودة

ج -المسؤولة عن تسويق السلع المنتجة في المنشأة

د -المسؤولة عن تخفيض رأس المال المستثمر في الخزين السلعي من المواد

مفاتيح الاجابات :

الاختبار البعدي		الاختبار الذاتي		الاختبار القبلي	
الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة		الاجابة الصحيحة	رقم السؤال
ب	1			د	1
د				ب ، د	2
				أ ، د	3

المصادر :

-غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

## الاسبوع :- ( 3 - 4 )

### الموضوع :- وظائف و مهام ادارة المشتريات

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يحدد وظائف ادارة المشتريات
- يوضح كل وظيفة من وظائف الشراء

الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

- 1 - من وظائف ادارة المشتريات :-
  - أ - تسعير المواد المنتجة
  - ب - تقدير احتياجات المنشأة
  - ج - تهيئة ظروف التخزين المناسبة للمواد المشتراة
- 2 - تبدأ عملية الشراء ب :-
  - أ - تقدير الحاجة
  - ب - عند طلب احدى الادارات في المنشأة
  - ج - عندما يصل الرصيد الى الحد الادنى
- 3 - اصدار امر الشراء من قبل ادارة المشتريات يتم بشكل :
  - أ - مكتوب / تحريري
  - ب - مشافهة / هاتفيا
  - ج - كلا النوعين اعلاه

### ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات ) في نهاية المحاضرة .

## عرض الموضوع :-

أولاً : تقدير الاحتياجات :

تبدأ عمليات الشراء بتقدير الاحتياجات Estimation Of Needs التي تعني على إدارة المشتريات توفيرها من الأسواق ( المحلية و الأجنبية ) لجميع الإدارات و الاقسام التابعة للمنشأة ، ويتم تحديد الاحتياجات من قبل الإدارات التي تطلب الأصناف . و يعتبر تلبية الاحتياجات من اهم وظائف ادارة المشتريات .

ان ادارة المشتريات تتسلم الطلبات من ادارة الانتاج ، و ادارة المخازن و الادارات الاخرى ، وفي ضوء هذه الطلبات تقوم ادارة المشتريات بالتحقق من وجود حاجة حقيقية للشراء قبل التفاوض مع الموردين و البدء بتنفيذ طلب الشراء ، و تستهدف ادارة المشتريات ، من خلال قيامها بالتحقق من الاحتياجات ، الحد من المبالغة في تحديد الكميات المطلوبة .

ثانياً : توصيف الاحتياجات :

يتم بعد التأكد من وجود حاجة فعلية للشراء تحديد مواصفات الاصناف المطلوبة حيث لا يمكن ان تقوم ادارة المشتريات بشراء الاحتياجات ما لم تكن لديها مواصفات واضحة و محددة عن هذه الاحتياجات ، وعدم الوضوح في تحديد المواصفات يؤدي الى خلق مشكلات متعددة، وقد تتحمل المنشأة بسببه خسائر كبيرة و ضياعا في الوقت و الجهد ، خاصة اذا تم اكتشاف الخطأ في المواصفات بعد اصدار امر الشراء للمجهز . و تقوم ادارة المشتريات باعداد سجلات دقيقة عن مختلف الاصناف التي تتطلبها ادارات و اقسام المنشأة ، على ان تبين تلك السجلات المواصفات التي يجب ذكرها في اوامر الشراء منها لحصول أي ليس او خطأ في تحديد الاصناف المطلوبة .

ثالثاً : اختيار المجهزين :

يعتبر اختيار المجهزين من الوظائف الاساسية لادارة المشتريات ، و يعتمد نجاح ادارة المشتريات الى حد كبير على كفاءتها في اختيار مصادر الشراء القادرة على تلبية احتياجات المنشأة بكميات و النوعيات المطلوبة و بالسعر المناسب و في الوقت الذي ناسب المنشأة كما تقدم للمنشأة شروطا مناسبة من حيث الدفع و خدمات ما بعد البيع .

ويساهم اختيار مصدر التجهيز المناسب في تحقيق ما يلي من الفوائد :

- 1 - يمكن الاعتماد عليه في تجهيز المنشأة بكميات اكبر من الكميات التي تطلبها في حالة حصول زيادة في الطلب على السلع التي تقوم المنشأة بشرائها .
  - 2 - يجهز المنشأة بالأصناف المطلوبة بالجودة المناسبة لها باستمرار .
  - 3 - يلتزم بالسعر المحدد له ، و يقدم شروطا مناسبة بخصوص تسديد اثمان البضاعة المجهزة من قبله .
  - 4 - يلتزم بالوقت المحدد للتسليم .
  - 5 - يقدم خدمات جيدة للمنشأة فيما يتعلق بالصيانة و توفير قطع الغيار ، و تغليف و تهيئة البضائع ، و اختيار وسائل الشحن و تدريب العاملين .
  - 6 - يقدم معلومات مهمة و مفيدة للمنشأة عن التغيرات التي تحصل في الأسواق .
- يعتمد الأسلوب الذي يتم بموجبه اختيار مصدر الشراء الأفضل على العوامل التالية :
- 1 - طبيعة عملية الشراء .
  - 2 - حجم نشاط المشتريات .

رابعا : دراسة الأسعار :

يعتبر السعر احد العوامل المهمة التي تعتمد عليها قرارات الشراء التي تتخذ في جميع منشآت الأعمال ، و يتعين على إدارة المشتريات أن تسعى للحصول على أفضل الأسعار و الشروط لكل عملية من عمليات الشراء الكبيرة . و يفترض ان تتوفر لدى معظم المنشآت معلومات كاملة عن أسعار الأصناف التي تقوم بشرائها بكميات كبيرة ، و باستمرار و من مختلف مصادر التجهيز ، بهدف الرجوع إليها لاختيار السعر المناسب .

كما يمكن ان تحصل ادارة المشتريات على معلومات عن الاسعار الجارية من خلال :

1 -قوائم الشراء Price Lists

2 -الادلة Catelogues

3 -المفاوضات .

4 -دراسة المناقصات .

علل : إن دراسة الأسعار يجب ان تكون عملية مستمرة ، لان الأسعار تتغير بتغير درجة مرونة الطلب و العرض و المنافسة بين السلع وبين النشأة و الظروف الاقتصادية الأخرى .

خامسا : اصدار اوامر الشراء :

تقوم ادارة المشتريات باصدار اوامر الشراء Issuing the orders للمجهزين بعد انجاز جميع العمليات السابقة .

ان اصدار اوامر الشراء للمجهز يمكن ان يتم باحد الطرق التالية :-

1 - اصدار امر مكتوب .

2 - مشافهة .

سادسا : اجراء التعديلات على عقود الشراء :

تطراً في بعض الحالات بعد ابرام عقود الشراء مع المجهزين ظروف مستجدة لم تكن في الحسبان وقت ابرام العقود ، و احيانا تؤثر هذه الظروف بصورة مباشرة في عمليات الشراء ، لذلك لا بد من قيام ادارة المشتريات باجراء التعديلات الضرورية على عقود الشراء . و يلاحظ ان هذه التعديلات قد تستهدف في بعض الحالات تغيير الكمية المتعاقد عليها او تعديل شروط التسليم و غيرها من الشروط الاخرى .

اختبار ذاتي :

س : ان دراسة الاسعار يجب ان تكون مستمرة ، لماذا ؟

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات ) في نهاية المحاضرة .

سابعا : متابعة اوامر الشراء :

يتعين على ادارة المشتريات ان تدرك بصورة واضحة ان مسؤوليتها لا تنتهي بمجرد اصدار اوامر الشراء الى المجهزين ، وانما تقع عليها مسؤولية متابعة اوامر الشراء Follow-up the orders . وتبدأ عمليات متابعة اوامر الشراء من تاريخ

اصدار امر الشراء الى المجهز ، مروراً بجميع العمليات التي تستهدف التأكد من ان المجهز تسلم طلب الشراء الموجه له من المنشأة في الوقت المناسب .

ثامناً : تدقيق قوائم الشراء :

يعتبر تدقيق قوائم الشراء Checking the Invoices احدى الوظائف التي تقوم بها ادارة المشتريات وذلك للأسباب التالية :

- 1 -تمثل قائمة الشراء المرسله من قبل المجهز للمنشأة اشعاراً يؤكد فيه المجهز قيامه بتجهيز الاصناف المطلوبة منه .
- 2 - تتوفر لدى ادارة المشتريات معلومات كاملة من صفقات الشراء .
- 3 -تتمك ادارة المشتريات من خلال تدقيق قوائم الشراء من تصحيح الاخطاء في حالة وجودها بسرعة .

تاسعاً : الاحتفاظ بالمستندات و السجلات :

باعتبار ان هذه المستندات و السجلات توفر معلومات و بيانات عن صفقات الشراء التي تمت في السابق ، ولذلك فان إدارة المشتريات نسترشد بها عند عقد صفقات شراء في المستقبل .

عاشر : البحث عن الأصناف الجديدة :

تتولى إدارة المشتريات مهمة البحث عن الأصناف الجديدة من المواد و السلع في الأسواق التي تتعامل معها بهدف اقتناء الأصناف التي تلائم احتياجات المنشأة .

حادي عشر : إجراء البحوث و الدراسات :

يتطلب انجاز المسؤوليات المناطة بادارة المشتريات بكفاءة عالية ضرورة اجراء البحوث و الدراسات بهدف التوصل الى قرارات ناجحة قائمة على اسس علمية وبعيدة عن التخمين و التجربة و الخطأ و العشوائية ، باعتبار ما تترتب على القرارات التي لا تتوفر فيها الاسس العلمية من نتائج سلبية كبيرة تؤثر في كفاءة المنشأة و مستقبلها .



ثاني عشر : تقديم المعلومات للإدارة العليا و الإدارات الأخرى :

تتولى إدارة المشتريات تقديم المعلومات و البيانات للإدارة العليا ، حيث تعتمد الإدارة العليا على تلك المعلومات و البيانات في معرفة حجم و طبيعة الأعمال التي تقوم بها إدارة المشتريات ، و تتمكن من تقييم أعمال إدارة المشتريات و تنسيق أنشطتها مع الأنشطة التي تقوم بها الإدارات الأخرى .

ثالث عشر : تحديد حجم و نوع القوى العاملة في ادارة المشتريات :

تقوم ادارة المشتريات بتحديد حجم و نوع المهارات الفنية و الإدارية ، وبقية القوى العاملة المطلوبة لانجاز الأعمال المختلفة في إدارة المشتريات بكفاءة عالية .

**الاختبار البعدي : ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-**

1 -تقوم ادارة المشتريات بالبحث عن الاصناف الجديدة من المواد باستمرار بهدف:  
أ - شرائها

ب -اقتناء الاصناف التي تلائم احتياجات المنشأة  
ج -منافستها مع الاصناف الأخرى

2 -ضرورة قيام ادارة المشتريات باجراء البحوث و الدراسات بهدف :

أ - تحديد احتياجات المنشأة من المواد

ب -تحديد اسعار المواد المراد شراؤها

ج -التوصل الى قرارات ناجحة قائمة على اسس علمية بعيدة عن التخمين والتجربة

مفاتيح الاجابات :

الاختبار القبلي		الاختبار الذاتي		الاختبار البعدي	
رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة
1	ب	لان الاسعار تتغير بتغير درجة مرونة الطلب و العرض و المنافسة بين السلع و الظروف الاقتصادية الاخرى .	1	ب	ب
2	أ		2	ج	ج
3	ج				

المصادر :

—غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م  
صفحة ( 19 – 32 )

## الاسبوع :- ( 5 )

الموضوع :- سياسات الشراء ( المركزية و اللامركزية و الجمع بينهما )

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يعرف مفهوم المركزية و اللامركزية في الشراء
- يوضح عوامل المفاضلة بين المركزية و اللامركزية في الشراء
- يعدد مزايا المركزية و اللامركزية في الشراء
- يجمع بين المركزية و اللامركزية في الشراء

الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

- 1 -المركزية في الشراء تعني :
  - أ - تركيز سلطة اتخاذ قرار الشراء بيد ادارة واحدة
  - ب تركيز الشراء من مصدر تجهيز واحد
- 2 -اختيار سياسة الشراء ( مركزي او لا مركزي )
  - أ - يتأثر بحجم المنشأة و حجم المشتريات
  - ب لا يتأثر بحجم المنشأة و حجم المشتريات
- 3 -من مزايا المركزية في الشراء
  - أ - تحقيق وفورات في تكاليف النقل
  - ب تحقيق السرعة في انجاز عمليات الشراء

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات ) في نهاية المحاضرة .

## عرض الموضوع :-

المركزية و اللامركزية في الشراء ( التخزين )

المركزية في الشراء :-

هي تركيز سلطة اتخاذ القرارات الخاصة بعمليات الشراء في ادارة واحدة او شخص واحد في المنشأة يكون مسؤولا تجاه ادارة المنشأة عن تحقيق الاهداف التي تسعى لها المنشأة من خلال عمليات الشراء .

اللامركزية في الشراء :-

هي توزيع الصلاحيات او السلطات الخاصة باتخاذ جميع قرارات الشراء بين اكثر من دائرة او اكثر من شخص في المنشأة حيث تقوم كل ادارته بشراء احتياجاتها من المواد و السلع و غيرها من المستلزمات السلعية .

عوامل المفاضلة بين المركزية و اللامركزية في الشراء :

- 1 -درجة تشابه المنتجات في الوحدات الانتاجية .
- 2 -حجم المنشأة و حجم المشتريات فيها .
- 3 -التوزيع الجغرافي للوحدات التابعة للمنشأة .
- 4 -اهمية قرارات الشراء و كلفتها .
- 5 -وجود الكفاءات الادارية و الفنية في الوحدات التابعة للمنشأة و مدى قدرتها ورغبتها في تحمل المسؤولية .
- 6 -درجة التطور في اساليب و معدات الرقابة في المنشأة .
- 7 -سياسة الادارة العليا بخصوص تفويض صلاحيات اتخاذ القرارات الخاصة بالشراء لمسؤولي الوحدات
- 8 -اهمية السرعة في اتخاذ قرارات الشراء .

## مزاياء المركزية في الشراء :

- 1 -الحصول على خصم الكمية و التسهيلات المناسبة من المجهزين .
- 2 -تحقيق وفورات في تكاليف النقل .
- 3 -تحقيق مزايا تطبيق مبدأ التخصص في انجاز الاعمال .
- 4 -توفير فرص اجراء بحوث مهمة و ذات فعالية كبيرة في مجالات الشراء .
- 5 -منع الازدواجية في جهود الشراء .
- 6 -يسهل عملية الرقابة على وضائف الشراء من قبل الادارة العليا .
- 7 -يتطلب عدد محدود من الخبرات المتخصصة لانجاز عمليات الشراء في المنشأة
- 8 -تحقيق رقابة فعالة على المخزون السلعي .
- 9 -يقدم المجهزين خدمات افضل و اسعار انسب .
- 10 - توفر فرص اكبر لتحقيق علاقات طيبة افضل بين ادارة المشتريات في المنشأة الكبيرة و بين المجهزين .

## اسباب تطبيق الامركية في الشراء :

- 1 -يحقق السرعة في انجاز عمليات الشراء .
- 2 -تمكن الوحدات من الاستفادة من المواد و السلع المتوفرة في المناطق الجغرافية التي تعمل فيها .
- 3 -تخفيض تكاليف نقل المواد و السلع .
- 4 -مسؤولو الوحدات التابعة للمنشأة يفضلون اسلوب الامركية في الشراء لانه يمنحهم الصلاحيات اللازمة لتخطيط و تنفيذ و مراقبة الاعمال في وحداتهم .
- 5 -تتوفر لدى العاملين في الوحدات خبرة و معرفة تامة بخصائص الاصناف السلعية و مجالات استخدامها .
- 6 -يحقق علاقات طيبة بين الوحدات التابعة للمنشأة و بين المجهزين في المناطق التي توجد فيها تلك الوحدات .

اختبار ذاتي :

س : ماذا يعني النظام المختلط ؟

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات )  
في نهاية المحاضرة .

الجمع بين المركزية و الامركية في الشراء :

يتطلب تطبيق هذه السياسة ما يلي :

- 1 -استحداث ادارة مركزية للمشتريات يكون مديرها مسؤولا امام الادارة العليا للمنشأة .
- 2 -استحداث وحدات فرعية للشراء في الوحدات التابعة للمنشأة و منحها صلاحيات شراء الاصناف التي تنتج في مناطقها .
- 3 -تقوم ادارة المشتريات الرئيسية بتقديم التعليمات و التوجيهات و النصح لمدراء الوحدات الفرعية للمشتريات مقابل معلومات و بيانات تقدم من قبلهم بخصوص :-
  - أ - مصادر التجهيز الحالية و المتوقعة و درجة المنافسة بين تلك المصادر .
  - ب -المضروف الاقتصادية المتوقعة في المستقبل .
  - ج -اتجاهات الاسعار في المستقبل .
  - د - التطورات التكنولوجية في انتاج المواد و السلع .
  - هـ - المواد البديلة .
- 4 -يتطلب وجود تحديد واضح لصلاحيات و مسؤوليات العاملين في الادارة المركزية و ادارة الوحدات الفرعية منعا للتداخل و الازدواجية .
- 5 -وجود نظام فعال للاتصالات يضمن تبادل المعلومات بين المركز و الوحدات الفرعية بكفاءة .
- 6 -تتولى الادارة المركزية للمشتريات تنسيق العلاقات بين و حدات الشراء .
- 7 -اناطة مسؤولية تطوير العاملين في وحدات الشراء الفرعية بادارة المشتريات المركزية .

8 قيام الادارة المركزية للشراء باجراء المفاوضات مع مجهزي الاصناف المهمة و الاساسية للمنشأة .

الاختبار البعدي : ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

- 1 - من الاسباب الداعية لتطبيق نظام اللامركزية في الشراء :  
أ - تخفيض تكاليف نقل المواد و السلع المشتراة  
ب منع الازدواجية في جهود الشراء
- 2 - يتطلب تطبيق سياسة الجمع بين المركزية و اللامركزية  
أ - وجود ادارة مركزية رئيسية للشراء  
ب عدم وجود ادارة مركزية رئيسية للشراء
- 3 - هل هناك مركزية مطلقة او لامركزية مطلقة في الشراء ؟  
أ - نعم  
ب كلا

مفاتيح الاجابات :

الاختبار القبلي		الاختبار الذاتي		الاختبار البعدي	
رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة
1	أ	يعني استخدام المركزية و	1	أ	أ
2	أ	اللامركزية في الشراء	2	أ	أ
3	أ	بنفس الوقت في المنشأة	3	ب	ب

المصادر :

– غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

الاسبوع :- ( 6 - 7 - 8 - 9 )

الموضوع :- الشراء بالجودة المناسبة و بالكمية المناسبة و بالسعر المناسب و بالوقت المناسب .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح مفهوم و اهمية الجودة
- يحدد على من تقع مسؤولية تحديد الجودة في المنشأة
- يوضح دور ادارة المشتريات في تحديد الجودة
- يبين سبب مسؤولية ادارة المشتريات في اختيار الاصناف بالجودة المناسبة
- يوضح طرق توصيف الجودة
- يقيس و يفحص الجودة وفق الطرق المختلفة
- يبين مفهوم الشراء بالكمية المناسبة
- يوضح العوامل المؤثرة في تحديد الكمية المناسبة ( الشراء بكمية اقتصادية )
- يدرك متى يفضل الشراء بكميات كبيرة او الشراء بدفعات متعددة
- يستخدم الطرق الرياضية في تحديد حجم الكمية الاقتصادية ( دفعة الشراء )
- يبين مفهوم الشراء بالسعر المناسب
- يوضح مصادر الحصول على الاسعار
- يوضح العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار
- يعدد و يعرف انواع الخصومات
- يبين مفهوم الشراء في الوقت المناسب
- يوضح العوامل المؤثرة في اختيار الوقت المناسب



الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :-

1. على من تقع مسؤولية تحديد الجودة في المنشأة :

أ - ادارة المشتريات

ب -ادارة الانتاج

ج - ادارة المخازن

د -كافة الخيارات اعلاه

4 تحديد الجودة المناسبة يتم عن طريق :

أ - الموازنة بين اعتبارين اساسيين هما ( الاعتبار الفني ، الاعتبار الاقتصادي )

ب للموازنة بين اعتبارين اساسيين هما ( حاجة المنشأة للسلعة ، مصدر الشراء )

5 -امكانيات المنشأة التخزينية يؤثر في تحديد اختيار الوقت المناسب للشراء

أ - صح

ب -خطا

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات ) في نهاية المحاضرة .

## عرض الموضوع :-

اولا :- الشراء بالجودة المناسبة :-

مفهوم و اهمية الجودة : تعني الجودة بشكل عام بانها ملائمة الصنف للقيام بالوظيفة التي اشترى من اجلها ، و يعني هذا ان لم يكن الصنف ملائما للقيام بوظيفته فان مستوى جودته لا يعتبر مناسباً ، بغض النظر عن سعر و امكانية شائه بسهولة .

اما مفهوم الجودة في لعبة المشتريات فتعني الجدارة و الامتياز ، وهما مرتبطين بعنصرين هما ( الملاءمة ) ( الكلفة ) و ليس السعر .

(س) على من تقع مسؤولية تحديد الجودة في المنشأة ؟

(ج) بالاضافة الى مسؤولية المشتريات فهناك ادارات اخرى هي :

1- الادارة الهندسية ---- ( من الجانب الفني )

2- ادارة الانتاج ---- ( من جانب استخدامها في الانتاج )

3- ادارة السيطرة النوعية ---- ( لكونها مسؤولة عن جودة المنتج التام )

4- ادارة التسليم ( ادارة المخازن ) ---- ( من حيث الاستلام النهائي )

استلام كمي ، و استلام نوعي . و اشعار المشتريات بالنتائج .

(س) ما هو دور ادارة المشتريات في تحديد الجودة ؟

(ج) ان من اهم الاعتبارات التي تدعو ادارة المشتريات الى اعادة النظر في المواصفات الفنية للمواد هي :

تحديد الجودة المناسبة :

يتم بالموازنة بين اعتبارين اساسيين هما :

أ - الاعتبار الفني او التكنولوجي ومدى صلاحية و ملائمة المواد للغرض الذي الشترت من اجله ، و هذا يقع على عاتق الادارة الهندسية و القسم الذي سيستخدم هذا الصنف .

ب - اعتبار الاقتصادي المتضمن التكلفة و مدى توفر المواد و الاصناف لدى مصادر الشراء المختلفة .

- و تكون ادارة المشتريات صابة المسؤولية و القرار في اختيار الاصناف بالجودة المناسبة و في اعادة النظر في المواصفات الفنية للعوامل التالية :

- 1 - مدى توفر المواد . ( بالمواصفات المطلوبة )
- 2 - وجود المواد البديلة . ( و امكانية استعمالها بديلا للصنف الاصلي )
- 3 - اقتراحات مصادر الشراء . ( لانها حلقة و صل بين الانتاج و البيع و الشراء )
- 4 - التتميط , يعرف ، بانه التوصيف المقبول لمستوى الجودة المناسبة من ناحية التصميم و لمكونات المواد و الاصناف التي تستعملها المنشأة في العملية الانتاجية لمادة معينة او عدة مواد .
- المواد النمطية – اكثر سهولة في الحصول عليها ، و كلفتها اقل .
- 5 - التكلفة الكلية الاقل . ( السعر احد عناصره )

توصيف جودة المواد : يعني

تحديد و ذكر كل المخصائص التي يمكن ان تتوفر في المواد و الاصناف المراد شراؤها .

و التحديد الدقيق لمواصفات الجودة يؤدي الى :-

- أ - سهولة وصف المواد الواردة بأوامر الشراء .
- ب - تساعد مصدر الشراء في معرفة ما يطلبه المشتري بدقة .
- ت - تساعد في فحص المواد عند استلامها .

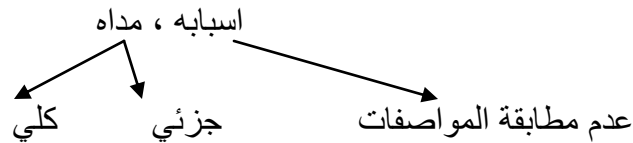
طرق توصيف الجودة :

- 1 - الخواص الكيماوية او الطبيعيه ( ذكر خواصها الكيماوية و الطبيعية )
- 2 - خواص المواد و طريقة صنعها ( ذكر مواصفات المادة و طريقة صنعها )
- 3 - مواصفات الاداء ( ذكر طريقة استخدام المادة )
- 4 - الرسوم الهندسية ( ذكر ابعاد المادة و اشكالها الهندسية )
- 5 - اسماء العلامات التجارية ( ذكر العلامة التجارية )
- 6 - العينات ( ذكر جودة النموذج او العينة )

- 7- رتب لاسوق ( ذكر درجة تسلسل الجودة )
- 8- الانماط الصناعية ( ذكر معايير صناعية ثابتة متعارف عليها )
- 9- الجمع بين اكثر من طريقة للوصف ( ذكر طريقتين او اكثر )

طرق قياس و فحص الجودة :

- 1- تحليل المادة او الصنف كيمياويا :-  
تهدف هذه الطريقة الى التأكد من مكونات المادة اضافة الى نسبة كل عنصر من مكوناتها
- 2- الاختبار بواسطة الاستخدام :-  
تهدف الى معرفة العمر الزمني للمادة من خلال استخدامها
- 3- الاختبار بواسطة المواصفات و المقاسات :-  
تهدف الى معرفة المواصفات و المقاسات للمادة الواردة و مقارنتها مع المواصفات و القياسات المطلوبة و النموذجية .  
( اذا كانت المواد الواردة غير مطابقة لمستوى الجودة المطلوبة ) :- ماهو الحل ؟  
( الرفض )  
اجراءات الرفض :



- وهذه الاجراءات تقوم بها ادارة المشتريات لاسباب التالية :
  - 1- التعامل مع ادارة واحدة في المنشأة يحقق علاقة ممتازة من قبل مصدر الشراء .
  - 2- ان ادارة المشتريات مسؤولة عن عملية الحصول على المواد بال نوعية المناسبة .
  - 3- ان ادارة المشتريات تعرف جيدا متطلبات المواد و الاصناف المطلوبة .
  - 4- تتوفر لدى ادارة المشتريات معلومات كافية عن مصدر الشراء ، و طرق التعامل معه ، و المواد المشتراه منه .

اختبار ذاتي :

س : اكمل العبارة التالية : ( اهدف الشراء الجيد هو ... )

ملاحظة :

يمكنك التحقق من صحة اجابتك بمراجعة ( مفاتيح الاجابات على الاختبارات )  
في نهاية المحاضرة .

الشراء بالسعر المناسب :

السعر المناسب هو السعر الذي تستطيع المنشأة المشتريه دفعه بحيث تكون جدوى النفع  
اكثر من الكلفة .

مصادر الحصول على الاسعار :

- 1 -قوائم الاسعار المنشورة .
- 2 -مندوبو مصادر الشراء .
- 3 -سجلات ادارة المشتريات .
- 4 -قوائم اسعار مصادر الشراء .
- 5 -الاتصال المباشر بالمجهزين .

العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار :

- 1 -الجودة
- 2 -كلفة المجهز .
- 3 -الكمية .
- 4 -الخدمات
- 5 -العوامل الاخرى . ( السلع الموسمية ) ( سلع ذات عقود خاصة )

انواع الخصومات :

- 1 -الخصم النقدي ( خصم تعجيل الدفع )
- 2 -الخصم التجاري .
- 3 -خصم الكمية .

الشراء في الوقت المناسب :

هناك علاقة واضحة بين الوقت المناسب و الجودة المناسبة ، و بين الوقت المناسب و الكمية المناسبة ، و بين الوقت المناسب و السعر المناسب .

بالضافة الى عامل الجودة و الكمية و السعر فهناك عوامل داخلية عديدة تؤثر كثيرا على تحديد و اختيار الوقت المناسب للشراء هي :

- 1 -امكانية المنشأة المالية .
- 2 -امكانيات المنشأة الأتمانية .
- 3 -امكانيات المنشأة التخزينية .
- 4 -امكانية النقل لدى المنشأة .
- 5 -احتياجات المنشأة للسلع او لمادة لكي لا تتوقف العملية الانتاجية .

عدم التقيد بالوقت المناسب للشراء قد يؤدي الى مشاكل او خسائر او اخطار متعددة منها :

- 1 -من ناحية توفر الاصناف في سوق الشراء .
- 2 -من ناحية حاجة المنشأة ( انتاجا او بيعا )
  - أ - ارباك الانتاج او الاستخدام او ربما تأخيرها .
  - ب -تأخير الاستجابة لطلبات الزبائن اي فقدان السرعة .
  - ت - قد يلجأ الزبائن للبحث عن منشأة اخرى للتعامل معها و هذا له تأثير على سمعة و ربحية المنشأة .

اهداف الشراء الجيد :- الشراء بالكمية المناسبة ، و بالسعر المناسب ، و بالجودة المناسبة ، في الوقت المناسب ، ومن المصدر المناسب .

الشراء بالكمية المناسبة :

يتطلب الشراء بالكمية المناسبة الموازنة بين توفير الاحتياجات من ناحية ، و جعل تكاليف الشراء و التخزين اقل ما يمكن .

العوامل المؤثرة في تحديد الكمية المناسبة ( الشراء بكمية اقتصادية )

1 -سياسات الشراء لدى المنشأة :-

تأخذ المنشأة عد رسمها سياسات الشراء بالنظر الامور التالية :

أ - عدم قيام المنشأة بشراء كميات جديده في حالة و جود رصيد يكفي لسد حاجات المنشأة .

ب -السرعة و الدقة في تنفيذ طلبات الشراء الواردة من الافسام الاخرى.

ت مراعات القدرة المالية للمنشأة .

ث مراعات امكانيات التخزين المتوفرة لدى المنشأة .

2 -السياسات التخزينية لدى المنشأة .

3 -معدلات الاستخدام الصنف ,

4 -طبيعة الصنف ، و تعتمد على عدة عوامل :

أ - تكون الصنف الطبيعي ( الحجم ، الوزن ، درجة الصلابة )

ب -للمركب الكيماوي .

ت توفير الصنف و ظروف الحصول عليه .

ث وجود الاصناف البديلة .

5 -القدرة المالية للمنشأة : لاجل استخدام امكانيات المنشأة بشكل امثل ، يجب الاخذ بالعوامل التالية :

أ - الشراء بالسعر المناسب بحيث لا يؤثر على الجودة .

ب -للمشراء بكميات اقتصادية لتقليل تكاليف الشراء و التخزين .

ت تقدير الكميات المطلوبة بدقة و توفيرها في الوقت المناسب .

ث -للاستفادة من دراسة تقلبات الاسعار للاصناف في الاسواق .

ج -عدم تجميد راس مال كبير في المخزون .

ح -تحقيق التوازن بين خطة الانتاج و الشراء ، و المخزون .( اسباب تفضيل

الشراء بكميات كبيره او كميات صغيرة ) .

### الطريقة الرياضية لتحديد حجم الكمية الاقتصادية :-

الكمية الاقتصادية : تعني حجم الكمية الواحدة ( الدفعة الواحدة ) التي تطلبها المنشأة في كل مرة بحيث تكون المحصلة النهائية تقليل تكلفة المادة المشتراة بأفترض ثبات حجم الاستهلاك السنوي ، و سعر الوحدة الواحدة ، و تكاليف اصدار امر الشراء ، و نسبة تكاليف الخزين .

يمكن تحديد الكمية الاقتصادية بالمعادية التالية :

$$Q = \sqrt{\frac{2 \times \text{دج} \times \text{هـ}}{\text{ب} \times \text{ج}}}$$

عندما يكون :

أ = حجم الطلب الواحد ( الكمية الاقتصادية ) .

ب = معدل الاستهلاك السنوي .

ج = سعر شراء الوحدة الواحدة .

د = تكاليف اصدار امر الشراء .

هـ = نسبة تكاليف الخزن للوحدة الواحدة .

حل المثال في الكتاب صـ 159

$$500 = \sqrt{250000} = \sqrt{\frac{10000004}{4}} = \sqrt{\frac{2 \times 2000 \times 25020}{0.20}}$$

فإذا كان الاستهلاك السنوي = 2000 وحدة

اذن عدد الدفعات = معدل الاستهلاك \ الكمية الاقتصادية

= 2000 \ 500 = 4 أي على المنشأة شراء هذه الكمية ( 2000 وحدة ) خلال السنة  
باربعة دفعات.



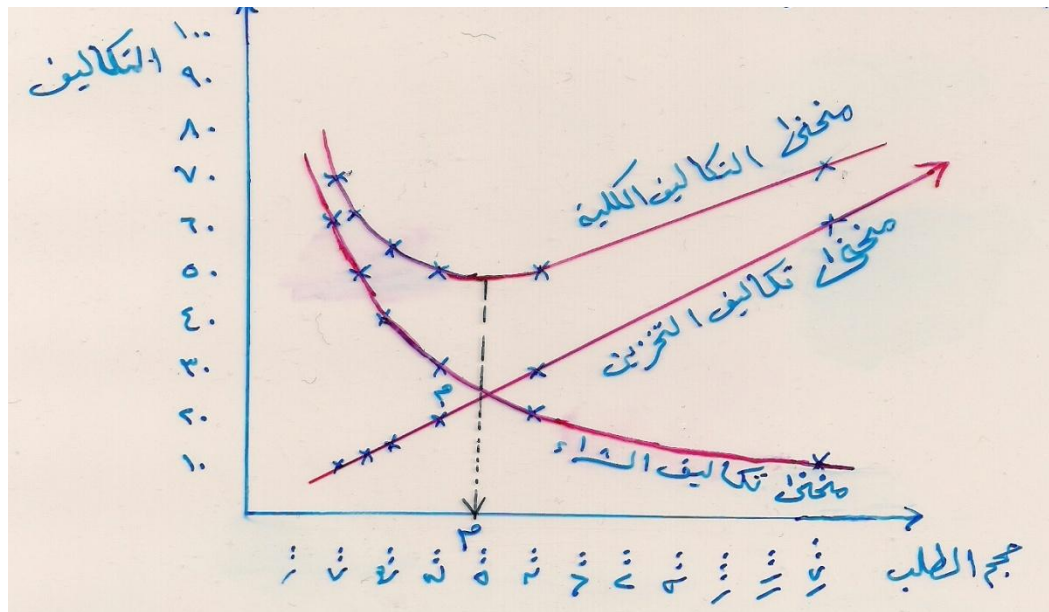
ويمكن تحديد الكمية الاقتصادية باستخدام الرسم البياني :

التكاليف الكلية	تكاليف احدات الطلبية	تكاليف الطلبية الواحدة	تكاليف الاحتفاظ بالمخزون	متوسط المخزون	عدد الطلبيات	حجم الطلبية	حجم الطلب السنوي
70	10	10	60	600	1	1200	1200
50	20	10	30	300	2	600	1200
50	30	10	20	200	3	400	1200
55	40	10	15	150	4	300	1200
62	50	10	12	120	5	240	1200
70	60	10	10	100	6	200	1200

اذا علمنا ان حجم الطلبية يتناسب طرديا مع تكاليف التخزين

و عكسيا مع تكاليف الشراء ( تكاليف احدات الطلبية )

اذن يمكن رسم المنحنيات على الشكل التالي :



من ملاحظة الرسم اعلاه ، تمثل النقطة ( م ) حجم الطلبية الاقتصادية

الاسباب التي يفضل بها الشراء بكميات كبيرة :-

- 1 -ضمان استمرارية العملية الانتاجية في المنشأة
- 2 -لا يمكن تجزئة الكميات المطلوبة من الصنف .
- 3 -يتم شراء الكمية المطلوبة دفعة واحدة .
- 4 -الشراء بكميات كبيره يجعل للمنشأة كركزا افضل لدى تعاملها مع مصادر الشراء المختلفة .
- 5 -تشتري المنشأة الكميات التي تحتاجها بكمية كبيره نتيجة توقعها بان اسعارها سترتفع قريبا

اسباب شراء المواد المطلوبة بدفعات متعددة :-

- 1 -نتيجة استعمال الكمية المطلوبة بفترات متعددة .
- 2 -لا تستطيع المنشأة الحصول على الكمية المطلوبة دفعة واحدة .
- 3 -قد تتوفر المواد و الاصناف في السوق و بشكل مستمر .
- 4 -عدم توفر اماكن للخرن لدى المنشأة عند الشراء بكميات كبيره و بدفعة واحدة .
- 5 -تحتاج بعض الاصناف لظروف تخزينية معينة .
- 6 -احتمال تلف الصنف عند تخزينه .
- 7 -قرب مصدر الشراء من المنشأة .
- 8 -لا تسمح ظروف المنشأة المالية بالشراء بكميات كبيرة .
- 9 -توقع انخفاض الاسعار يؤدي الى الشراء بكميات صغيرة .
- 10 توقع او انخفاض المبيعات فعلا ، و اضطرار المنشأة لتغيير خطة الانتاج .

الاختبار البعدي : ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :

1 -هل يمكن الجمع بين اكثر من طريقة من طرق توصيف الجودة لتحديد مواصفات سلعة معينة ؟  
أ - نعم  
ب كلا

2 -تعني الجودة بشكل عام انها  
أ - امكانية المنشأة المالية لتحمل تكاليف الصنف المراد شرائه  
ب -ملائمة الصنف للقيام بالوظيفة التي اشترية من اجلها  
ج -تأريخ صلاحية استخدام السلعة غير منتهي ( Expire Date )

3 -المعادلة الرياضية التي يمكن من خلالها تحديد الكمية الاقتصادية للشراء هي

$$\text{أ - حجم الطلب الواحد} = \sqrt{\frac{2 \times \text{د} \times \text{ب}}{\text{هـ}}}$$
$$\text{ب -حجم الطلب الواحد} = \sqrt{\frac{2 \times \text{ج} \times \text{ب}}{\text{هـ}}}$$

علما ان :

د : تكاليف اصدار امر الشراء .

ب : معدل الاستهلاك السنوي .

هـ : نسبة تكاليف خزن الوحدة الواحدة .

ج : سعر شراء الوحدة الواحدة .

مفاتيح الاجابات :

الاختبار القبلي		الاختبار الذاتي		الاختبار البعدي	
رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة
1	د	الشراء بالكمية المناسبة و	1	أ	أ
2	أ	في الوقت المناسب و	2	ب	ب
3	أ	بالسعر المناسب و من مصدر تجهيز مناسب	3	أ	أ

المصادر :

– غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

## الاسبوع :- ( 10 )

الموضوع :- علاقة ادارة المشتريات بالادارات الاخرى .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح علاقة ادارة المشتريات بادارة المخازن ، ادارة الانتاج ، ادارة المبيعات ، الادارة المالية و ادارة القوى العاملة .
- يبين علاقة ادارة المشتريات بالادارة العليا .
- يوضح المعلومات المتبادلة بين ادارة المشتريات و الادارات الاخرى .

الاختبار القبلي :- ضع علامة صح على الحرف الذي يسبق الاجابة الصحيحة لكل مما يأتي :

1 -تتمثل علاقة ادارة المشتريات بادارة الانتاج بضرورة ربط سياسات الانتاج بسياسات الشراء .

أ - صح

ب -خطا

2 -تتولى ادارة الانتاج توفير العينات و النماذج الانتاجية لادارة المشتريات .

أ - صح

ب -خطا

3 -لا تعتمد ادارة المبيعات على المواصفات التي تقدمها ادارة المشتريات لها في عمليات البيع للسلع المنتجة .

أ - صح

ب -خطا

4 -تتمثل علاقة ادارة المشتريات بالادارة المالية في ما يخص تخصيص رواتب العاملين لديها فقط .

أ - صح

ب -خطا

## عرض الموضوع :-

### علاقة ادارة المشتريات بادارة الانتاج

- 1- تقوم ادارة الانتاج باخطار ادارة المشتريات مقدما عن جميع الخطط و البرامج الانتاجية التي ستتولى تنفيذها في المستقبل  
و تقوم ادارة المشتريات بتخطيط اعمالها و وضع البرامج السليمة لتوفير جميع مستلزمات الانتاج المطلوبة بالكمية و السعر و الوقت المناسب
- 2- تقوم ادارة الانتاج بتقديم المعلومات و البيانات الدقيقة الواضحة عن الاصناف التي تحتاجها في عملية الانتاج  
و تقوم ادارة المشتريات بشراء الاصناف المطلوبة فعلا ، فعدم دقة المعلومات يؤدي الى شراء اصناف غير مرغوب فيها من قبل الانتاج
- 3- تقوم ادارة الانتاج باخطار المشتريات مسبقا عن جميع التغيرات و التعديلات التي تطرأ على برامج و خطط الانتاج  
و تقوم ادارة المشتريات بتعديل خططها و برامجها وفقا لذلك
- 4- تقوم ادارة المشتريات بتبليغ الانتاج و الادارات الاخرى عن المواد و السلع البديلة او الجديدة  
و تقوم ادارة الانتاج بالاستفادة من هذه المواد في تجارب الانتاج في تحسين الانتاج
- 5- تتولى ادارة المشتريات توفير العينات و النماذج الانتاجية  
تقوم ادارة الانتاج بالاستفادة من هذه المواد
- 6- تقوم ادارة المشتريات بتبليغ ادارة الانتاج بجميع صفقات الشراء الى تعقدتها مع المجهزين  
تقوم ادارة الانتاج بمتابعة هذه الصفقات عن طريق الاطلاع على اوامر الشراء المستلمة من ادارة المشتريات
- 7- تقوم ادارة المشتريات بتبليغ ادارة الانتاج باستمرار عن التعديلات التي تحدث في عمليات الشراء و ظروف السوق  
و تقوم ادارة الانتاج باتخاذ التدابير اللازمة لمواجهة كافة احتمالات السوق
- 8- تقوم ادارة المشتريات بتقديم معلومات لادارة الانتاج عن طرق الانتاج الجديدة بحكم اتصالها بالمجهزين  
و تقوم ادارة الانتاج بالاطلاع على هذه الطرق و تطبيق ما امكن منها

9 -تقوم ادارة الانتاج باشتراكها مع ادارة المشتريات في تحديد مواصفات المواد  
الاولية التي تستخدم في الانتاج .

علاقة ادارة المشتريات بادارة المبيعات

- 1 -تقوم ادارة المبيعات باخطار المشتريات بكمية و نوعية المبيعات المتوقعة خلال  
الفترة القادمة  
و تقوم ادارة المشتريات بالاسترشاد بهذه المعلومات لتحديد كمية و نوعية  
المشتريات
- 2 -تقوم ادارة المشتريات بتقديم للمبيعات معلومات و بيانات مهمة في تخطيط و  
رسم السياسات البيعية ( و بالعكس )  
و تقوم ادارة المبيعات بالاستفادة من خبرة المشتريات لكونها قريبة من  
المجهزين و من ظروف المنافسة ( و بالعكس )
- 3 -تقوم ادارة المبيعات بتبادل المعلومات و البيانات بين المبيعات و المشتريات  
التي تساهم في انجاز عمليات ( المبادلة التجارية ) من خلال شراء السلع من  
عملاء المنشأة الذين تباع لهم
- 4 -تقوم ادارة المشتريات بتقديم معلومات مهمة لادارة المبيعات تتعلق بتكاليف  
الاصناف المطلوبة
- 5 -و تقوم ادارة المبيعات بالاسترشاد بتلك المعلومات في تقديم العطاءات و ابرام  
عقود البيع

## علاقة ادارة المشتريات بادارة المخازن

- 1 -تقوم ادراة المشتريات باحاطة ادارة المخازن علما بجميع صفقات الشراء التي تعاقدت عليها  
و تقوم ادارة المخازن بالاستعداد لتسلم الاصناف المتعاقد عليها
- 2 -تقوم ادارة المشتريات باخطار المخازن عن الحالات التي يتعذر فيها تنفيذ العقود خلال الوقت المحدد للمجهزين ، و عن التغيرات المحتملة في الكمية و النوعية او السعر  
و تقوم ادارة المخازن بالاستعداد لهذه المتغيرات و تهيئة الخطط الكفيلة لمعالجة هذه المتغيرات
- 3 -تقوم ادارة المخازن باخطار المشتريات عن الاصناف بطيئة الحركة و القابلة للتادم و التلف بمرور الزمن  
و تقوم ادارة المشتريات بمنع تكرار شرائها في المستقبل بهدف تخفيض راس المال المستمر في المخزون
- 4 -تقوم ادارة المخازن باخطار المشتريات المواد و السلع المستلمة بموجب نسخ من مستندات الاستلام  
و تقوم ادارة المشتريات بتسوية الحسابات مع المجهزين لتلك المواد و السلع المستلمة من قبل المخازن
- 5 -تقوم ادارة المخازن باخطار المشتريات بكشوفات دورية تبين الارصدة الموجودة من كل صنف و معدل دوران الاصناف المخزونة  
و تقوم ادارة المشتريات استنادا لهذه الكشف بتخطيط عمليات الشراء وفق اساسات علمية تساهم في منع الاختناقات و الفجوات في تدفق المواد على المنشأة
- 6 -تقوم ادارة المخازن باخطار المشتريات عن الاصناف التي تصل ارصدها الى نقطة اعادة الطلب  
و تقوم ادارة المشتريات باتخاذ الاجراءات اللازمة لاعادة طلب الاصناف من المجهزين في وقت ملائم منعا لنفاذ الاصناف



## العلاقة بين ادارة المشتريات و الادارة المالية

اهم المعلومات المتبادلة بين الادارتين هي :

- 1 -ادارة المشتريات ترسل من موازنة المشتريات الى الادارة المالية .
- 2 -تبادل المعلومات بين الادارتين في حال شراء معدات و اجهزة و مكائن ذات تكلفة مرتفعة امر ضروري .
- 3 -ترسل ادارة المشتريات نسخ من اوامر الشراء الى الادارة المالية لغرض توفير المال .
- 4 -تقوم الادارة المالية بتقديم معلومات الى ادارة المشتريات توضح فيها الموقف المالي للمنشأة .
- 5 -تعرض ادارة المشتريات على الادارة المالية بعض المعلومات المتعلقة بصفقات الشراء الكبيرة التي تؤثر في السيولة النقدية للمنشأة قبل عقد تلك الصفقات .
- 6 -تقوم ادارة المشتريات بارسال قوائم المجهزين الى الادارة المالية لتزديدها بعد التدقيق .
- 7 -احيانا تطلب ادارة المشتريات من الادارة المالية تعطيل دفع قوائم المجهزين لحين الانتهاء من فحص البضاعة .
- 8 -يتم تصميم بعض المستنداد و السجلات من قبل ادارة المشتريات بالتعاون مع الادارة المالية .
- 9 -يجب ان تحصل ادارة المشتريات على موافقة الادارة المالية على عملية الشراء قبل التعاقد على الشراء للتأكد من وجود المبالغ المخصصة لذلك ( الاعتمادات ) .

## العلاقة بين ادارة المشتريات و ادارة القوى العاملة :-

- 1 -تقوم ادارة المشتريات بارسال كشوفات تحدد فيها القوى العاملة المطلوبة لانجاز الاعمال الى ادارة القوى العاملة .
- 2 -تتولى ادارة المشتريات تحديد البرامج اللازمة لتدريب و تطوير القوى العاملة في المشتريات و ارسالها الى ادارة القوى العاملة .
- 3 -تقوم ادارة القوى العاملة باختيار العاملين في المشتريات في ضمن المواصفات التي تحددها ادارة المشتريات .
- 4 -تقوم ادارة القوى العاملة بانجاز معاملات تعين من يتم اختيارهم للعمل في المنشأة .
- 5 -يقوم مدير المشتريات بارسال استمارات تقييم اداء العاملين في المشتريات لادارة القوى العاملة .
- 6 -تقوم ادارة القوى العاملة باصدار جميع الاوامر المتعلقة بالترفيه و المكافأة و العقوبات و الاجازات الخاصة بالعاملين في المشتريات .
- 7 -تحتفظ ادارة القوى العاملة بالملفات الشخصية الخاصة بالافراد العاملين في المشتريات .

## علاقة ادارة المشتريات بالادارة العليا :-

- 1 -تقوم الادارة العليا بتحديد الاهداف التي يتعين على ادارة المشتريات تحقيقها .
- 2 -ادارة المشتريات تستفاد من المعلومات و البيانات المرسله من الادارة العليا في تخطيط الاعمال .
- 3 -تقوم الادارة العليا بتقييم كفاءة ادارة المشتريات في تحقيق الاهداف المسؤولة عنها .
- 4 -تقوم ادارة المشتريات باخطار الادارة العليا عن جميع الفعاليات و الانشطة التي تقوم بها.
- 5 -تقوم الادارة العليا بالمصادقة على عقود الشراء الكبيرة التي تبرمها ادارة المشتريات مع المجهزين .
- 6 -على ادارة المشتريات استحصال موافقة الادارة العليا على قيامها بالاعمال المكلفة بها .
- 7 -يعتبر مدير المشتريات احد اعضاء الادارة العليا و يشارك في تحديد الاهداف التي تسعى لها المنشأة و في رسم السياسات في المنشأة .

مفاتيح الاجابات :

الاختبار القبلي		الاختبار الذاتي		الاختبار البعدي	
رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة	رقم السؤال	الاجابة الصحيحة	الاجابة الصحيحة
1	أ				
2	ب				
3	ب				
4	ب				

المصادر :

– غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

الاسبوع :- ( 11 – 12 – 13 – 14 )

الموضوع :- استراتيجيات الشراء .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يحدد انواع استراتيجيات الشراء .
- يوضح مفهوم كل استراتيجية .
- يحدد الاسباب الداعية لتبني كل استراتيجية .
- يحدد مزايا كل استراتيجية .
- يحدد عيوب كل استراتيجية .

عرض الموضوع :

استراتيجيات الشراء

التعريف : عبارة عن مجموعة الخطط المطورة لتوفير المواد التي تحتاجها المنظمة للفترة المقبلة بالجودة ، و الكمية، السعر و الوقت المناسب ، و التي يتنبأ فيها واضعوها بمجموعة متغيرات متوقعة ، و طريقة التعامل مع تلك المتغيرات التي تتهدي بها المنظمة لاتخاذ قرار الشراء .

العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمستهلك :

- 1 -العوامل الثقافية و الاجتماعية و الشخصية .
- 2 -العوامل الاقتصادية .
- 3 -العوامل السياسية .
- 4 -العوامل القانونية .

انواع استراتيجيات الشراء :

اولا : استراتيجية الشراء حسب الحاجة ( بالكمية الدنيا ):-

بموجبها تقوم الادارة بتوفير الحد الادنى من المواد التي تكفي لاستمرار عمل المنظمة دون توقف او تأخير و دون النظر الى الظروف الطارئة التي قد تضطر المنظمة للحصول على مواد اضافية او بديلة ، و هنا لاتهتم المنظمة بتوفير مخزون احتياطي و لا تعتمد أي خزن مواد غير مطلوبة لاستخدام الحالي .

الاسباب الداعية لتبني هذه الاستراتيجية :

- 1 -الركود الاقتصادي .
- 2 -التضخم الاقتصادي .
- 3 -نقص السيولة .
- 4 -تذبذب حالة المادة في السوق و عدم ثباتها .

المزايا :

- 1 -تجنب مخاطر تقلبات الاسعر .
- 2 -تجنب مخاطر التقادم .
- 3 -توفير نفقات التخزين .
- 4 -تجنب تجميد جزء من رأسمال المنشأة كخزين .

العيوب :

- 1 -تأخر الانتاج نتيجة نقص بعض المواد .
- 2 -انخفاض نسبة الخصم على كمية المواد .
- 3 -احتمال ارتفاع الاسعار .
- 4 -قد يحصل خلل في جودة المواد و ضعف عمليات الفحص و التدقيق .

ثانيا : استراتيجية الشراء للتخزين او مقدما :-

شراء المواد اللازمة للانتاج بكميات كبيرة و اقتصادية لتغطية الاحتياجات المستقبلية و يتوقف ذلك على مدى دقة التنبؤ بانواع المواد المطلوبة و كمياتها و اسعارها .

الاسباب الداعية لتبني هذه الاستراتيجية :

- 1 -توفر السيولة النقدية لدى المنظمة .
- 2 -زيادة العرض على تلك المواد و عدم استقرار اسعارها .
- 3 -فترات الانتعاش الاقتصادي و توفر المواد بكثرة .
- 4 -عند ثبات حالة المادة و عدم الخوف من تغيير مواصفاتها .
- 5 -عند عرض صفقات خاصة ذات مواصفات عالية الجودة و لمدى محددة .
- 6 -عند انخفاض نفقات التخزين لدى المنظمة .

المزايا :

- 1 -الحد من خطر نفاذ المخزون .
- 2 -الحصول على خصم الكمية .
- 3 -تخفيض تكاليف النقل .
- 4 -ثبات التكاليف في الفترة المقبلة .

العيوب :

- 1 -خطر التقادم و الخسارة نتيجة التخزين لفترة طويلة .
- 2 -تجميد نسبة معينة من راس المال في المخزون .
- 3 -زيادة التكاليف الناتجة عن تلف المخزون و حمايتية .

ثالثا : استراتيجية الشراء لغرض المضاربة :-

شراء المواد بكميات كبيرة تفوق احتياجات المنشأة بهدف تحقيق الربح عند ارتفاع سعر المواد ، فالمواد لا تستخدم فقط في العملية الانتاجية و انما يتم اعادة بيع جزء منها عند ارتفاع الاسعر و تحقيق الربح .

وهي تتشابه مع استراتيجية الشراء للتخزين من حيث اعتمادها على حركة الاسعر في المستقبل لانها تختلف عنها من حيث الهدف . فهي تهدف الى تحقيق الربح اذا كان

هناك توقع لارتفاع الاسعار في حين الاستراتيجية السابقة تهدف الى منع حدوث خسارة نتيجة ارتفاع الاسعار .

الاسباب الداعية الى تبني هذه الاستراتيجية :-

- 1 -عندما يزداد العرض على مواد معينة في السوق .
- 2 -توفر السيولة و امكانية المخاطرة بها .
- 3 -انخفاض اسعار مواد معينة و عدم استقرارها .
- 4 -عندما ترغب المنظمة بالاستثمار عن طريق المخزون .
- 5 -عند انخفاض نفقات التخزين .

المزايا :

- 1 -الحصول على ربح عند اعادة بيع المواد .
- 2 -الحصول على خصم الكمية .
- 3 -ضمان عدم نفاذ المخزون .

العيوب :

- 1 -تجميد راسمال في المخزون .
- 2 -مخاطر التلف و التقادم .
- 3 -انخفاض اسعار المواد عكس التوقعات .
- 4 -حدوث تعديل على تلك المواد او ظهور بديل لها .

رابعا : استراتيجية التبادل ( المبادلة ) :-

الاتفاق مع المورد على ان يعطي كل احتياجات المنشأة من المواد و المستلزمات ، مقابل ذلك يأخذ منتجاتها بشكل كلي او جزئي .

الاسباب الداعية لتبني هذه الاستراتيجية :

- 1 -الركود الاقتصادي و عدم قدرة المنشأة على تسويق منتجاتها .
- 2 -عدم توفر السيولة لدى المنشأة لشراء المواد .
- 3 -عدم توفر السيولة لدى الموردين ( المشترين ) لدفع اثمان السلع التي يشترونها .
- 4 -ارتفاع انتاج المنشأة و قلة الطلب على منتجاتها .
- 5 -الندرة النسبية للمواد الاولية و صعوبة توفر الاحتياجات من المواد .

المزايا :

- 1 -الحماية من تقلبات السوق و تغير الاسعار او ندرة المواد .
- 2 -توفير احتياجات المنشأة دون الحاجة الى الدفع نقدا .
- 3 -ايجاد اسواق لتصريف و تسويق منتجات المنشأة .
- 4 -توفير تكاليف الشراء و الترويج لسلع المنشأة .

العيوب :

- 1 -فقدان الحرية في التغيير بسبب التزامها مع الموردين .
- 2 -صعوبة الحصول على جودة عالية في حالة عدم توفر الجودة المطلوبة عند المورد .
- 3 -صعوبة الاختيار للعرض الافضل .

خامسا :- استراتيجية المقارنة :-

تتضمن المفاضلة بين قرارين هما ، شراء المواد من الموردين او تصنيع الاحتياجات من المواد داخل المنظمة و تتخذ القرار النهائي بالشراء او التصنيع بعد حساب الجدوى الاقتصادية لكل اختيار .



الاسباب الداعية الى تبني هذه الاستراتيجية :

- 1 -اذا كانت الجدوى الاقتصادية لقرار الصنع تحقق وفورات اكثر من الشراء .
- 2 -اذا كانت مواصفات المادة الفنية معقدة لدرجة يمتنع عن صنعها الموردين .
- 3 -اذا كانت خصائص المادة حساسة و يخشى عدم قدرة الموردين على تصنيعها .
- 4 -سرية المادة و عدم الرغبة في اطلاق الموردين عليها .
- 5 -اذا كانت المادة ثانوية و ليس لها وزن حركي بالسوق .

المزايا :

- 1 -توفير الربح الذي كان سيحصل عليه المورد .
- 2 -تحقيق و وفورات في النقل و الشحن .
- 3 -تقليل مخاطر توقف العملية الانتاجية .
- 4 -يمكن المنظمة من تصنيع المواد بالمواصفات التي ترغبها و اجراء التعديلات عليها كيف تشاء .

العيوب :

- 1 -الحاجة الى تكاليف عالية و خبرات عملية .
- 2 -صعوبة الرجوع عن هذه الاستراتيجية اذا تبين عدم جدواها بسبب التكاليف العالية التي دفعت سابقا .
- 3 -قد لا تستطيع المنظمة التصنيع بنفس الجودة الموجودة في السوق .

**المصادر :**

- هيثم الزغبى و محمد العدوان و علي المشاقبة / ادارة المواد /  
2008 طبعة اولى صفحة 105

## الاسبوع :- ( 15 – 16 )

### الموضوع :- مصادر التوريد ( الشراء )

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- تحديد مصادر الشراء الداخلية و الخارجية .
- يوضح اهمية الاختيار المناسب .
- يوضح مراحل اختيار مصادر الشراء المناسبة .
- يرسم مخطط يوضح مراحل اختيار مصادر الشراء المناسبة .
- يعدد العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الشراء .
- يحدد المقاييس التي على اساسها يمكن تقييم مصادر الشراء .
- يعدد مواصفات مصادر الشراء المثلى .
- يقوم بالمفاضلة بين الشراء من مصدر واحد او من عدة مصادر .
- يعدد المصادر التي تعتمد لجمع المعلومات عن مصادر الشراء .

### عرض الموضوع :

اختيار مصادر الشراء المناسبة :-

- مصادر الشراء الداخلية ، من داخل المحافظة ، او داخل القطر .
- مصادر الشراء الخارجية ، من خارج المحافظة ، او خارج القطر و يتغير هذا المفهوم من منشأة الى اخرى .

اهمية الاختيار المناسب ، او الفوائد التي يقدمها المصدر المناسب :-

أ. فيما يخص الجودة

- 1 -المساعدة في توصيف الحاجة .
- 2 -يسعى الى تطوير منتجاته في السوق .
- 3 -يركز على الرقابة على جودة المنتجات .
- 4 -يلبي طلبات العميل ذات المواصفات الخاصة .
- 5 -يكون على استعداد لاستبدال المشتريات غير المطابقة للمواصفات .

ب. فيما يخص الكمية

1 -تلبية الاحتياجات الطارئة .

2 -إعادة المشتريات الزائدة .

3 -توريد الكمية المناسبة .

ج. فيما يخص الوقت : تلبية الاحتياجات في الوقت المناسب .

د. فيما يخص الكلفة : يسعى الى تخفيض كلفة المشتريات من خلال منحة اسعار اقل من المصادر الاخرى عن طريق الخصومات و تحسين شروط الدفع .

مراحل اختيار مصادر الشراء المناسبة :

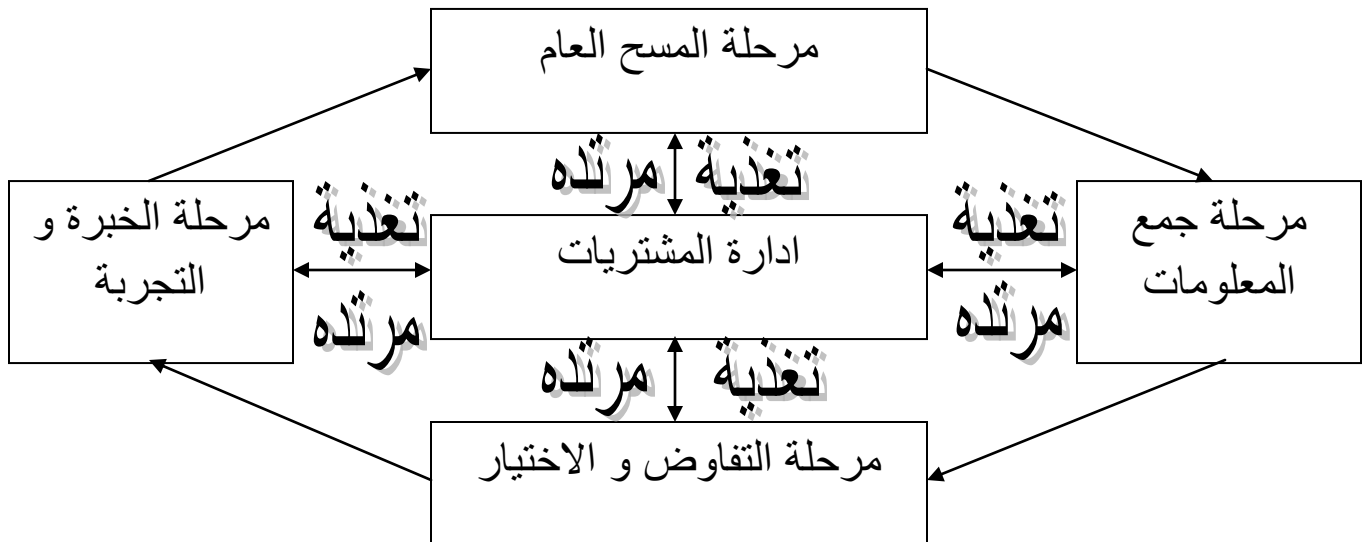
1 -مرحلة المسح العام لكل المصادر الممكن الحصول منها على المواد المراد شراؤها .

2 -مرحلة جمع المعلومات و البيانات .

3 -مرحلة التفاوض مع مصادر الشراء المرتقبة و اختيار المصدر الامثل او الاكثر ملائمة .

4 -مرحلة التجربة و الخبرة في التعامل مع مصدر الشراء المناسب .

• ان هذه المراحل متداخلة و بشكل ديناميكي ، و كما في الشكل ادناه :



العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الشراء :-

1 -العوامل التي تتعلق بالسلعة :-

- أ. طبيعة السلعة ( نمطية ام غير نمطية )
  - ب. عدد مرات الشراء ( بكميات كبيره و فترات متباعدة ، بكميات قليلة )
  - ج. اوقات الشراء ( و علاقة بجدول الانتاج ) و فترات متقاربة .
  - د. حجم الكميه المتوقع شراؤها كل مرة ( كبير ، او صغير ) .
  - هـ. عدد و نوعية مصادر الشراء . ( مصدر واحد او عدة مصادر )
- 2 -العوامل المتعلقة بمصادر الشراء (المقارنة بين مزايا و عيوب كل مصدر واختيار الافضل)

تقييم مصادر الشراء :-

1 -المقاييس النوعية :

- أ. استعمال التكنولوجيا الحديثة من قبل المصدر .
- ب. موقع مصادر الشراء .
- ج. القابلية المالية .
- د. العلاقات الانسانية .
- هـ. الخدمات .

2 -المقاييس الكمية :-

- أ. وقت التسليم 25%
- ب. النوعية 50%
- ج. السعر 25%

مواصفات مصادر الشراء المثلى :-

- 1 -مدى تطور السياسات و التنظيم و البحوث .
- 2 -الامانة و العدالة مع المنشأة المشتريه و مع العاملين فيها .
- 3 -ينظر لمصلحته و كأنها وحدة متكونة من مصالح المنشأة .
- 4 -ان يكون ذا سمعة مالية ممتازة تجعله يفي بالتزاماته .
- 5 -يملك طاقة انتاجية كافية ، و يتبع الطرق الحديثة في التصنيع .
- 6 -يوفر لمنتسبيه ظروف عمل مناسبة .
- 7 -يتبع سياسات شراء مثلى .

س : متى يتم الشراء من مصدر واحد او من عدة مصادر ؟

المفاضله بين الشراء من مصدر واحد او من عدة مصادر

- يفضل الشراء من مصدر واحد للأسباب التالية :
- 1 -خصم الكمية .
- 2 -صغر حجم الكمية المطلوبة .
- 3 -يمكن تخفيض كلفة النقل للمواد المطلوبة .
- 4 -يمكن تمتين العلاقة مع مصدر الشراء و كسب ثقته باعتباره المصدر الوحيد لهذا الصنف او ذاك .
- 5 -من المحتمل ان يكون هو المصدر الوحيد و المعتمد الذي يمكن التعامل معه بالشروط المطلوبة .
- 6 -قد يعطي مصدر الشراء تسهيلات مالية في الدفع .
- 7 -عند الشراء من مصدر واحد تكون الاجراءات الخاصه بالتسليم و الدفع بسيطة و غير معقدة .
- 8 -من المحتمل الا يكون هناك توافق في الجودة لو تم شراء الصنف من عدة مصادر .
- 9 -قد تتطلب العملية الانتاجية لسلعة معينة قيام مصدر الشراء بشراء الات و معدات راسمالية ذات طبيعة معينة .

- يفضل الشراء من عدة مصادر للأسباب التالية :
  - 1 -لكي لا تقع المنشأة المشتريّة تحت ضغط و تأثير مصدر واحد في الظروف الصعبة .
  - 2 -الشراء من عدة مصادر يحقق المنافسة فيها .
  - 3 -الشراء من عدة مصادر يؤمن مرونة أكثر لإدارة المشتريات .
  - 4 -يتعذر تلبية طلبات المنشأة في حالة الاضرابات او ظروف اخرى .
  - 5 -عند الحاجة الفجائية .
  - 6 -في حالة وجود عدة مصانع للمنشأة فهي تتعامل مع عدة مصادر محلية لتخفيض تكاليف النقل .
  - 7 -تأمن للمنشأة خبرة أكثر في السوق و خاصة عند ارتفاع او انخفاض الاسعار للمواد المتعامل بها .

س: ماهي المصادر التي تعتمد لجمع المعلومات عن مصادر الشراء ؟

- مصادر المعلومات عن مصادر الشراء :
  - 1 -الادلة الصادرة عن مصدر الشراء .
  - 2 -الادلة التجارية .
  - 3 -مجلات و صحف الاعمال .
  - 4 -المعارض المحلية و الاجنبية .
  - 5 -وسائل الاعلام .
  - 6 -التعامل السابق ( الخبرة المكتسبة لإدارة المشتريات في المنشأة ) .
  - 7 -مندوبو مصادر الشراء ( رجال البيع )
  - 8 -مندوبو المنشأة المشتريّة .
  - 9 -المصادر الاخرى .
- القائمة السوداء و اهميتها في تحديد مصادر الشراء :-  
وهي عبارة عن رسالة يذكر فيها اسماء و جنسيات الشركات و فروعها و التي يثبت تعاملها مع اسرائيل ، لمنع التعامل معها .

- تنمية العلاقة مع مصادر الشراء :-
  - 1 -الصراحة و الوضوح الكاملين بين الطرفين .
  - 2 -الفهم المتبادل للضروف و المشاكل الخاصة بأنتاج الجزء او استعماله .
  - 3 -الثقة التامة و المتبادلة بوسائل و اقوال كل من الطرفين .
  - 4 -تبادل رعاية المصالح لكلا الطرفين .
  - 5 -الاهتمام بالمشكله المشتركة .
  - 6 -التعاون الكامل بين الطرفين .
  - 7 -الاستمرار في تحسين مواصفات و نوعيات و شروط الشراء لصالح الطرفين .
  - 8 -الاتصال و التعاون بين الطرفين باستمرار .

### المصادر :

– غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

الاسبوع :- ( 17 – 18 )

الموضوع : تحديد الحجم الاقتصادي لطلبات الشراء .

ملاحظة : تم مناقشة مفردات هذا الموضوع ضمن مناقشة  
مفردات الاسبوع ( 9 – 10 )



## الاسبوع :- ( 19 )

### الموضوع :- تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح مفهوم تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين .
- يوضح اهداف تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين .
- يوضح اجراءات تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين .

### عرض الموضوع :

تقويم اداء وظيفتي الشراء و التخزين :-

المفهوم : يشير مفهوم تقويم اداء ادارة المشتريات و التخزين الى قياس النتائج المتحققة من الاعمال المختلفة المناطة بإدارة المشتريات او المخازن ، و مقارنتها بالاهداف المحددة لها ، باستخدام معايير و معدلات و نماذج معينة .

الاهداف :

- 1 -تساعد في التأكد من مدى كفاءة سياسات الاختبار المتبعة من قبل المنشأة في انتقاء الافراد للعمل في ادارة المشتريات و المخازن .
- 2 -تساهم برامج تقويم الاداء في تقدير الاحتياجات التدريبية .
- 3 -تدفع العاملين للالتزام بتعليمات و قواعد و سياسات و اجراءات العمل في ادارة المشتريات و المخازن .
- 4 -تكشف عن مدى كفاءة الادارة في توظيف القدرات و المهارات و الكفاءة المتاحة لها .
- 5 -تساهم في تخفيض معدل دوران العمل في ادارة المشتريات و المخازن .
- 6 -يعتبر تقويم الاداء احد الاساليب العلمية التي يمكن ان تستخدم في تنمية شعور الافراد العاملين في الادارة بالانتماء للمنشأة .
- 7 -يساعد في تطوير عمليات التخطيط و التنفيذ و الرقابة في الادارة .
- 8 -يعتبر تطوير الاداء احد الاهداف التي تسعى اليها جميع منشأة الاعمال من خلال تقويم اداء الادارة .

- 9- يساهم في الكشف عن مدى ضرورة اعدة النظر في الهيكل التنظيمي للمنشأة , او في هيكل الصلاحيات و المسؤوليات بين الادارات المختلفة .
- 10- يساعد في زيادة درجات التكامل و التنسيق بين الادارات في المنشأة الكبيرة .
- 11- تساعد الادارة العليا في التعرف على المشكلات و المعوقات التي تواجه المشتريات في تخفيف الاهداف التي تسعى لها .
- 12- يوفر معلومات و بيانات مهمة للقيادات الادارية في المنشأة للاسترشاد بها في اتخاذ القرارات التي تتناول جميع الانشطة .

الاجراءات :-

مراحل عمليات تقويم اداء المشتريات و المخازن :-

- 1- تحديد الاهداف التي تسعى الادارة لتحقيقها من خلال تقويم اداء ادارة المشتريات و المخازن .
- 2- تحديد نطاق و مدى عملية تقويم الاداء في ادارة المشتريات و المخازن في ضوء المحددات و ظروف العمل . و يعتمد نطاق عمليات تقويم الاداء على عاملين هما :-
  - أ. الوقت المحدد لانجاز عملية تقويم الاداء .
  - ب. الامكانيات المالية المحددة لانجاز عملية تقويم الاداء .
- 3- تحديد الاشخاص الذين تناط بهم مسؤولية القيام بعملية تقويم الاداء .
- 4- تحديد الجهات التي ترفع لها التقارير التي تبين الاستنتاجات و التوصيات التي يتوصل اليها القائمون بعملية تقويم الاداء .
- 5- وضع تعليمات واضحة في حالة تكليف افراد من خارج المنشأة تتناول الاجراءات الواجب اتباعها للقيام بالعمل المكلفين به .
- 6- تحديد العناصر التي تؤخذ بنظر الاعتبار في عملية تقويم الاداء .
- 7- تحديد الطريقة التي تتبع في تقسيم عناصر التقويم التي تؤخذ بنظر الاعتبار في عملية تقويم الاداء .

- 8- تحديد اهمية كل عنصر من العناصر المستخدمة في تقويم الاداء .
- 9- دراسة النتائج و التوصيات التي يتم التوصل اليها بعد انجاز عملية تقويم الاداء .
- 10- اتخاذ الاجراءات الضرورية في ضوء الاستنتاجات و التوصيات و متابعة النتائج التي تتحقق بعد اتخاذ تلك الاجراءات .

### المصادر :

– غانم فنجان و محمد عبد حسين / ادارة المشتريات / 2008 م

## الاسبوع :- ( 20 )

### الموضوع :- التخزين .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح مفهوم التخزين - المخزن - الخزين - ادارة المخازن .
- يوضح اهداف التخزين .
- يوضح اهمية التخزين المالية و الانتاجية .

### عرض الموضوع :

التخزين : عملية الاحتفاظ بالمواد و السلع داخل المخزن لحين الحاجة اليها .

المخزن : هو المكان الخاص باستلام و حفظ المواد و السلع الواردة الى المنشأة و العمل على تداولها و صرفها و الاحتفاظ بها .

الخزين : هو مجموعة المواد و السلع الداخلة الى المخازن من مواد اولية ، تامة الصنع ، نصف مصنع ، اجزاء تكميلية ، ادوات احتياطيه ، مواد تعبئه و تغليف ، التالف و مخلفات الانتاج .

ادارة المخازن : هي الوظيفة التي تقوم على اساس تخطيط و تنظيم جميع الانشطة التي تستهدف تدفق المواد و السلع بالكميات و النواعيات المطلوبة و كذلك استلام و فحص المواد و السلع الواردة للمنشأة و تخزين في اماكن ملائمة لحمايتها من الضياع او السرقة او التسوية لغاية صرفها للجهات التي تطلبها في داخل او خارج المنشأة .

## الاهداف :

- 1 -يقوم التخزين بتوفير المواد الاولية و الادوات الاحتياطية للمنشأة الانتاجية لغرض مواجهة الطلب على منتجات المنشأة .
  - 2 -تقوم المنشأة بتخزين المواد لغرض الحماية من زيادة الاسعار .
  - 3 -تقوم بعض المنشآت بتخزين المواد من اجل عملية المضاربة بالاسعار .
  - 4 -تقوم المنشأة بالتخزين بهدف تحقيق الاستخدام الاقتصادي لجميع الامكانات المادية و البشرية المتاحة لها .
  - 5 -اكتساب بعض المواد صفات مرغوبة نتيجة لعملية التخزين .
  - 6 -تلجأ المنشأة الى التخزين من اجل التغلب على الظروف الطارئة التي قد تحدث ن خاصة عندما تكون المادة مستوردة .
- الاهمية : للتخزين اهمية كبيره من الناحيتين المالية و الانتاجية كما يلي :

### أ. اهمية التخزين المالية

س : ماهي الكمية الاقتصادية التي تقوم المنشأة باعتمادها ؟ ( كبيرة ام صغيرة )

ب. اهمية التخزين الانتاجية

1. التخزين لغرض الحماية من توقف الانتاج .
2. التخزين الانتاجي .

### أ - اهمية التخزين المالية :

1 -حالة زيادة كمية الخزين عن الحد الاعلى يؤدي :

- تجميد رأسمال المنشأة في قيمة الخزين .
- تعرض الخزين للمخاطر .

- زيادة استغلال رأسمال المنشأة في مباني المخازن و المنشآت .

2 -حالة خفض الخزين الى دون الحد الادنى : - قد يؤدي الى تعرض بشاط  
النشأة الى الشلل الذي يؤدي بدوره الى الخسارة .

## ب- أهمية التخزين الانتاجية :

- 1 - توفير قدر ملائم من الخزين لضمان توفير المواد في المكان و الزمان المناسبين .
- 2 - التعرف على المواصفات التي يجب توفرها في المواد المطلوبة .
- 3 - يتطلب تسهيل الانتاج احيانا تسليم المواد بعبوات معينة .
- 4 - هناك عمليات تحضيرية تقترن بتجهيز بعض المواد الى الانتاج .
- 5 - العناية بنقل المواد و تعبأتها يزيد من انتاجية الماده .
- 6 - عدم التخزين الجيد للمواد التالفة او الفائضة او المخالفة للمواصفات او مخلفات الانتاج يؤدي الى خسارة قيمتها .

## المصادر :

– غانم فنجان موسى و رعد رزوق اصطيافان / ادارة المخازن / طبعة ثانية  
1999 صفحة 1 - 7

## الاسبوع :- ( 21 )

### الموضوع :- التبعية التنظيمية لادارة المخازن .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح العوامل التي تحدد حجم و نوعية الهيكل التنظيمي المخزني للمنشأة .
- يعدد الاراء التي تدعو الى تبعية ادارة المخازن للادارات الاخرى .
- يوضح مفهوم كل رأيي .
- يوضح اهم الاسباب الداعية لكل رأيي .
- يرسم مخطط يوضح تبعية ادارة المخازن الى الادارة الاخرى حسب كل رأيي .

### عرض الموضوع :

#### تنظيم ادارة المخازن

يعتبر التنظيم من وظائف المدير ، فالتنظيم المخزني هو بالتالي يعتبر من وظائف مدير المخازن و تحديد مسؤوليات و صلاحيات كل فرد في تنظيم ادارة المخازن ، و بتأثير التنظيم لادارة المخازن بعدة عوامل .

العوامل التي تحدد حجم و نوعية الهيكل التنظيمي المخزني :

- 1 -حجم المنشأة : كلما كبر الحجم -----> كبر الهيكل التنظيمي
- 2 -طبيعة المواد المخزنية : كلما زادت وتنوعه -----> كبر الهيكل التنظيمي و تنوع
- 3 -اعداد المواد المخزونة و حركتها : كلما زادت الاعداد -----> كبر الهيكل التنظيمي
- 4 -اتباع نظام المركزية و اللامركزية في التخزين :  
في اللامركزية تزداد اعداد المخازن مع الاقلال من التقسيم الداخلي للاعمال داخل المخزن الواحد .  
اما في المركزية فأن التقسيم الداخلي يزداد و تقل اعداد المخازن ، أي بالعكس .

- 5- كفاءة العاملين : كلما توفرت ايدي عاملة فنية و مدربة كلما قل او صغر حجم الهيكل التنظيمي و ذلك لقلّة حاجتنا للعمال ، و العكس صحيح .
- 6 -المركز المالي : اذا كان المركز المالي للمنشأة ضعيف تجبر المنشأة على اتباع تنظيم صغير للاقتصاد بالنفقات .
- و اذا كان قوي يكون للمنشأة حرية اتباع تنظيم كبير او صغير .

التبعية التنظيمية لادارة المخازن و تنظيمها الداخلي :-

هناك عدة اراء حول تبعية ادارة المخازن للادارات الاخرى في المشروع

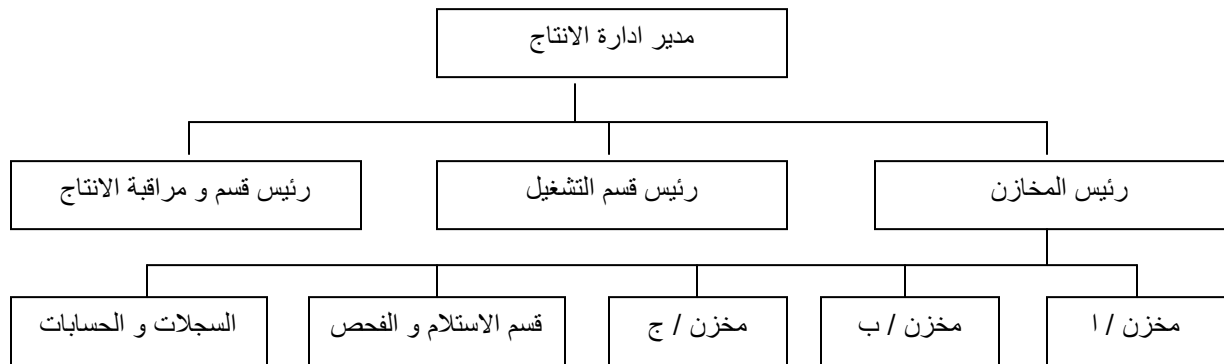
الرأي الاول : ( تبعية ادارة المخازن الى ادارة الانتاج )

مؤيدي هذا الرأي ينطلقون من كون وظيفة الانتاج في المنشآت الصناعية تقوم بالاساس على استخدام المواد المختلفة الموجودة في المخازن و خزن المنتج التام و مخلفات الانتاج في المخازن ، لذى نرى ان المخازن عادتاً تكون قرب الوحدات الانتاجية

و اهم الاسباب الداعية الى هذا الرأي هي :

- 1 -ان الكثير من المواد بحاجة الى معدات مناولة خاصة تكون لدى الانتاج كي يتم استعمالها في المخازن .
- 2 -ضرورة الربط بين سياستي التخزين و الانتاج داخل المنشأة .
- 3 -هذا الاسلوب يساعد على تحقيق الرقابة على كميات الخزين من كل صنف .
- 4 -توفر المهارات في ادارة النتاج تسهل عملية الاشراف على المخازن بأعتبار النشاط المخزني جزءا مكملًا للنشاط الانتاجي .





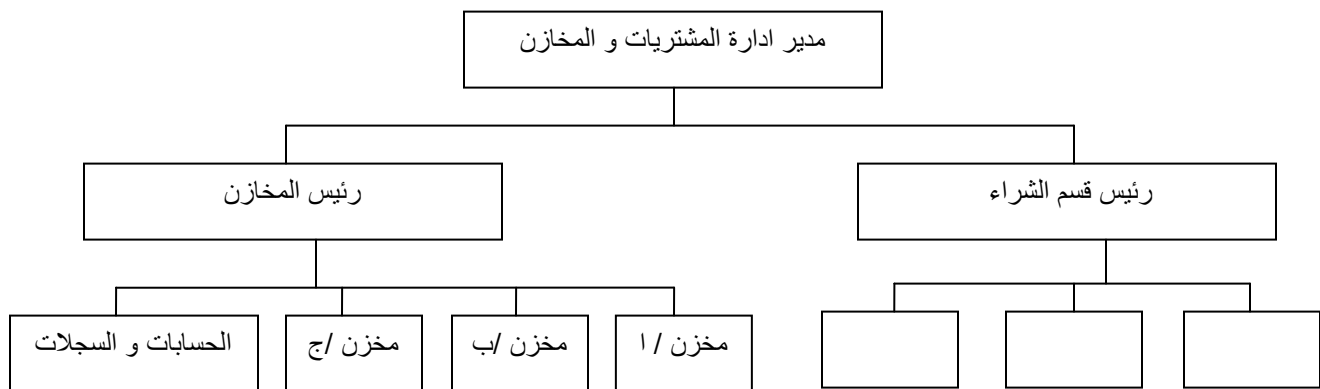
مخطط توضيحي يبين تبعية ادارة المخازن الى ادارة الانتاج

الرأي الثاني : ( تبعية ادارة المخازن الى ادارة المشتريات )

مؤدي هذا الرأي ينطلقون في تبنيهم هذا لسببين :

1 -كون نشاط المخازن و نشاط الشراء هو نشاط واحد يصب في النشاط التمويني ، وبهذا ستكون ادارة المشتريات مسؤولة عن توفير المواد الى حين صرفها من المخازن .

2 -ان مدير الانتاج عادة يهتم بالنواحي الفنية و ليس لديه الوقت الكافي للاشراف على المخازن

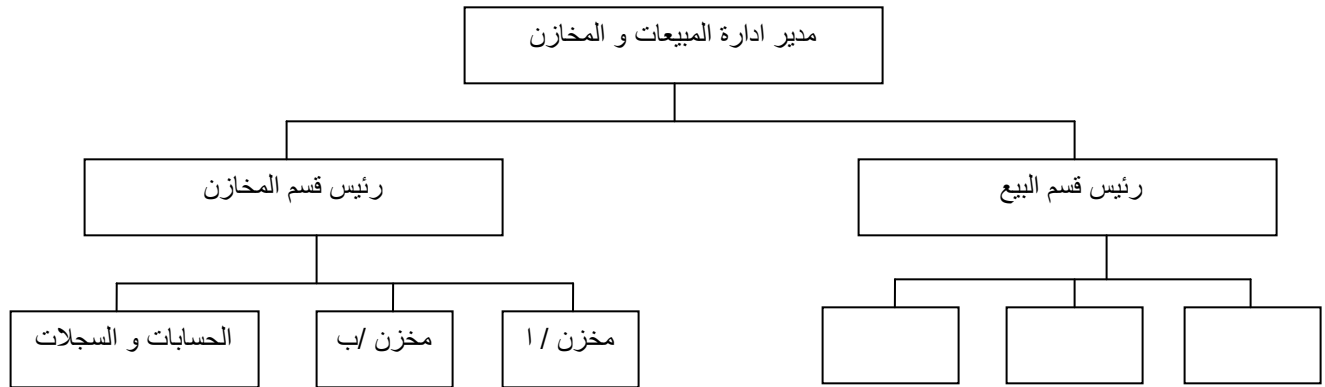


مخطط توضيحي يبين تبعية ادارة المخازن الى ادارة المشتريات و المخازن نتيجة الدمج

الرأي الثالث : ( تبعية ادارة المخازن الى ادارة المبيعات )

مؤيدي هذا الرأي يتبنون اعتقادهم باعتبار ادارة المبيعات تلبي حاجات المستهلكين لذا فمن الافضل ان تقوم ادارة المبيعات بالسيطرة على المخازن .

و النقد الموجه الى هذا الرأي : هو ان هذه المواد اتت بالاساس اما عن طريق الانتاج او عن طريق الشراء .

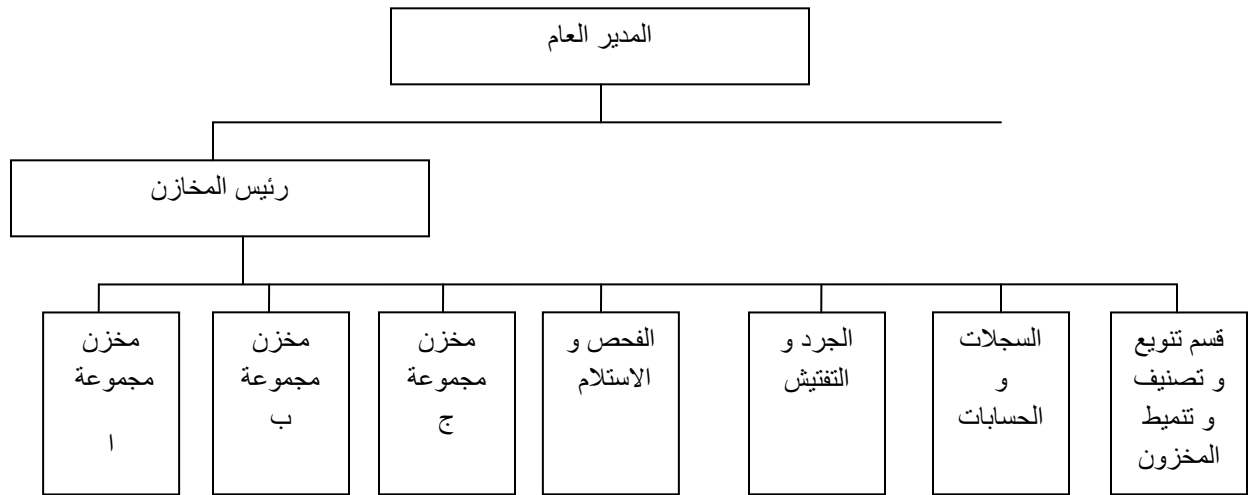


مخطط توضيحي يبين تبعية ادارة المخازن الى ادارة المبيعات

#### الرأي الرابع : ( استقلال ادارة المخازن )

مؤيدو هذا الرأي يؤيدونه في المنشآت الكبيرة و التي يلعب الخزين دور مهم في حياتها ، ولهذا نرى ادارة المخازن مستقلة عن باقي الادارات الاخرى و ترتبط مباشرة بالمدير العام او احد معاونيه .

وعلى العموم يجب على المنشأة ان تدرس كل التفاصيل حتى نصل الى قرار تحديد تبعية ادارة المخازن ام استقلالها .



مخطط توضيحي يبين تبعية ادارة المخازن الى المدير العام ، أي استقلال ادارة المخازن

#### المصادر :

– غانم فنجان موسى و رعد رزوق اصطيافان / ادارة المخازن / طبعة ثانية  
1999 صفحة 24 - 32

## الاسبوع :- ( 22 )

### الموضوع :- المركزية و اللامركزية في التخزين .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يعرف المركزية و اللامركزية في التخزين .
- يوضح الدمج بين النظامين .
- يعدد مزايا النظامين .
- يعدد عيوب النظامين .
- يوضح العوامل التي تؤخذ بنظر الاعتبار عند تحديد اسلو التخزين .
- يبين ماهية اسس اللامركزية المخزنية .

### عرض الموضوع :

المركزية و اللامركزية في التخزين :

و نعني بالمركزية هي تجميع الفعاليات المتشابهة او المتقاربة او المتكاملة في وحدة تنظيمية واحدة بحيث لا تمارسها وحدة تنظيمية اخرى . اما اللامركزية فتعني الانقسامات في الوحدات التنظيمية التي يتبعها تكوين اكثر من وحدة تنظيمية تقوم بمسؤوليات متشابهة او متماثلة و تتبع نفس اساليب العمل .

مزايا المركزية في التخزين ( عيوب اللامركزية )

- 1 -ان قرب المخازن من بعضها يؤدي الى سرعة و سهولة اكتشاف الاصناف المتكررة في كل منها ، و الاصناف الراكدة و الكميات الزائدة عن الحاجة و الناقصة .
- 2 -الاستغلال الامثل للمساحات المخزنية و معدات المناولة .
- 3 -سهولة حصر المواد التالفة و المتقادمة في مكان واحد لتسهيل عملية تخزينها .
- 4 -تخفيض تكاليف الخزن في الخدمات المقدمة كأجور الكهرباء و الماء و الحراسة و التكييف و النقل الداخلي .
- 5 -يمكن الشراء بكميات كبيرة و يكون التسليم في مكان واحد مركزي مما يقلل من تكاليف النقل .

6 تكون هناك فاعلية اكبر و تكلفة اقل نسبيا عند القيام بعملية فحص و استلام المواد الواردة .

7 يقوم نظام المركزي بمهمة تأمين انتظام تدفق المواد على المخازن الفرعية و حفظ مخزون احتياطي اجباري لضمان هذه السيولة .

8 سهولة و دقة عملية تخطيط و رقابة الخزين عن طريق امكان اجراء عمليات الجرد دفعة واحدة ، بالاضافة الى سهولة متابعة تقارير المخازن .

9 يستطيع العاملون في المخازن المركزية زيادة خبرتهم و معلوماتهم بالمواد المخزونة .

عيوب المركزية في التخزين ( مزايا اللامركزية )

1 في حالة حصول حرائق او كوارث فأن تكاليف الحرائق و الكوارث تكون كبيرة في حالة التخزين المركزي بسبب احتمال تضرر كميات كبيرة من المواد و السلع .

2 قد يؤدي النظام المركزي الى صعوبة النقل و الحركة داخل المخازن نظرا لكثرة عدد العاملين و زيادة حركة المواد .

3 قد تؤدي المركزية الى صعوبة نقل المواد الى اقسام الانتاج البعيدة عن المخازن

4 قد لا تتوفر المساحة الكافية لتجميع المخازن في مكان واحد مما يؤدي الى توزيعها على اماكن مختلفة حسب امكانيات المنشأة .

العوامل التي تؤخذ نظر الاعتبار عند تحديد اسلوب التخزين :

هناك عوامل كثيرة يجب ان تأخذها المنشأة بنظر الاعتبار عند تحديد المفاضلة بين اتباع نظام المركزية او اللامركزية في التخزين ، ومن اهم هذه العوامل :

1 -حجم و طبيعة النشاط الذي تمارسه المنشأة .

2 -طبيعة المواد و السلع المخزونة .

الجمع بين نظامي المركزية و اللامركزية في التخزين :

يتعين على الادارة قبل ان تقرر السياسات التي تتبعها في التخزين دراسة ظروفها و طبيعة و حجم النشاط الذي تقوم به و دراسة الفوائد التي يمكن ان تحصل من السياسات التي تتبعها في التخزين و مع ذلك لابد من التأكد هنا ان المركزية المطلقة في التخزين و اللامركزية المطلقة في التخزين غير متبعة فعلا في الحياة العملية ، ولذلك نجد ان منشأة الاعمال تتبع في الغالب سياسة الجمع بين المركزية و اللامركزية في التخزين بهدف تحقيق افضل الفوائد من النظامين في نفس الوقت و في ضوء طبيعة المواد و السلع المخزونة .

اسس اللامركزية المخزنية :

هناك ثلاث اسس تقوم عليها اللامركزية المخزنية هي :

- 1 -الاساس السلمي .
- 2 -الاساس الجغرافي .
- 3 -اساس مراحل الانتاج .

### المصادر :

– غانم فنجان موسى و رعد رزوق اصطيافان / ادارة المخازن / طبعة ثانية  
1999 صفحة ( 33 – 35 )

## الاسبوع :- ( 23 - 24 )

### الموضوع :- مستويات الخزين .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- ان يوضح مفهوم مستويات الخزين
  - مستوى الحد الادنى
  - مستوى اعادة الطلب
  - المستوى الاعلى للخزين
  - رصيد الطوارئ
  - مستوى التدقيق
  - فترة الانتظار و احتياجاتها
- يرسم مخطط بياني يوضح موقع مستويات الخزين
- يستخدم مستويات الخزين ( الحدود القيادية ) في مراقبة حركة الخزين
- يوجد قيمة مستويات الخزين في المنشأة

### عرض الموضوع :

مستويات الخزين :- هي مؤشرات تحدد المنشأة مسبقا لها توضح الارصدة المخزنية لكل صنف من الاصناف التي تتعامل بها و هي تشمل :

- الحد الاعلى :- وهي الكمية المحددة لكل صنف و التي لا يسمح التخزين

باكثر منها . و يمثل الكمية التي تحتاجها المنظمة لمدة معينة تقدرها الشركة او ادارة الانتاج وفق معدل الاستهلاك اليومي مضروب بعد ايام الانتاج

اذا كان لديك المعلومات التالية كمدير مشتريات ( المخزون لصنف ما يكفي من

20 - 50 يوم على الاقل كحد ادنى ، كما ان الشركة تستخدم هذا الجزء لانتاج العديد من المنتجات و لفترة طويلة فان خطوط الانتاج في ظل الطاقة الطبيعية تحتاج الى 90 وحدة يوميا ، المدة اللازمة لوصول الطلبية 8 ايام . اوجد الحد الاعلى ، الحد الادنى ، حد اعادة الطلب )

الحد الاعلى =  $90 \times 50 = 4500$  وحدة

الحد الادنى =  $90 \times 20 = 4500$  وحدة

حد اعادة الطلب =  $4500 + (90 \times 8) = 5220$  وحدة

الحد الادنى:- و هي الكمية المحددة لكل صنف و التي لا يسمح بان يقل

التخزين عنها. و يمكن احتسابه بالمعادلة التالية :

عدد الايام التي تستغرقها الطلبية حتى يتم شراؤها و استلامها فعلا  $\times$  معدل  
الاستخدام اليومي ، ( على فرض ان الطلبية الواحدة تستغرق 20 يوما و معدل  
الاستخدام اليومي لصنف معين 8 وحدة من المادة

فيكون الحد الادنى =  $8 \times 20 = 160$  وحدة

• مستوى اعادة الطلب :- و هي الكمية المحددة التي عند وصول التخزين اليها

يستوجب اصدار امر شراء جديد. و تحتسب بالمعادلة التالية :

كمية الحد الادنى + ( المدة اللازمة لوصول المواد الى المنشأة  $\times$  معدل الاستخدام  
اليومي )

على فرض ان الحد الادنى 200 وحدة و معدل الاستخدام 10 وحدة يومي و المدة  
اللازمة لوصول الطلبية 21 يوم

تكون المعادلة كما يلي :  $21 \times 10 + 200 = 410$  وحدة اذا وصلت الكمية الى هذا  
الحد يتم الطلب .



و هناك مستويات اخرى تدخل ضمن وسائل التخطيط و الرقابة على  
الخزين منها :

- رصيد الطوارئ : اغلب المصادر تعتبره نفس الحد الادنى و هناك  
مصادر اخرى تحدده بكمية اكثر قليلا من الحد  
الادنى.

- حد النفاذ : وهو حد الخطر حيث يؤدي الى توقف العملية الانتاجية عند  
وصول الخزين اليه بسبب انتهائه.

- مستوى التدقيق : وهو مستوى يحدد لفحص مستويات الخزين و التأكد  
من تحقيق اهدافها .

فترة الانتظار : وهو الزمن المحصور بين تاريخ تنظيم مستند طلب  
الشراء و تاريخ وصول المادة المطلوبة فعلا.

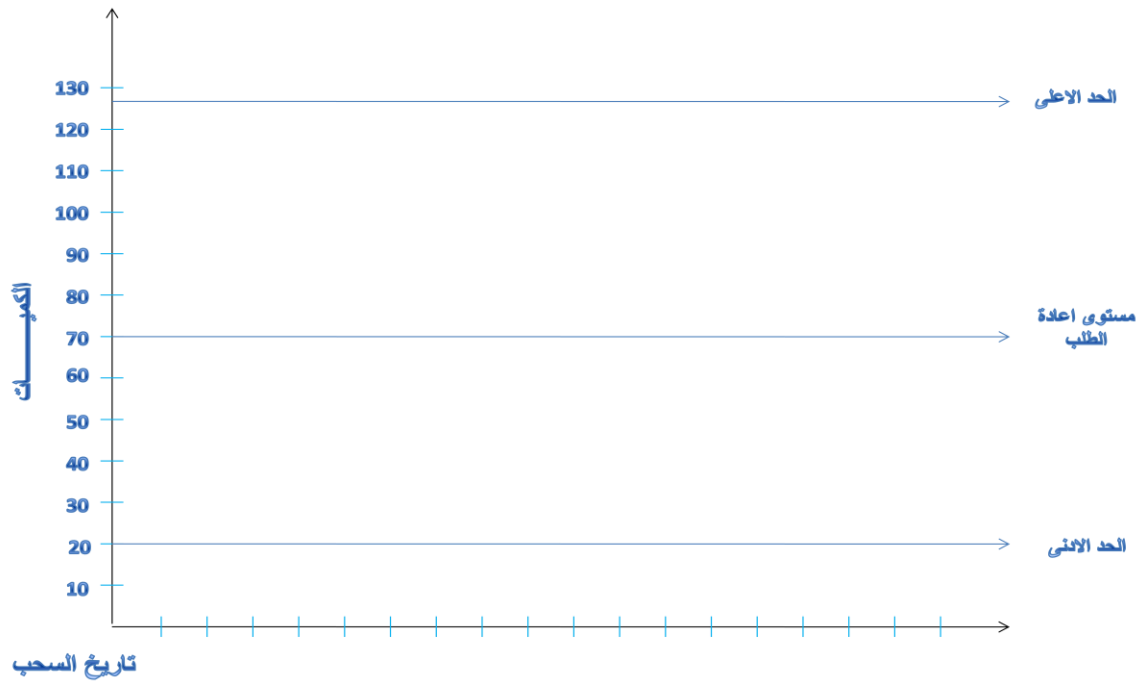
مثال : احدى المنشآت كانت حدودها القيادية كما يلي بالنسبة للمادة س

الحد الاعلى = 127 طن

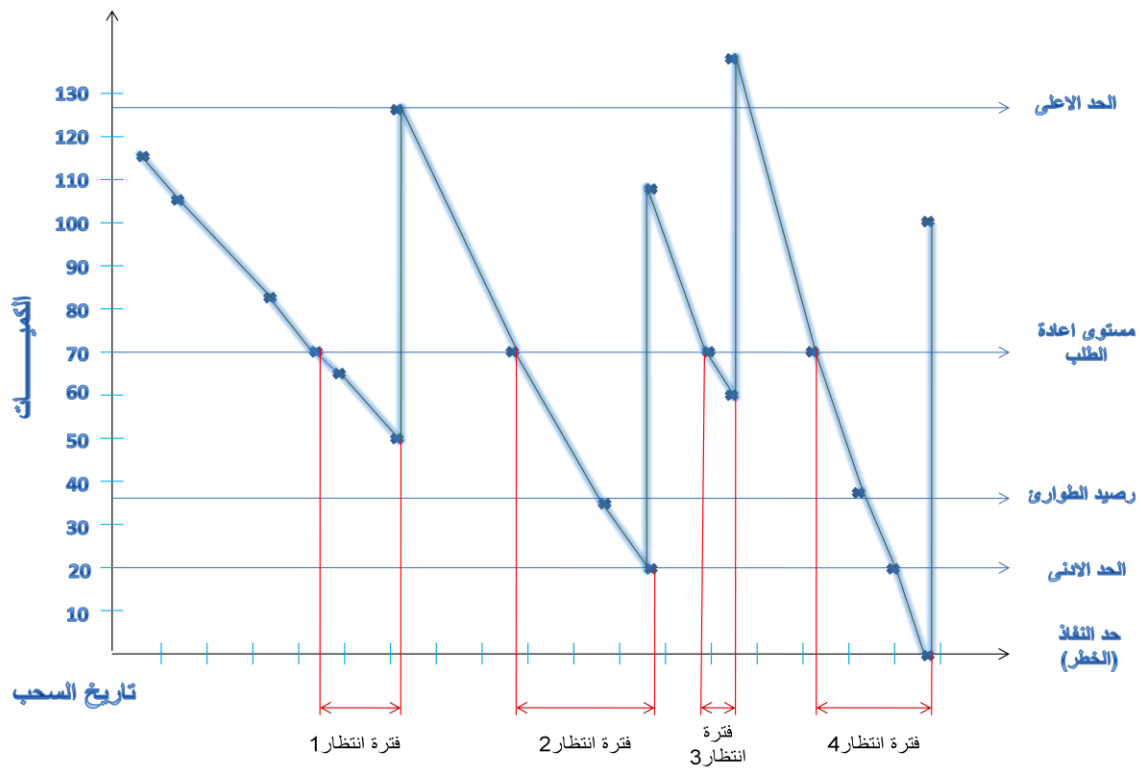
الحد الادنى = 20 طن

مستوى اعادة الطلب = 70 طن

المطلوب : رسم مخطط بياني يوضح موقع الحدود القيادية اعلاه  
الحل :



و يمكن استخدام الرسم البياني اعلاه لتوضيح موقع المستويات الاخرى و كيفية استخدام هذا الرسم في مراقبة حركة الخزين و ايجاد فترات الانتظار



مثال : احدى المنشآت التجارية كانت تتعامل بالمادة س و كان رصيدها في اول المدة 2010/1/1 = ( 120 طن ) ، وكان السحب من المخازن ( الصرف ) من هذه المادة في كل خمسة ايام عملية صرف جديدة ، وكانت دفعة الشراء الواحدة بمعدل ثابت = 70 طن

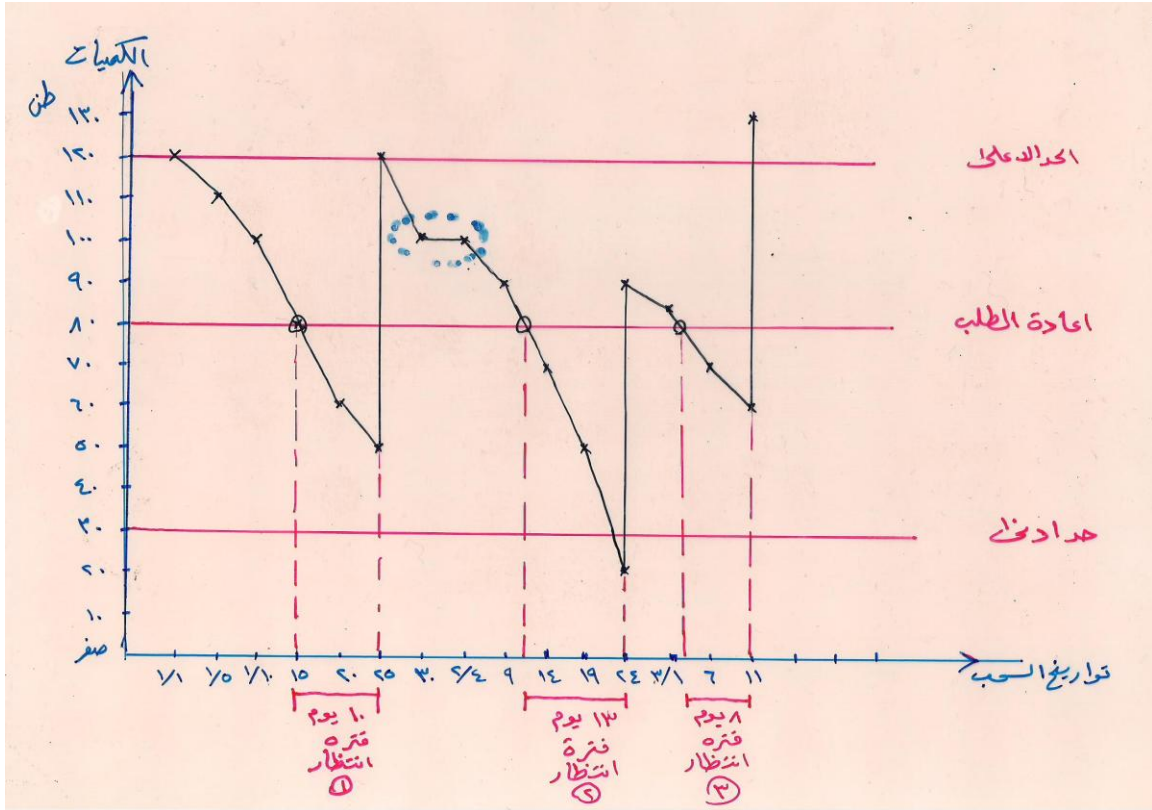
المطلوب : 1- رسم مخطط يوضح الحدود القيادية لهذه المادة ، اذا علمت ان عامل (متغير) الكميات متساوي في التدرج ( 10 طن تصاعديا ) ، وان الحد الادنى = 30 طن و الحد الاعلى = 120 طن و مستوى اعادة الطلب = 80 طن .

2-وضح حركة الخزين اليومية على الرسم في المطلوب الاول حسب تواريخ السحب ادناه للمادة س .

3-وضح عدد و مدة فترات الانتظار ، اذا علمت ان عمليات السحب كانت كما يلي :

في 1 / 1 / 2010 كان الرصيد 120 طن  
في 5 / 1 / 2010 تم سحب 10 طن  
في 10 / 1 / 2010 تم سحب 10 طن  
في 15 / 1 / 2010 تم سحب 20 طن  
في 20 / 1 / 2010 تم سحب 20 طن  
في 25 / 1 / 2010 تم سحب 10 طن و وصول طلبية الشراء السابقة  
في 30 / 1 / 2010 تم سحب 20 طن  
في 4 / 2 / 2010 لم يتم عملية سحب  
في 9 / 2 / 2010 تم سحب 10 طن  
في 14 / 2 / 2010 تم سحب 20 طن  
في 19 / 2 / 2010 تم سحب 20 طن  
في 24 / 2 / 2010 تم سحب 30 طن و وصول طلبية الشراء السابقة  
في 1 / 3 / 2010 تم سحب 5 طن  
في 6 / 3 / 2010 تم سحب 15 طن  
في 11 / 3 / 2010 تم سحب 10 طن و وصول طلبية الشراء السابقة

## الحل :



## المصادر :

- سعود خضر الكبيسي / دراسات في تخطيط و رقابة المخزون / الطبعة الاولى / سنة 1979 م

الاسبوع :- ( 25 – 26 – 27 – 28 )

الموضوع :- الاصناف التالفة و الراكدة .

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

-يعرف الاصناف الراكدة و التالفة

-يحدد اسباب التلف و الركود

-يوضح الجهات التي تسبب التلف في المنشأة

-يوضح معالجة المواد التالفة و الراكدة

-يوضح كيفية شطب المواد و اجاراتها

عرض المواضيع :

المواد التالفة

لتحديد مفهوم المواد التالفة يجب التعرف اولا على التلف حيث ان :

التلف: نقصد به ذلك الاثر الذي يصيب البضاعة بمجملها مما يفقدها الكثير من خصائصها و مواصفاتها المقرر لها اصلا .

و كذلك

التلف : هو فقدان البضاعة لقيمتها الاستعمالية بحيث تصيح غير صالحة للاستعمال .

و يقسم التلف الى نوعين :

1 -التلف الكلي : - وهو التلف الذي يصيب الوحدات بصورة كلية بحيث تصيح غير صالحة للاستعمال و عدم الاستفادة منها .

2 -التلف الجزئي :- وهو التلف الذي يصيب جزء من الوحدات بحيث يكون الجزء التالف غير صالح للاستعمال و تختلف هذه الحالة من بضاعة الى اخرى فقد تكون بعض الوحدات التالفة جزئيا غير صالحة للاستعمال نهائيا و بذلك تعامل معاملة الوحدات التالفة .

المواد التالفة بصورة عامة :-

هي المواد و المعدات التي تلفت نتيجة سوء المناولة او الاهمال او خطأ في العملية الانتاجية .

الظواهر الاساسية لحدوث تلف في المواد و اسباب حدوث التلف :

تتلف المواد المخزونة لاسباب عديدة منها عدم الاهتمام بوسائل التدفئة و التبريد التي تحتاجها المادة المخزونة , كذلك ان خزن بعض المواد في اماكن تختلف عن اماكنها الاصلية مما يتعذر الحصول عليها عند الحاجة , و يتم تركها لفترة طويلة دون ان يعرف امين المخزن بمكان خزنها فيؤدي ذلك الى تلفها . واذا تركت المواد لفترة طويلة خارج المخازن او تاخر خزنها سيؤدي ذلك ايضا الى تلفها و نستطيع القول ايضا بان عملية النقل ايضا تؤدي الى تلف بعض المواد اثناء نقلها من داخل المخزن الى خارجه و بالعكس . و اخيرا ان عدم الاهتمام بمراقبة المخزون و السيطرة عليه يؤدي الى تكس المواد و تلفها .

ومن اجل تجنب حدوث التلف يجب الاهتمام بطرق خزن المواد المعرضة للتلف اكثر من غيرها كالمواد الغذائية و التبوغ و الاخشاب و المطاط و اوراق التصوير من حيث درجة الحرارة و الرطوبة و الضوء.

وكذلك من اسباب التلف :-

1- تفقد البضاعة خصائصها سواء اكان ذلك كلياً ام جزئياً جراء البلل الذي يصيبها و خصوصا عند تعرضها للامطار و هنا يحدث الاختلاف في نسبة الضرر تبعا لنوع البضاعة المخزونة و مكان الخزن اي درجة مقاومة البضاعة و تحملها للامطار كما هو الاختلاف الحاصل مثلا عند خزن الحديد عنه من خزن الحبوب .

2- تعرض البضاعة لجو ملوث ببعض الغازات مما يساعد على تاكل البضاعة المخزونة و فقدان جزء من خصائصها كما يحدث بشكل واضح بالنسبة للمواد الكيماوية و العطور و المواد الغذائية .

- 3 -سوء التخزين و عدم الترتيب الجيد و المناسب يكون احد الاسباب المهمة لتعرض البضاعة للتلف ، كأن توضع مثلا البضائع الثقيلة فوق البضائع خفيفة الوزن مما يؤثر في شكلها او عملها .
- 4 -عدم احاطة البضاعة باغلفة مناسبة يكون سببا رئيسيا في تلف بعض البضائع او ما يصيبها من ضرر لتعرضها لضوء الشمس الشديد الذي يفقدها لونها او بعض خصائصها او بالعكس عندما تتعرض الى جو رطب فتؤدي الى نفس النتائج من الضرر .
- 5 -تكون الحشرات الضارة في بعض الاحيان سببا مهما في تلف او ضرر العديد من البضائع ، كما هو مثلا في ما تحدثه دودة الارض في الاخشاب او الحشرات القارضة بالنسبة للملابس او للمواد الغذائية كالسكر او الحبوب .
- 6 -عدم وضع الصناديق التي تحتوي على البضاعة بالشكل السليم المقرر لها مما يؤدي الى تلفها و خصوصا المواد الزجاجية . فالمجهز عادة يضع علامات مميزة للاشارة الى كيفية وضع الصندوق ، مما يستلزم على العامل او المسؤول في المخزن من الانتباه لها .

معالجة المواد التالفة و التخلص منها اداريا :-  
نقصد بالمواد التالفة جميع المواد التي اصابها التلف او الضرر نتيجة الاهمال او نتيجة لعيوب فنية اثناء العمليات الانتاجية و تختلف نسبة التلف و الضرر لكل مادة حسب طبيعة ذلك الضرر فقد يكون الضرر كليا او جزئيا فاذا كان الضرر كليا ترتب على ذلك عدم صلاحيتها للاستخدام في الاغراض التي سبق و ان اشترت من اجلها و بهذا تعمل على التخلص منها و في حالة كون الضرر جزئيا فقد يستفاد منها في اغراض اخرى .

ان العملية الاولى في معالجة المواد التالفة هو تحديد هذه المواد و نسبة التلف فيها بيان اسباب هذا لتلف و كميات المواد التالفة و عادة يتم تشكيل لجنتان للقيام بالتصرف بالمواد التالفة :

اللجنة الاولى تسمى لجنة شطب المواد بعد فحصها و التأكد من عدم صلاحيتها .  
اللجنة الثانية تسمى لجنة اتلاف المواد و تكون مهمتها الاساسية اتلاف المواد بعد اخذ الموافقات الاصولية لذلك .

مقدمة بسيطة عن المخزون الراكد :

ان مشكلة المخزون الراكد يجب ان تلقى المزيد من العناية النظرية و العملية فهذا المخزون فضلا عن كونه يمثل اموالا مجمدة و معطلة كان من الممكن الاستفادة منها عن طريق الاستثمار الاقتصادي المجزي فهو يؤدي الى ارتفاع نفقات التخزين من مباني و اضاءة و صيانة و تأمين و حراسة ... ، وقد يتعرض للتلف او التقادم خاصة اذا لم تكن هناك نظم تخزين سليمة او عناية نوعية بالاصناف او عند ضعف مستوى العاملين بالمخازن علاوى على ان المخزون الراكد يؤدي الى صعوبات في فرز المهمات و صرفها و بعوق تنظيم المخازن الداخلية ، كما يزيد من فرص التلاعب في موجوداتها .

و تعرف المواد الراكدة بانها:-

المواد التي تدور ببطء و تمكث في المخازن اكثر من المدة التي كانت مقررة لصرفها و تكون قد طابت نتيجة لسوء التقدير و المبالغة في احتياجات المنشأة ، على انه يجب عند تحديد مدة دوران المادة و اعادة طلبها مراعاة ان بعض المواد تكون مدة طلبها كل ستة شهور مرة فتعتبر المواد الزائدة من استهلاك السنة شهور مواد راکدة و من المواد الموسمية ما تطلب كل سنة مرة فما زاد عن استعمال السنة تعتبر موادا راکدة ايضا . و يمكن ان تزود ادارة المخازن ادارة المشتريات و الادارة العليا بنسخة من الاصناف الراكدة بالمخازن مع ذكر ارقامها بغية التخلص منها بالبيع او التحويل الى ادارات او وزارات او مصالح اخرى و بهذا نستفيد :-

- 1 -عدم طلب مواد من نوع المواد الراكدة
- 2 -تصريف هذه المواد على الجهات التي بحاجة لها
- 3 -بيع هذه المواد للتأكد من عدم الاستفادة منها و تطرح اما بالمزاد العلني بطريقة الظرف المختوم مع الاشارة الى مراجعة فهارسنا للتعرف على طبيعة المواد المراد بيعها و بهذا توفر الالتباس الذي قد يحدث نتيجة عدم ذكر التفاصيل الكاملة .

من اهم العوامل المسببة في ركود المخزون :

اولا : العوامل الداخلية بالمشروع :

- 1 -القصور في التخطيط و الاسراف في تقدير المستلزمات السلعية و الشراء القير مخطط ، و عدم الدقة في شراء الاصناف المطلوبة بحسب احتياجات التشغيل و هذه كلها تمثل العوامل الاولى لتراكم المخزون السلعي .



2 - سوء التنظيم الداخلي بالمخازن ، وعدم وجود معدلات للاستهلاك و الاهمال في مسك السجلات و الكروت و الفهارس المنتظمة او عدم اتباع التصنيف العلمي الدقيق او عدم توفر الدقة في توحيد المسميات على مستوى الوحدة او الوحدات و انخفاض مستوى العاملين بالمخازن بصيغة عامة .

ثانيا : العوامل الخارجية المسببة للركود :

أ - عدم وجود تنميط للمهمات التي تشتري على مستوى الدولة مع تعدد الطرازات يؤدي الى زيادة حجم قطع الغيار و عدم الاستفادة بما يزيد منها عن الحاجة ( لدى الاستغناء عن طراز من هذه الالات ) في جهات اخرى فتركز مخزوناتهما دون استخدام .

ب - عدم تخطيط الاستيراد مع حجم و نوعية المنتجات المحلية يؤدي الى تراكم الاصناف المنتجة محليا و عدم التصرف فيها .

ج - وجود اختناقات في استيراد بعض المعدات و المواد الوسيطة اللازمة للانتاج مما يؤدي الى عدم امكان استخدام باقي المواد في تصنيع المنتج ومن ثم بقائها لمدة سنوات مما يؤدي الى الركود

د - عدم التزام الجهات الموردة لمواعيد التوريد و اضطراب هذه المواعيد من سنة لآخرى يجعل تطبيق حد الامان لكميات الاصناف امر غير دقيق مما يسبب ركود هذه الاصناف .

توصيات لعلاج مشكلة المخزون الراكد :

1 -تقوم كل جهة بتحديد المخزون الراكد لديها في ضوء المعايير التالية :-

أ - الاصناف الموجودة بالمخازن و لا يتناولها الصرف

ب - الاصناف التي لا يتلائم فيها معدل الصرف ( السحب ) مع حجم المخزون فيما عدا مخزون الطوارئ

ج - الاصناف التي تزيد مصاريف تخزينها في فترة ما عن مصاريف اعادة شرائها في نهاية هذه الفترة

د - الالات و العدد الدقيقة و الات البحث العلمي و التي تتطور تطورا سريعا يعتبر بقاءها بالمخازن بكميات تزيد عن الحاجة الفعلية راكدا .

ه - اي صنف يكون معدل صرفه و استخدامه اخذا في النقصان بشكل لا يتناسب مع حجم المخزون منه .

2 - للوصول الى افضل طريقة لحصد المخزون الراكد و التصرف فيه و استخدامه لتوفير احتياجات جهات اخرى غير التي ركد الصنف بمخازنها و حتى يمكن الاستفادة بهذا الجزء الكبير من رأس المال المستثمر في مهمات راكدة يوصي خبراء التخزين بما يلي :-

أ - تنشئ كل جهة وحدة للرقابة على المخزون لديها يكون من بين اختصاصاتها تحديد الراكد و تصنيفه و تبويبه وفقا للغرض الذي يستخدم فيه مما يسهل معه اختيار ما يلزم منه بمعرفة الجهات المعنية .

ب - لمن يسند امر متابعة حصر المخزون الراكد و التصرف فيه على مستوى الدولة الى الهيئة العامة للخدمات الحكومية التي تم انشاؤها و ذلك حسب برنامج زمني وفقا لاجراءات معينة .

3 - قيام وزارة الخزانة باصدار التعليمات اللازمة للترخيص للجهات التي لديها مخزون راكد بالتصرف فيه لجهات اخرى منه القطاع العام اما الجهات الحكومية دون المطالبة بقيمته .

4 - اتباع المعايير اللازمة للحد من ظهور المخزون الراكد بالمشروع و ذلك على النحو التالي :

أ - تتبع النظم المخزنية السليمة في رقابة الاصناف و طرازاتها و تقدير الاحتياجات بحيث يكون الشراء محققا لتوفير ما يلزم دون اسراف او تكرار ب وضع مبادئ علمية بواسطة لجان فنية تشكلها كل مؤسسة اقتصادية لتحديد مسميات التخزين و التوحيد تسمية الاصناف و الاسراع في استكمال باقي اجهزة الفهرس العربي الموحد و تخطيط المهمات المتشابهة على مستوى الدولة .

ج - تدريب العاملين و توعيتهم باستخدام المعدات الحديثة و الاستفادة منهم اطول مدة ممكنة

د - تطوير الصناعات المحلية بحيث تواجه الاحتياجات الفعلية للسوق بدلا من اللجوء الى سياسة التحميل

ه - التخطيط و الدراسة الكافية عند تغير الطرازات مع بحث طريقة الانتفاع لامخزون من المعدات التي استغنى عن استخدامها و ذلك قطع غيرها .

5 يجب ان يكون تخطيط الاستيراد في ضوء الاحتياجات الفعلية مع مراعاة عمليات و نوعيات المنتجات المحلية و كذلك تخطيط الاستيراد و المواد الوسيطة بحيث لا تحدث اختناقات في خطوط الانتاج مما تركد معه المهمات المكملة لها .

### المصادر :

- عبد الخالق مطلق و هاشم محمد عباس / المحاسبة المخزني / صفحة 88
- غانم فنجان و رعد رزوق اصطيافان / ادارة المخازن / صفحة 169
- محمد ماهر عليش / ادارة المخازن الحديثة / صفحة 459

الاسبوع :- ( 29 – 30 )

الموضوع :- التعبئة و التغليف

اهداف المحاضرة :- يكون الطالب في نهاية الاسبوع قادرا على ان :

- يوضح مفهوم التعبئة و التغليف
- يوضح اهمية التعبئة و التغليف
- يوضح اهداف التعبئة و التغليف
- يعدد اغراض التعبئة و التغليف

عرض المواضيع :

اهمية العبوة و الغلاف :

من عهد قريب لم يكن الغرض الاساسي من تصميم العبوة او الغلاف حفظ السلعة من مخاطر الاضرار التي قد تصيبها اثناء انتقالها من اماكن انتاجها الى مواقع استهلاكها .

و بمرور الزمن ادرك المنتج اهمية العبوة و الغلاف وسيلة من وسائل الترويج لمنتجاته من خلال تصميم عبوة ا غلاف بشكل جذاب ملفت للنظر . لذا اصبح للغلاف اهداف لا تقتصر على حماية السلعة من الاضرار و انما ابراز النواحي الجمالية بالتصميم الهندسية الفريدة ذات القدرة على جذب انتباه المشتري من اجل تحقيق هدف ترويجي اضافة للهدف الحمائي .

يعتبر الغلاف هو الصورة او المرآة العاكسة للسلعة و بعبارة اخرى هو الرمز الذي يحكم عليه المشتري عند شرائه للسلعة . فعن طريق الغلاف يمكن للمستهلك ان يستنتج بايحاء ما بداخله و يمكن ان يصدر حكمه فيما اذا كانت السلعة على مستوى عال من الجودة .

ان سياسة العلوة و الغلاف لها بالغ التأثير في تغيير حجم الطلب على السلعة او تغيير الموقع التنافسي للمنتج و بالذات في الالامد القصير . و كذلك تساهم مساهمة مباشرة في تغيير عادات الشراء . ولعل افضل حالة تطبيقية في تغيير الميل الاستهلاكي لسلعة ما كنتيجة لتغيير العبوة في سوقنا العراقية هو ما اقدمت عليه

الشركة العاملة للمشروبات الغازية حين قامت بطرح عبوات جديدة لمشروب البيبسي كولا المصنوعة من الورق المعدني حيث فضل المستهلك شرائها لسهولة المناولة و النقل و بالذات في حالات السفر بالرغم من اسعارها العالية .

#### الاهداف الاساسية للعبوة و الغلاف

اولا الحماية : تحقيق الهدف الحمائي المتمثل في حماية السلعة من مخاطر الاضرار التي قد تصيبها اثناء تدفقها من اماكن انتاجها الى اماكن استهلاكها .

ثانيا الترويج : تحقيق الهدف الترويجي ( زيادة المبيعات ) من خلال تصميم عبوة و غلاف قادر على جذب انتباه و اثارة اهتمام المستهلك . لتصميم العبوة او شكلها او الوانها او امكانية الاستفادة منها بعد الاستفادة من منافع السلعة كما يحدث مثلا بالنسبة لعبوة جبن الاشبال حيث اعتاد المستهلك العراقي على استخدامها كقذح لشرب الماء .

ثالثا ادارة التعريف : تعتبر العبوة او الغلاف اداة تعريف للسلع تساعد المستهلك بسهولة في عملية التعرف على السلعة من بين الانواع الكثيرة من السلع المعروضة في متاجر التجزئة .

رابعا اداة التمييز : يعتبر الغلاف اداة تمييز للسلعة يمنح القدرة للمستهلك على تمييز السلعة من بين السلع المنافسة و البديلة ، على اعتبار ان الغلاف يحمل الاسم و العلامة التجارية الخاصة .

خامسا وسيلة اعلان : يعتبر الغلاف بمثابة وسيلة اعلانية حيث تمثل المعلومات المطبوعة على الغلاف بما فيها الاسم و العلامة التجارية اعلان دائم للسلعة .

العوامل التي يجب ان تأخذ بنظر الاعتبار عند تصميم العبوة او الغلاف :

اولا – طبيعة السلعة :

يقصد بطبيعة السلعة من حيث وزنها و حجمها و قابليتها للتلف او الكسر او التبخر لذا طبيعة السلعة لها اثر كبير في تصميم العبوة او الغلاف .

ثانيا – حجم العلوة :

يحكم عملية الوصول الى حجم العبوة الملائم عدة اعتبارات نخص بالذكر منها الاتي :

1. عدد المرات التي تستعمل فيها السلعة يوميا كالعبوات المستخدمة في الشاي او القهوة .
2. طبيعة منافذ التوزيع المختارة و بالذات منها غير المباشرة عندما تنساب السلعة من المنتج الى المستهلك من خلال عدة وسطاء ( تجار جملة و مفرد ) يقتضي الحال مراعاة طول مدة التخزين و طرق النقل و المنواله .
3. الاجراءات العملية الخاصة بسهولة فتح العبوة و انتزاع السلعة من الغلاف كما هو الحال في الصعوبة التي يواجهها بعض الافراد عند انتزاع القميص من العبوة الخاصة به و بالذات الدبابيس المثبتة داخل العبوة .
4. الاحجام التي تباع فيها السلع المنافسة يفرض العرف السائد في التعبئة التزاما على المنتج باتباع طريقة معينة دون غيرها . فقد جرى العرف و التقليد على بيع السكاثر في عبوات تستوعب لعشرين سكاثر لا غير .

ثالثا – الالوان المستخدمة في الغلاف :

توحي الالوان المستخدمة في العبوة او الغلاف ببعض الترابط الذي له علاقة مباشرة بصفات السلعة ذاتها ، فالالوان قادرة على اعطاء فكرة واضحة عن طبيعة السلعة و درجة جودتها كما انها توحي بمعان معينة لا يستطيع المصمم تجاهلها .

رابعا – الخط المستخدم في الكتابة على الغلاف :

ان نوع الخط المستخدم في الكتابة على الغلاف له اثر في تنشيط دوافع المستهلك يوحي خط اليد المستخدم في الكتابة بالصدق و الامانة و يمكن ملاحظة ذلك في اغلفة الكثير من السلع حيث يتم تصوير و استنساخ خط اليد ولهذا الخط بالذات مدلول اخر حيث يوحي للمستهلك بأن مضمون الرسالة الاعلانية باستخدام خط اليد موجه اليه شخصيا .

ساسات التعبئة و التغليف :

يقع على عائق المنشأة عادة تحديد سياسة التغليف الواجب اتباعها و التي من شأنها تحقيق الاهداف الحمائية و الترويجية معا . هذا و تغطي سياسات التغليف المجالات الاتية :

اولا – تصميم عبوة او غلاف جديد :

ان تصميم العبوة او الغلاف الجديد للسلعة و لأول مرة بالذات من الامور التي يجب الاحتياط لها في دراسة واسعة لكافة العوامل ذات العلاقة بهذا الشأن ، لهذا لابد ان تكون هناك دراسات متكاملة كالدراسة التسويقية اللازمة لمعرفة احتياجات ورغبات و ادواق المستهلك المرتقب للسلعة الجديدة من ناحية ملائمة حجم العبوة للعادات و الانماط الاستهلاكية و كذلك الحال الدراسة الخاصة بمنافذ التوزيع فيما يخص وسائل النقل و طرق التخزين الخاصة بها ، اضافة الى دراسة المنافس الحالية و المتوقعة في السوق .

ثانيا – تغيير العبوة الحالية :

ان تغيير العبوة او الغلاف للسلعة يتم التفكير به عند ظهور الحالات الاتية :

- 1 -تدهور في مبيعات السلعة .
- 2 -ظهور مواد جديدة للتعبئة و التغليف .
- 3 -حدوث تطوير في تغليف السلع المنافسة .
- 4 -عدم ملائمة العبوات الحالية للعادات و الانماط الاستهلاكية .
- 5 -عدم قدرة العبوة المحافظة على محتوياتها اثناء انسياب السلع من المنتج الى المستهلك ، اي عجز في تحقيق الهدف الحمائي .
- 6 -اكتشاف عجز في قدرة الغلاف على تحقيق جذب للانتباه و على اثاره اهتمام المستهلكين به اي عجز في تحقيق الهدف الترويجي.

ثالثا – تعدد العبوات او توحيدها بعبوة واحدة في حالة تعدد منتجات المنشأة :

تواجه سياسة التغليف هذه بديلين في حالة تعدد المنتجات وهذين البديلين هما :

البديل الاول : تصميم عبوة واحدة لجميع المنتجات من حيث الحجم و الشكل و اللون .  
البديل الثاني : تصميم اكثر من عبوة مميزة لكل منتج .

رابعاً – تعبئة عدد من الوحدات من السلعة في عبوة واحدة :

تسعى هذه السياسة الى تصميم عبوة واحدة تضم عدد من السلع نفسها كعلبة السكاكر التي تحتوي على عشرين سكاكر او عبوة الاقلام الخاصة بالجاف او الرسم او الماچك .

ويؤدي اتباع هذه السياسة الى زيادة المبيعات الاجمالية من السلعة و تساعد بدورها على سهولة التوزيع و المناولة في المحلات التجارية .

خامساً – عدة عبوات مختلفة الاحجام للمنتوج الواحد :

ان العادات الشرائية و الانماط الاستهلاكية لجمهور المستهلكين مختلفة لاختلاف حجم الوحدة الاستهلاكية ( العائلة ) ، لذا يتطلب معه ان تكون هناك عبوات مختلفة الاحجام الاحجام تتناسب و الانماط الاستهلاكية وكذلك القدرات الشرائية لكافة طبقات المجتمع الغنية منها و الفقيرة .

### المصادر :

– غانم فنجان موسى و محمد صالح عبد العباس / ادارة المبيعات و الاعلان /  
صفحة 210



## بنك أسئلة

س: بمرور الزمن ادرك المنتجون اهمية العبوة و الغلاف للمادة المنتجة ، ما هو مفهوم التعبئة و التغليف من خلال مناقشة العبارة اعلاه ؟

س : وضح بايجاز الاهداف الاساسية لتغليف و تعبئة المواد .

س : ما المقصود بـ ( شطب المواد ) ؟ ثم وضح اجراءات الشطب .

س: ما المقصود بالمواد الراكدة ؟ و ما هي اسباب الركود ؟ و كيف يمكن معالجة المواد الراكدة ؟

س : وضح مفهوم مستويات التخزين ( الحدود القيادية ) ، و ما هي انواعها ؟ وضحا بالتفصيل ، مع رسم مخطط يوضح موقع كل مستوى .

س : ان اهمية الاختيار المناسب لمصادر الشراء تعود بالفائدة على المنشأة من ناحية و الكمية و الوقت و الكلفة .  
ناقش العبارة اعلاه مركزا على الفوائد التي يقدمها مصدر التجهيز المناسب .

س: هناك علاقة واسعة بين ادارة المشتريات و الادارات الاخرى في المنشأة ، ناقش العلاقة المتبادلة بين ادارة المشتريات و ادارة الانتاج .

س: ماذا يعني ( الشراء بالسعر المناسب ) ؟ وضح العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار .

س : عرف الجودة ، و على من تقع مسؤولية تحديد الجودة في المنشأة ؟ وضح ذلك بالتفصيل .

س : عرف المركزية في الشراء ، ثم اذكر عوامل المفاضلة بين المركزية و اللامركزية في الشراء.

س : ماهي اهداف ادارة المشتريات في المنشأة ؟ وضحا بايجاز .

س: ناقش العبارة الآتية موضحا مفهوم التعبئة و التغليف . ( بمرور الزمن ادرك المنتج اهمية العبوة و الغلاف للمادة المنتجة ) .

س: يحكم عملية الوصول الى الحجم الملائم للعبوة عدة اعتبارات ، وضحها بالتفصيل .

س: كيف يمكن معالجة المواد التالفة اداريا والتخلص منها ؟

س: ما المقصود بالمواد التالفة ؟ ماهي الاسباب التي تؤدي الى تلف المواد ؟

س: كانت الحدود القيادية للمادة ( س ) في احدة المنشأة كما يأتي :  
الحد الاعلى ( 125 طن ) ، الحد الادنى ( 26 طن ) ، مستوى الطلب ( 82 طن ) ،  
رصيد الطوارئ ( 35 طن ) . المطلوب :- وضح بالرسم موقع هذه الحدود ثم وضح مفهوم كل منها .

س: تختلف العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الشراء من منشأة الى منشأة اخرى حسب طبيعة نشاطها فهناك عوامل تتعلق بالسلعة ، و عوامل تتعلق بمصدر الشراء نفسه ، وضح ذلك بالتفصيل .

س : هناك علاقة واسعة بين ادارة المشتريات و الادارات الاخرى بالمنشأة ، ناقش العلاقة المتبادلة بين ادارة المشتريات و ادارة المخازن .

س : ما المقصود بـ ( الشراء في الوقت المناسب )؟ ثم وضح العوامل الداخلية التي تؤثر في تحديد الوقت المناسب للشراء .

س : عدد طرق توصيف الجودة ، ثم وضح ثلاث منها بالشرح .

س : عرف اللامركزية في الشراء، ثم عدد مزايا المركزية في الشراء .

س : ماهي اهمية وظيفة ادارة المشتريات في المنشأة ، وضحها بايجاز .

س : يقع على عاتق المنشأة عادة تحديد سياسة التغليف الواجب اتباعها و التي من شأنها تحقيق الاهداف الحمائية و الترويجية معا . وضح المجالات التي تغطيها سياسات التعبئة و التغليف المتبعة في المنشأة .

س : اثناء العمل المخزني تظهر مواد تالفة او راکدة ، ما المقصود بها ؟ ثم بين كيف يمكن معالجتها و التخلص منها اداريا .

س: عرف ما يأتي

1- الحد الاعلى 2- الحد الادنى 3- مستوى اعادة الطلب 4- رصيد الطوارئ 5- حد النفاد ،  
ثم ارسـم مخطط يوضح موقع هذه الحدود .

س: ما المقصود باستراتيجيات الشراء ؟ وما هي انواعها ؟ ثم بين مزايا و عيوب اثنان منها

س : هناك علاقة واسعة بين ادارة المشتريات و الادارات الاخرى في المنشأة ، ناقش  
العلاقة المتبادلة بين ادارة المشتريات و ادارة المبيعات .

س: ما المقصود بـ ( الشراء بالكمية المناسبة ) ؟ ثم وضح العوامل المؤثرة في تحديد الكمية  
المناسبة.

س : ما هي طرق توصيف الجودة ؟ عددها ، ثم وضح بالشرح ثلاثا منها.

س : عرف المركزية في الشراء ، ثم عدد مزايا اللامركزية في الشراء .

س : عرف ادارة المشتريات ، ثم وضح دوافع الشراء في المنشأة على اختلاف طبيعة نشاطها.

س : ( أ ) ماهي مضار الشراء من مصدر شراء غير مناسب ؟  
( ب ) وضح اهداف ادارة المشتريات بالتفصيل .

س: ( أ ) من وظائف ادارة المواد ( المشتريات ) دراسة الاسعار ، وضح ذلك بالشرح المفصل .  
( ب ) رسم مخطط يوضح وظيفة ادارة المواد .

س: ( أ ) عرف :- ( المركزية ، اللامركزية ) في الشراء .  
( ب ) وضح الاجراءات التي يجب على ادارة المنشأة اتباعها اذا ارادت الجمع بين  
المركزية و اللامركزية في الشراء .

س: ( أ ) وضح مفهوم ادارة المواد ، ثم بين الفرق بين تعريف ادارة المشتريات ، و تعريف ادارة  
المواد .

( ب ) تختلف دوافع الشراء من منشأة الى منشأة اخرى حسب نشاطها ، وضح انواع  
الشراء الذي تقوم به منشآت الاعمال حسب دوافع الشراء .

س: ( أ ) من وظائف ادارة المواد ( المشتريات ) اختيار المجهزين المناسبين ، تكلم عن ذلك موضحا 1-فوائد اختيار مصدر التجهيز المناسب .

2 -العوامل التي بموجبها يتم اعتماد الاسلوب الذي يتم بموجبه اختيار مصدر الشراء الافضل .

( ب ) : لماذا يعتبر تدقيق قوائم الشراء احدى وظائف ادارة المشتريات ؟

س: شركة الحدياء لانتاج الملابس الجاهزة ، منشأة صناعية كبيرة الحجم ، و حجم المشتريات فيها كبير ، تدير مصانع و وحدات متعددة تعمل في مواقع متباعدة جغرافيا و تنتج سلعا مختلفة و فيها متخصصين و فنيين في الوحدات التابعة للمنشأة في مجال الشراء و درجة التطور في اساليب و معدات الرقابة فيها كبير و ادارتها العليا قد خولت الفروع بالشراء من الاسواق المحلية فيما يخص احتياجاتهم .

المطلوب : دراسة ظروف عمل هذه المنشأة و تحديد سياسة الشراء فيها من ناحية ( الشراء المركزي او اللامركزي ) مع بيان سبب اختيارك هذا النظام .

س: وضح العلاقة المتبادلة بين ادارة المشتريات و ادارة المبيعات ؟

س : من بين انواع استراتيجيات الشراء ( الشراء حسب الحاجة ) ما المقصود بها و ما هي مزاياها ، و ما هي عيوبها ؟

س: وضح بايجاز المصادر التي تستخدم لجمع المعلومات عن مصادر الشراء ؟وما هو المقصود بالقائمة السوداء ؟

س: ما هي مراحل اختيار مصادر الشراء المناسبة ، وضحاها مع الرسم ؟

س: تمر عمليات تقويم اداء ادارة المشتريات و المخازن بعدة مراحل ، وضحاها باختصار ؟

س: عرف التخزين ، ثم وضح اهدافه بالتفصيل ؟

س: عدد مستويات الخزين ( الحدود القيادية ) ، ثم عرفها و ارسم مخطط توضح فيه موقع هذه الحدود افتراضيا ؟

س: تحتاج احدى المنشآت الانتاجية الى ( 80000 ) وحدة سنويا لانتاج المادة (س) ، سعر شراء الوحدة الواحدة ( 20 ) دينار ، وتكاليف اصدار امر الشراء ( 400 ) دينار ، وتكاليف التخزين تمثل ( 20 % ) من سعر الشراء .  
المطلوب تحديد حجم الطلب الواحد ( الكمية الاقتصادية ) ، و عدد الدفعات بطريقة المعادلات الرياضية ؟

س:

فرع ( ا ) : عرف ادارة المشتريات ، ثم وضح اهميتها ؟  
فرع ( ب ) : لو كنت احد العاملين في ادارة المشتريات و طلب منك دراسة اسعار المواد المراد شراؤها ، ماهي مصادر المعلومات التي ستعتمد عليها في دراستك للاسعار ؟

س:

فرع ( ا ) : يتطلب تطبيق سياسة الجمع بين المركزية و الامركية في الشراء عدة مستلزمات ، وضحها ؟  
فرع ( ب ) : اذكر اهم الادارات التي تشترك في تحديد جودة المواد المراد شراؤها ، ثم وضح دور ادارة المشتريات في تحديد الجودة ؟

س: وضح بالتفصيل العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار ؟

س: عرف ادارة المواد ، ثم وضح المزايا المتحققة من مفهوم ادارة المواد .

س : ما المقصود بالتعبئة و التغليف ؟ و ما هو هدفهما ؟ و كيف يغيران حجم الطلب على السلعة ؟

س: تختلف التبعية التنظيمية لادارة المخازن من منشأة الى اخرى حسب ظروف كل منشأة ، فهناك عدة آراء لتبعية ادارة المخازن ، وضح هذه الآراء عن طريق الرسم فقط .

س: وضح بشكل مفصل استراتيجيات الشراء بالكميات الدنيا ( حسب الحاجة ) من حيث المفهوم ، و الاسباب الداعية لتبنيها ، و المزايا و العيوب .

س: هناك عدة طرق لتوصيف الجودة ، وضح بالتفصيل طريقة التوصيف باستخدام الاسماء و العلامات التجارية .

س: الشركة العامة لتجارة المعلبات هي شركة كبيرة الحجم مركزها المالي قوي فيها ادارة مواد مستقلة بالاضافة الى الادارات الاخرى و المرتبطة بالمدير العام مباشرة ، و من هذه الادارات ( ادارة الانتاج ، ادارة التسويق ، ادارة الافراد ، المالية ، البحوث و التطوير ) ادارة المواد تتكون من نشاطين الشراء و التخزين ، يرتبط بالشراء عدة اقسام هي : القسم – أ يتفرع الى شعبتين ، شعبة ( س ) متخصصة في شراء المواد الاولوية من الاسواق المحلية و شعبة ( ص ) متخصصة في شراء المواد الاولوية من الاسواق الخارجية

القسم – ب يتفرع الى شعبتين ايضا ، شعبة ( هـ ) متخصصة في شراء ادوات احتياطية من الاسواق المحلية و شعبة ( و ) متخصصة في شراء ادوات احتياطية من الاسواق الخارجية  
القسم – ج قسم متخصص بشراء المستلزمات الاخرى بشكل عام و لا يتفرع الى شعب

المطلوب : رسم مخطط لهيكل تنظيمي شامل لعموم الشركة موضحا الادارات و الاقسام و الشعب التي تتكون منها الشركة و ارتباطاتها و موضحا مهمة كل قسم او شعبة على الرسم .

س : يمكن توضيح اهمية و وظيفة ادارة المشتريات من خلال عدة نقاط ، اذكرها بالتفصيل .

س : وضح بالتفصيل الاهداف الاساسية للعبوة و الغلاف .

س: يمكن المفاضلة بين الشراء من مصدر واحد او من عدة مصادر اعتمادا على المزايا ، ماهي الاسباب التي تدعو الى الشراء من اكثر من مصدر ؟

س: وضح بشكل مفصل استراتيجيات الشراء مقدما او للتخزين ، من حيث المفهوم ، الاسباب الداعية لتبنيها ، المزايا و العيوب .

س : هناك عدة طرق لتوصيف الجودة ، وضح بالتفصيل طريقة التوصيف بالعينات .

س: تحتاج شركة الالبان في الموصل الى ( 1800 ) كيلو من الحليب المجفف للسنة القادمة ، وقد خطط لشرائها على ضوء المعلومات التالية :

- الدفعة الاقتصادية ( 600 ) كيلو .
- فترة الانتظار ثلاثة اسابيع .
- الشركة لا تستخدم احتياطي خزين لكون المواد الاولية متوفرة في السوق و ان تأريخ الصلاحية للحليب قليل .
- المطلوب اولا : ما مقدار مستويات الخزين في الحالة اعلاه ؟
- ثانيا : على افتراض قررت الشركة تحديد احتياطي خزين يساوي ( 30 ) كيلو فكم ستصبح مستويات الخزين في هذه الحالة ؟

س: تسعى ادارة المشتريات الى تحقيق عدة اهداف ، وضحها .

س: هناك عدة عوامل يجب ان تؤخذ بنظر الاعتبار عند تصميم العبوة او الغلاف ، منها ( اولا ) طبيعة السلعة ، ( ثانيا ) حجم العبوة . المطلوب توضيح هذين العاملين فقط بشكل مفصل .

س: يمكن تقييم مصادر الشراء عن طريق المقاييس النوعية و الكمية ، المطلوب توضيح المقاييس النوعية فقط .

س: وضح بشكل مفصل استراتيجيات الشراء بهدف المضاربة من حيث المفهوم و الاسباب الداعية لتبنيها و المزايا و العيوب .

س : هناك عدة طرق لتوصيف الجودة ، وضح بالتفصيل طريقة التوصيف بالعينات .

س: الشركة العاملة للغزل و النسيج في الموصل تحتاج سنويا الى ( 3500 ) وحدة من الاصباغ ، سعر شراء الوحدة الواحدة ( 35 ) دينار ، وبلغت تكاليف اصدار اوامر الشراء ( 150 ) دينار و تكاليف التخزين ( 15 % ) من سعر الشراء .  
المطلوب : باستخدام الاسلوب الرياضي ( المعادلة ) :-

1-تحديد الكمية الاقتصادية التي يمكن شراؤها بحيث تتحمل

الشركة اقل ما يمكن من التكاليف .  
2-ما عدد دفعات الشراء في كل سنة ؟

س : وضح المفاهيم التالية

- 1-ادارة المواد 2-المواد النمطية 3-الرفض 4-الجوده المناسبه 5-الكلفة 6- السعر المناسب 7- الخصم التجاري 8- المركزية في الشراء 9- السيطرة النوعية 10- قوائم الاسعر المنشوره



## اغناءات

المفردات :

- التجارة الالكترونية
- محاذير الشراء الالكتروني

المصدر :

- [www. Islamonline.net](http://www.Islamonline.net)
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

## تجارة إلكترونية

من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة

### المراجعة الحالية (غير مراجعة)

التجارة الإلكترونية أو ما يعرف عامة بـ **E-Business** في الحقيقة تعريبها الصحيح هو الأعمال الإلكترونية لأن الـ **E-Business** لا يضم التجارة فحسب بل يتعدى ذلك ولكن عامة ما يعتقد الناس أنها مجرد التجارة أو بيع السلع عبر الأنترنت. الأعمال الإلكترونية هي في الحقيقة عملية إقحام تكنولوجيا المعلومات و خاصة الأنترنت في المعاملات بين الحريف و المقدم الخدمة و إقحامها أيضا في عملية تسويق و ابتكار المنتج أي إحتوائها في حلقة الإنتاج وذلك يكون في أحسن الظروف بداية من المزود بالمواد الخام و انتهاء بالحريف المستعمل. و للـ **E-Business** مزايا عديدة سنأتي على ذكرها لاحقا.

### تعريف التجارة الإلكترونية في بعض التشريعات العربية

أن التشريعات العربية في شأن التجارة الإلكترونية تنمو ببطء وعلى استحياء فحتى الآن لم يصدر سوى قانون التجارة الإلكترونية في تونس ودبي الأردن والبحرين وفي مصر أعد مشروعا لهذا القانون بمعرفة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، بمجلس الوزراء ولازال حبيس في الأدراج حتى الآن ، كما أعد تشريع التجارة عن بعد في دولة الكويت ولم يصدر بعد.

### مفهوم التجارة الإلكترونية E-trading

#### المقدمة

تعتبر التجارة الإلكترونية E-trading واحدة من التعابير الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وحتى نصل إلى مفهوم التجارة الإلكترونية، لا بد من الانطلاق من تعريف واضح للتجارة الإلكترونية، حيث يوجد هنالك العديد من التعاريف التي بداء المهتمين والمعنيين والمتخصصين في هذا المجال بصياغتها بطرق مختلفة، ولذلك ظهر لدينا العديد من التعاريف للتجارة الإلكترونية، حيث نجد انه لا يوجد لغاية الآن تعريف يمكن القول على انه تعريف واضح وصريح، أو معترف به دوليا، ولكن نستطيع القول بان كافة التعاريف تنطلق

من مفهوم رئيسي، أو مبنية على أساس، أو تتفق على أن التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول، وهو "التجارة"، والتي تشير في مفهومها ومضمونها إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنها معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني "الإلكترونية" فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية والتي تدخل الإنترنت كواحدة من أهم هذه الوسائط.

### عناصر وخصائص التجارة الإلكترونية

تعمل التجارة الإلكترونية على أداء العمليات التجارية بين مؤسسات الأعمال بعضها مع بعض، وبين مؤسسات الأعمال وعملائها، وبين مؤسسات الأعمال والحكومة وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات من أجل إنجاز تلك العمليات التجارية. هذا وتهدف التجارة الإلكترونية أيضاً إلى رفع كفاءة الأداء التجاري من أجل تحقيق أقصى درجة ممكنة من الفاعلية في التكامل. إضافة إلى أن استخدام التجارة الإلكترونية في التعاملات التجارية يجعل المتعاملين بها يتعدون الحدود المكانية والزمانية والتي يمكن لهذه الحدود بطريقة أو بأخرى أن تقيد عملية تنفيذ التبادلات التجارية. هذا وتبين التجارة الإلكترونية على أنها عبارة عن مفهوم متكامل لا يقتصر فقط على القيام بالعمليات التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية، بل يتعدى ذلك ليشمل كل من عملية التصنيع والإنتاج وذلك من خلال تقليل الوقت المطلوب لإنجاز أو إتمام سلسلة من الأعمال. كما تعمل التجارة الإلكترونية على إتاحة الاستجابة لطلبات السوق بسرعة من خلال التعامل والتفاعل مع العملاء. إضافة إلى أنها تعمل على تسهيل وتبسيط العمليات ووضوح في إجراءات العمل من أجل إتمامها بالطريقة المرجوة.

### التعريف بالتجارة الإلكترونية

أن التطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور العديد من التعاريف، وكل من هذه التعاريف يحاول النظر إلى التجارة الإلكترونية من منظور معين. وحيث لا يوجد تعريف يمكن القول عنه على أنه تعريف متعارف عليه دولياً، وذات صبغة يمكن أن تكون معتمدة من خلال الجهات ذات العلاقة، وأخص هنا بالذكر القوانين المتعلقة بالعمليات التجارية، والتي تتضمن صبغة يمكن اعتبارها دولية لكي تتلاءم وتناسب وتتماشى مع منظومة القوانين الدولية، اخذ المعنيين في هذا الشأن الاجتهاد في إدراج العديد من التعاريف حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة

الإلكترونية، وطالما لم يتوفر تعريف موحد ومتعارف عليه دولياً، لا بد من التعرف على بعض التعاريف التي تم الاجتهاد من خلالها للوصول بالتجارة الإلكترونية إلى المستوى المطلوب، أو المحاولة للاقترب مما يمكن أن يخدم استخدامات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، ومن أجل الاقتراب من مفهوم التجارة الإلكترونية، لا بد من الاطلاع على بعض واهم التعاريف التي وردت حول التجارة الإلكترونية، ومن هذه التعاريف:

1. : تعرف التجارة الإلكترونية على أنها عبارة عن " منهج حديث في الأعمال موجهة إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع للمعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات ".
2. : التجارة الإلكترونية عبارة عن "مزيج من التكنولوجيا والخدمات من أجل الإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية من أجل تبادل المعلومات داخل مؤسسة الأعمال وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها ومؤسسات الأعمال والعملاء، أي عمليات البيع والشراء "
3. : إن التجارة الإلكترونية عبارة عن "إنتاج، وترويج، وبيع، وتوزيع المنتجات بواسطة شبكة اتصالات "
4. : التجارة الإلكترونية عبارة عن "عمليات تبادل باستخدام التبادل الإلكتروني للمستندات،(Electronic Data Interchange (EDI، البريد الإلكتروني،E-mail، النشرات الإلكترونية، الفاكس، تحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية،(Transfer (EFT Electronic Funds)، وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة "
5. : تعرف التجارة الإلكترونية بأنها "عبارة عن بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسائط، استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب "
6. : تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضاً عن استخدامهم لوسائط مادية أخرى بما في ذلك الاتصال المباشر "
7. : تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "شكل من أشكال التبادل التجاري من خلال استخدام شبكة الاتصالات بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض، ومؤسسات الأعمال وزبائنهما، أو بين مؤسسات الأعمال والإدارة العامة "
8. : إن التجارة الإلكترونية عبارة عن "استخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل إيجاد روابط فعاله بين مؤسسات الأعمال في العمليات التجارية "
9. : تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين، أو بين مؤسسات الأعمال ببعضهم البعض وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات "

10. : إن التجارة الإلكترونية عبارة عن "أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا معلومات متطورة من أجل رفع كفاءة وفاعلية الأداء".

بعد ملاحظة ما جاء من تعاريف عن التجارة الإلكترونية، يمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعاريف سالفة الذكر وعلى النحو التالي: التجارة الإلكترونية، هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال استخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى<sup>12</sup>"، ويشمل ذلك:

1. عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات
2. سداد الالتزامات المالية ودفعها
3. إبرام العقود وعقد الصفقات
4. التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع
5. علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع
6. المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات
7. الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات
8. الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن
9. تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) بما في ذلك:
  1. التعاملات المصرفية
  2. الفواتير الإلكترونية
  3. الاستعلام عن السلع
  4. كتالوجات الأسعار
  5. المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء

### صفات التجارة الإلكترونية

توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة صفات أهمها:

1. لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.
2. يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت، ولا حاجة لإرسالها ثانية، ويعتبر هذا النوع من التفاعل فريد وجديد من نوعه، ولم يسبق أن استخدم من قبل.

3. يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.
4. عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى، وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.
5. يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمه في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك.
6. إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية مما يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية<sup>13</sup>.

أما صفات التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال، فتبين الإحصاءات الرسمية في الولايات المتحدة الأمريكية أن حجم المبيعات السنوية في عام 2001 قد بلغت حوالي 995 مليار دولار، أو 93.3% من مجموع التجارة الإلكترونية للولايات المتحدة الأمريكية. وحسب تقديرات القطاع الخاص، تراوحت قيمة التجارة بين مؤسسات الأعمال في الاتحاد الأوروبي بين 185 مليار دولار و200 مليار دولار في عام 2002، كما أن التجارة الإلكترونية فيما بين مؤسسات الأعمال قد وصل في أوروبا الوسطى والشرقية إلى حوالي 4 مليارات دولار في عام 2003.

هذا قد نمت هذه التجارة بشكل متسارع في منطقة آسيا والمحيط الهادئ من حوالي 120 مليار دولار في عام 2002 إلى حوالي 300 مليار دولار بنهاية عام 2003، وفي أمريكا اللاتينية فقد بلغت قيمة الصفقات التجارية بين مؤسسات الأعمال على الشبكة مباشرة 6.5 مليارات في عام 2002 وارتفعت لتصل إلى 12.5 مليار دولار في عام 2003. 14

## أشكال التجارة الإلكترونية

### 1. التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال (Business to Business)

تقوم وحدات الأعمال في مؤسسات الأعمال التي تقوم بتطبيق التجارة الإلكترونية باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير، كما تقوم بإجراء عملية الدفع من خلال وسائل عدة مثل استخدام بوابة الدفع الإلكترونية. ويعتبر هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً ويطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة، أو مع مؤسسات الأعمال خارج الدولة، حيث يتم إجراء كافة المعاملات التجارية إلكترونياً بما في ذلك تبادل الوثائق إلكترونياً.

### 1. التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك (Business to Customer)

يتواجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع لمراكز تجارية متعددة يستطيع المستهلك ومؤسسة الأعمال إتمام عمليات البيع والشراء فيما بينهما إلكترونياً. هذا وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات، كما تقوم هذه المواقع باستعراض كافة السلع والخدمات المتاحة وتنفيذ إجراءات البيع والشراء، كما يتم استخدام بطاقات الائتمان من أجل إتمام عمليات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان في عملية الدفع لإتمام عمليات البيع والشراء أكثر شيوعاً واستخداماً بين المستهلك ومؤسسات الأعمال، إضافة إلى إيجاد وسائل دفع إلكترونية أخرى ومطبقة بشكل واسع مثل الشيكات الإلكترونية ودفع النقد عند التسليم، أو أي طريقة أخرى يتم الاتفاق عليها من قبل الطرفين ذات العلاقة.

### 1. التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة (الإدارة المحلية) (to Administrative Business)

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونياً من غير أن يكون هنالك تعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، هذا وتقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الإلكترونية لإتمام تلك المعاملات إلكترونياً، ومن الجدير ذكره بأن بعض المؤسسات ولدوائر قد باشرت بالفعل بتطبيق تلك الإجراءات كمرحلة أولى ومن المتوقع الانتهاء من إعداد البرنامج بشكله المتكامل خلال فترة قد تتجاوز السنة بقليل، أي أن هذا النوع من التعاملات بين مؤسسات الأعمال والإدارة المحلية يغطي كافة التعاملات والتحويلات التي تتم بين مؤسسات الأعمال وهيئات الإدارة المحلية.

## 1. التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة (الإدارة المحلية) (to Customer Administrative)

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم بين المستهلك والإدارة المحلية ومثال ذلك عملية دفع الضرائب حيث تتم إلكترونياً ومن دون الحاجة بأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

### التجارة الإلكترونية ومستوياتها

تلعب درجة تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دوراً بارزاً بتعدد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك طبقاً لدرجة الأنشطة. هذا وتتراوح في الأداء بين مستوياتها المختلفة، فهناك المستويات البسيطة، والمستويات الأكثر تطوراً وعلى النحو التالي:

#### 1. التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط:

ويشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع والخدمات، وهذه الخدمات تحتوي في مضمونها خدمات قبل وبعد عملية البيع، حيث يعتبر هذا النوع ذات درجة متقدمة من التبادلات التجارية وخصوصاً عند تطبيقه في الدول النامية والتي تقتصر إلى حد ما إلى تقديم خدمات ما بعد البيع، ولذلك يعتبر هذا النمط كبير لمؤسسات الأعمال في تلك الدول، أما بالنسبة إلى الدول المتقدمة، فهذا يضعها في مستوى أكبر وتحدٍ يجعلها تبحث عن وسائل جديدة لزيادة درجة ونوعية الخدمات المطلوبة منها ليس فقط قبل البيع بل بعد البيع على حد سواء. هذا وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات وخصوصاً غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الإلكترونية.

#### 1. التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم:

إن هذا النوع من المستويات والذي يعتبر متقدماً إذا ما قورن بالمستويات البسيطة والتي تحتوي في مضمونها على الترويج والخدمات قبل وبعد البيع والتحويلات البسيطة، يأتي هذا النوع ليركز في مضمونه على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عملياً ذات مستوى يحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى. هذا وتعتبر عمليات الدفع على كافة المستويات، إن كانت على المستوى المحلي أو على المستوى الوطني، أو الدفع على المستوى الدولي، تعتبر



بمجمليها مستويات ذات تطور متقدم وبحاجة إلى اخذ الحيطه والحذر عند التعامل على هذا المستوى.

## مؤشرات حول تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية

### • مؤشرات عالمية:

لقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية في العالم حوالي 3.8 تريليون دولار في عام 2003، وذلك وفقا لتقديرات الأمم المتحدة، وقد تضاعف الرقم ليصل إلى 6.8 تريليون دولار في نهاية عام 2004، وان نحو 80% من حجم التجارة في العالم يتم في الولايات المتحدة الأمريكية، 155 في أوروبا الغربية، 5% في بقية دول العالم، معظمها أو نحو 4% منها يتم في اليابان. كما ويشكل حجم التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال (Business to Business) حوالي 80% من حجم التجارة الإلكترونية في العالم. هذا ويعود ضعف التعامل بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية إلى عدة أسباب أهمها:

1. عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية
2. عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية والوصول بشبكة الإنترنت
3. ارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت
4. الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة
5. نقص القدرة البشرية المطلوب
6. عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوى المحلي
7. نقص المبادرة الفردية
8. الافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية

هذا وقد تبين أن هنالك اتفاق متزايد على إسهام التجارة الإلكترونية بشكل إيجابي يساعد على نمو الإنتاجية وقدرة الشركات والمؤسسات على التنافسية، إضافة إلى إتاحة الفرصة من أجل الوصول إلى الأسواق الجديدة تنشأ عنها فرص عمل جديدة تؤدي بدورها إلى خلق فرص عمل جديدة وصولاً إلى توليد ثروة ونمو اقتصادي مستدام.

### • التأثير على مؤسسات الأعمال

إن لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية تأثير على أداء مؤسسات الأعمال والصناعات، إضافة إلى تأثيرها على القدرة التنافسية وذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال شبكة الإنترنت، وهذا بدوره يؤدي إلى نقل المعارف وإلى تحسين التنظيم. وقد أصبحت أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدوات مهمة من أجل تحسين القدرة التنافسية والتي تؤدي بدورها إلى

تحسن في القدرة الإنتاجية وزيادة القدرة التنافسية الدولية وذلك من خلال خفض تكاليف المعاملات التي ينطوي عليها إنتاج وتبادل السلع والخدمات، إضافة إلى زيادة كفاءة وظائف الإدارة، وتمكين الشركات ومؤسسات الأعمال من الوصول إلى المعلومات وتبادل المزيد منها. وإذا كانت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية تحسن الإنتاجية في الأنشطة الإنتاجية القائمة، فإنها تتيح أيضا ظهور أنشطة اقتصادية وغيرها جديدة، مثل البحث على شبكة الإنترنت مباشرة عن مصادر خدمات في الخارج، وإنتاج أنواع مختلفة من السلع والخدمات ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية. وهذه الأنشطة تمكن الدول المتقدمة والنامية من تنويع اقتصادياتها، إضافة إلى زيادة قدرتها على المنافسة، وإنتاج خدمات وسلع ذات قيمة مضافة عالية تساهم بدورها في دعم الاقتصاد المحلي. كما تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية دورا إيجابيا في اقتصاديات الدول.

إن الكثير من الفوائد الاقتصادية الموعودة والناجمة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أخذت تتحقق، وتستعد مؤسسات الأعمال الآن للتجارة الإلكترونية بشكل أكبر وأكثر فاعلية، ففي حين أن الاستثمار الكلي في تكنولوجيا المعلومات قد انخفض بنسبة 6.2% منذ عام 2001، يقدر أن ميزانيات الأعمال الإلكترونية قد ارتفعت بنسبة وصلت إلى 11% في عام 2002، وهبط النمو السنوي للاستثمار في الأعمال الإلكترونية بنسبة 4% في عام 2003، إلا أن هذا المعدل كان أسرع بمقدار الضعف من نمو الاستثمارات الكلية في تكنولوجيا المعلومات.

إن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم قد بلغ 591 مليونا في عام 2002، وإن كان المعدل السنوي للنمو قد تباطأ إلى 20%. وفي نهاية عام 2002، بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت في البلدان النامية 32% من عدد مستخدميها في العالم، بينما مثلت الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا نسبة وصلت إلى 89% من ذلك العدد. وما زالت سعة النطاق الترددي المتوفرة لمستخدمي الإنترنت الأفريقي العادي تقل 20 مرة تقريبا عن نظيرة الأوروبي، و8.4 مرات عن نظيرة في الولايات المتحدة الأمريكية. وعلى الرغم من أن مستوى استعداد البلدان النامية لتطبيق التجارة الإلكترونية أدنى من نظيرة في الدول مرتفعة الدخل، فقد حدد في جميع دول العالم عدد من الدول التي يمكن أن تصنف باعتبارها متقدمة نسبيا والتي اعتمدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إضافة إلى أن الدول النامية لم تتأثر سلبا نتيجة لاندماجها في الاقتصاد الرقمي. هذا وتعتبر السياسات العامة التي تدعم توسيع مجتمع المعلومات من بين العوامل التي تسهم وتدعم فكرة الميزة النسبية التي تتمتع بها تلك الفئة من الدول النامية التي قامت باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية في وقت مبكر.

• معوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية.

تواجه أغلبية الدول النامية قيودا على تنمية اقتصادها الإلكتروني، وبعض هذه القيود يتمثل في التالية:

1. انخفاض مستوى دخل الفرد
2. انخفاض معدلات معرفة القراءة والكتابة
3. الافتقار إلى نظم دفع يمكن في دورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجري على شبكة الإنترنت
4. المقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

إن نسبة مستخدمي الإنترنت الذين يشترون بواسطة الشبكة مباشرة كانت أعلى في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وشمال أوروبا الغربية خلال الفترة 2000-2001، إذ بلغت نسبت مستخدمي الشبكة بعمليات شراء على الشبكة مباشرة حوالي 38%، أما في المكسيك فقد بلغت النسبة اقل من 0.6%، بينما تراوحت نسبة المبيعات للأسر المعيشية في مجموع مبيعات الإنترنت بين حد أقصى يبلغ 30% في فنلندا ولكسمبورج، وحد أدنى يبلغ حوالي 1% في سنغافورة. مع العلم بأن مبيعات التجزئة بواسطة الإنترنت ما زالت تمثل جزءا ضئيلا من الأرقام الكلية لمبيعات التجزئة بلغت حوالي 1.5% في الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي، على الرغم من ازدياد عدد المستهلكين الذين يستخدمون الإنترنت للبحث عن مشتريات كانوا يجرونها سابقا في المتاجر. أما تقديرات مجموع مبيعات التجزئة على الشبكة مباشرة فقد بلغت حوالي 44 مليار دولار في الولايات المتحدة، وإذا ما أضفنا السفر لذلك فإن المجموع سيرتفع إلى 73 مليار دولار في عام 2003، أما في الاتحاد الأوروبي فقد بلغ حوالي 29 مليار دولار، ومنطقة آسيا والمحيط الهادي فقد بلغت حوالي 15 مليار، وفي أمريكا اللاتينية حوالي 2.3 مليار، أما في أفريقيا فقد بلغ حوالي 4 ملايين فقط، وذلك لنفس العام (2003). كما هو مبين في جدول (1-2).

جدول (1-2): مجموع مبيعات التجزئة على شبكة الإنترنت خلال عام 2003.

- المنطقة/الدولة القيمة (مليار دولار)
- الولايات المتحدة الأمريكية 44
- الاتحاد الأوروبي 29
- منطقة آسيا والمحيط الهادي 15
- أمريكا اللاتينية 2.3
- أفريقيا

## محاذير الشراء الإلكتروني

هل اشتريت ذات مرة من الإنترنت وسرق أحدهم بطاقة ائتمانك، وساعتها انعدمت ثقتك بالمعاملات الإلكترونية؟ أم أنك لم تتعامل قط مع هذا المجال وترى أنه مجهول تخشى الاقتراب منه حتى لا تفقد أموالك بسبب نزوة شراء وأنت تتصفح على الإنترنت؟ لكن إذا فكرت هل تعرف ما هي الاشتراطات التي يجب أن تتوافر في أي موقع للتجارة الإلكترونية؟

إنها ليست مجرد أسئلة تستحق الإجابة فقط، وإنما تحديات تواجه التجارة الإلكترونية في العالم وفي المنطقة العربية التي يحبو فيها هذا المجال .

اعرف منتجك أولاً ..

أول خطوة ضرورية في عملية الشراء الإلكتروني حتى تتم دون مخاطرة بالنسبة للمشتري هي الإلمام بكافة المعلومات عن المنتج قبل الشراء (نوعه، مزاياه، السعر مقارنة بما يقدمه الآخرون...)، والتأكد أيضاً من إدراج العضوية (كلمة المرور وكلمة السر) قبل الشراء حتى يتم احتساب الخصم المحدد بالنسبة للمشاركين في الموقع الإلكتروني للشركة .

وإذا وجدت أن المعلومات المذكورة عن المنتج غير كافية فلا تقم بالشراء واتركها للظروف، فقط أرسل طلب استفسار عن هذا المنتج، وسيصلك الرد فوراً تماماً كما في الحياة الواقعية؛ فأنت تذهب لشراء منتج معين، وتراه بعينك، وتلمسه بيدك، ولكنك ما تزال لديك بعض الاستفسارات عن هذا المنتج، ووظيفة البائع أن يجيب على استفسارك؛ فلا مجال للخجل من أن تسأله، وكذلك الحال بالنسبة للمنتجات المعروضة على الإنترنت للشراء فاسأل الموقع قبل أن تشتري .

وغالباً ما نجد في جميع الصفحات في الإطار الأيمن الجانبي "أرسل ملاحظتك" أو "اتصل بنا" "feed back" "اضغط عليه، واسأل ما تشاء، ومن حقك أن تتلقى الإجابة التي تساعدك في أن تتخذ قرار الشراء .

## خطوات الشراء

وخطوات الشراء الإلكتروني بسيطة، ومتفق عليها في المواقع العربية والأجنبية وتبدأ بتحديد المنتج الذي تريد شراءه بعد أن تكون قد استوفيت كل المعلومات عنه . ويتم تقسيم المنتجات في مجموعات؛ فإذا أردت مثلاً جورباً فانقر على أيقونة "مجموعة جوارب رجالي ."

تدخل بعد ذلك إلى صفحة أخرى تجد فيها أنواع الجوارب؛ فهذا طبي، وآخر رياضي، وثالث طويل... وهكذا .

إذا قررت اختيار أي من الجوارب -وليكن الرياضي مثلاً- فانقر عليه لتدخل لصفحة أخرى تعرف من خلالها بقية التفاصيل عنه، مثل: المقاس، والسعر، والحد الأدنى من الكمية التي يمكن بيعها... إلخ .

إذا اتخذت قراراً بأن المنتج يناسبك من حيث السعر والنوعية فحدد بعد ذلك الكمية التي تريد شراءها، وانقر بعد ذلك على "أضف لعربة التسوق ."

انتقل بعد ذلك إلى صفحة أخرى تظهر فيها محتويات عربة التسوق، وعليك في هذه الصفحة ملء بيانات العضوية حتى تحظى بخصم. وإذا أردت أن تعدل الكمية أو النوع فذلك ممكن في هذه الصفحة؛ حيث هناك أيقونتان للتعديل والمسح.

يلي ذلك تحديد دولة الشحن، ثم تنقر على أيقونة "كشف حساب" لترى السعر شاملاً الخصم ومصاريف الشحن .

بعد هذه الخطوة تجد أسفل الصفحة سؤالاً: "هل أنت جاهز للشراء؟"، فإذا أجبت بـ "نعم" فستذهب إلى الوسيلة التي ستشتري بها السلعة وهي أيقونة "بطاقة الائتمان" التي تدعى "الفيزا كارد" أو "الماستر كارد"، وإذا نقرت على هذه الأيقونة تبدأ أولاً في ملء بيانات الشحن تفصيلياً؛ حيث الجهة التي سيصل إليها المنتج والتليفون، وبعد أن تنتهي تماماً من هذه البيانات انقر على "أرسل"

وسوف تذهب بعد ذلك إلى صفحة بها ملخص الطلبية، تخبرك بأنك ستنتقل إلى الموقع الآمن لإدخال بيانات بطاقة الائتمان، وهذا الموقع الآمن لا يكتب فيه إلا بالإنجليزية، وتوضع فيه أولاً بيانات المشتري (اسم - عنوان - بريد إلكتروني - هاتف) والسلعة وسعرها، وتنتقل بعد ذلك إلى بيانات البطاقة، وتذكر اسم من يحملها ورقمه وتاريخ انتهائها .

## معايير الأمن ..

وثمة معايير هامة يجب توافرها في مواقع التجارة الإلكترونية قبل عملية الشراء ووضع بياناتك؛ حيث إنه يجب التعامل مع المواقع المحترفة في التجارة الإلكترونية والتي تتوافر فيها الاشتراطات التالية :

1- يجب أن يقدم الموقع خدمة الدفع بواسطة بطاقات الائتمان من خلال خادم آمن وموقع مشفر؛ أي أن رمز القفل يظهر في أسفل المستعرض كما في الشكل التالي :

2- يقدم الموقع خدمة شحن آمنة ومضمونة ويتحمل مسئولية توصيل البضاعة للعملاء بأمان وسرعة .

3- يعلن الموقع عن سياسته تجاه عملائه، ويلتزم بما فيها من الأمان والسرية والخصوصية والخدمة وسياسة إرجاع البضائع وضمان الرضا التام للعملاء .

4- يكون بالموقع قسم لخدمة العملاء قبل البيع، وخدمة ما بعد البيع، وموظفون مسئولون للرد على استفسارات العملاء .

5- يعلن الموقع بوضوح عن صفته الرسمية وعنوانه الدائم وأرقام التليفون والفاكس والبريد الإلكتروني .

إذا توافرت الاشتراطات السابق ذكرها في موقع تجارة إلكترونية تكون مخاطر الشراء محدودة جداً؛ بل وتكاد تكون معدومة، خصوصاً في المواقع الاحترافية التي تقدم خدمة إرجاع البضائع (من حق العميل إرجاع بضاعته خلال 30 يوماً من تاريخ الشراء)

أما إذا خلا الموقع من بعض هذه الاشتراطات ترتفع نسبة المخاطرة إلى أكثر من 50% لعدم احترافية الموقع؛ فأنت حتما وبالتأكيد داخل موقع مجهول الهوية؛ فلا تغامر بالشراء مهما كانت المغريات أو دنو الأسعار .

ودائماً وأبداً وفي جميع الأحوال يجب عدم وضع بيانات بطاقة الائتمان في موقع غير مشفر حتى لا يقع بين أيدي المتلصصين والهاكرز .

نصائح.. نصائح

لذلك إذا لم يسبق لك الشراء عبر شبكة الإنترنت فإنه يمكنك اتباع النصائح التالية:

1- تجول قبل أن تشتري: الإنترنت هي أروع سوق عالمية يمكنك فيها مقارنة الأسعار بدلاً من الخروج إلى الشارع والبحث في المحلات؛ حيث يمكنك شراء كل شيء تقريباً دون أن تترك منزلك؛ لذا تجول بين مواقع مختلفة تتضمن السلعة التي تريد شراءها لكي تحصل على ما تريده تماماً، وبحيث تقارن الأسعار والمواصفات الخاصة بكل سلعة .

2- قرر الشراء من المواقع التي تحظى بسمعة طيبة أو تلك التي تعرفها، وحين تريد الشراء اقرأ بدقة شروط البيع، خاصة شروط التوصيل وشروط الاسترجاع، وبعض المواقع يوجد بها خانة للأسئلة التي يتكرر استعمالها، والتي لا بد من أن تراجعها إذا كان لديك أي تساؤل أو مشكلة .

3- استعمل دائماً موقعاً مؤمناً (secure website) يحافظ على بيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية التي ستستعملها في الشراء، وتكون قادراً على تحديد ما إذا كان الموقع الذي تريد الشراء منه موقعاً مؤمناً أم لا عندما ترى علامة قفل معدني صغير تظهر أمامك في أسفل الشاشة في الموقع الذي ستشتري منه، ويبدأ الموقع المؤمن عادة بأحرف : https بدلاً من أحرف : http حيث يشير حرف "s" إلى موقع مؤمن (secure) ، ويعني الموقع المؤمن أن معلومات وبيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية تم إخفاؤها قبل أن ترسل عبر الإنترنت إلى موقع الشركة ولا يمكن لأحد الاطلاع عليها أو سرقة معلوماتها .

4- قبل إرسال معلوماتك إلى الموقع الذي ستشتري منه تأكد من صحة البيانات والأرقام الخاصة بقيمة مشترياتك وتفاصيل بطاقتك الائتمانية .

5- احتفظ بنسخة من أمر الشراء في كل مرة تشتري بها عبر الشبكة، وقم بطباعته مع الاحتفاظ بنسخة منه في القرص الصلب (Hard Drive) ، وهذا الأمر ضروري عندما يكون عندك تساؤلات عن بضاعتك المشتراة أو عندما تحتاج إلى استبدالها، علماً بأن العديد من الشركات ستقوم أيضاً بإرسال بريد إلكتروني لك يؤكدون من خلاله عملية الشراء؛ لذلك قم بطباعة هذه الرسالة الإلكترونية، واحتفظ بها .

6- لحماية نفسك بشكل كامل اتبع النصيحة الذهبية التالية: لا تعط أبداً تفاصيل وبيانات أرقام بطاقتك الائتمانية عبر البريد الإلكتروني أو عبر غرف المحادثة .

7- تذكر أن تقوم شهرياً بمراجعة الكشف الخاص ببطاقة الائتمان لعمليات الشراء التي تتم عبر شبكة الإنترنت، ولا بد أن يكون واضحاً لك هنا أن أسماء بعض الشركات التي اشتريت منها قد يختلف أحياناً عن اسم موقعها على الإنترنت .

8- استعمل بطاقة ائتمانية واحدة فقط للشراء عبر الإنترنت، وخصصها لهذا الغرض حتى يسهل عليك اكتشاف أي محاولة لاستعمال بطاقتك، واحرص على أن يكون رصيد هذه البطاقة متماشياً مع قيمة مشترياتك عادة عبر الإنترنت .

على أي حال هذه نصائح لمن يشتري سلعا في مواقع الإنترنت؛ خلاصتها ألا تغامر بمعلومات عنك، وتأكد من الموقع وسمعته وتوافر الأمان فيه، وتابع رصيد بطاقتك الائتمانية.. ونتمنى لك شراء آمناً ..