

الفصل الثاني (الاتجاهات الحديثة في إدارة المواد)

المنتج الأخضر:.

هو المنتج الذي يحرص تحسين في الاداء البيئي والاجتماعي والإنتاجي والإستخدام والتخلص من المخلفات ويستمر هذا التحسن بالمقارنة مع المنتجات التقليدية او المنافسة الأخرى ونلاحظ من التعريف السابق هذه

الخصائص:.

1. فهو يتوازن بين الاداء البيئي والاجتماعي للمنتج أي ان هناك تركيز مزدوج على الأداء البيئي والاجتماعي للمنتج.
2. التوجيه بالتحسين المستمر.

خصائص تجعل المنتج صديق للبيئة:

1. ان يكون المنتج قابل لإعادة التدوير.
2. ان يعتمد على مكونات صديقة البيئة.
3. ان يوفر المواد الخام أثناء مرحلة إنتاجه.
4. أن يطول عمره الافتراضي.

• العوامل المؤثرة على تصنيف المنتج على أنه صديق للبيئة:

1. مكونات المنتج: . تشمل كمية المواد الخام المستخدمة في الإنتاج ومدى استدامتها وأمانها وفعاليتها في توفير الطاقة.
2. الغرض من المنتج: . إشباع حاجات و رغبات المستهلكين دون تعريض حياتهم للخطر.

3. نتائج استخدام المنتج :- يجب ان تضمن الشركة ان يقوم المستهلك باستخدام المنتج بصورة صحيحة.

4. متانة المنتج (صلابة المنتج) وطول عمره الافتراضي.

5. مكان صنع المنتج.

• تصميم المنتج صديق البيئة:

لابد ان يتم من منظور أنه يقدم خدمات للمستهلك و المنتج و المجتمع أو الدولة في وقت واحد و لذلك يتم استخدام بعض الإستراتيجيات لتصميم منتجات صديقة للبيئة:

1. تطبيق تكنولوجيا جديدة نظيفة.

2. تخفيض كثافة المواد او تخفيض وزن المنتج.

3. استخدام المواد الخام من المصادر المستدامة.

4. إعادة الإستخدام حيث يتم تصميم بعض المنتجات بحيث يتم استخدامها مره اخرى

5. إعادة التدوير حيث تقوم المصانع بتجميع مخلفات المنتجات وتدويرها و تحويلها

إلى مواد أولية تستخدم في الإنتاج مرة اخرى.

6. إعادة التصنيع عن طريق إضافة بعض الأجزاء الجديدة بدلاً من القديمة.

7. إعادة الإصلاح بمعنى إصلاح المنتج و صيانتة خلال فترة الإستخدام.

8. إعادة تهيئة المنتج عن طريق تصميم المنتجات بطريقة تسمح بتجديدها عندما يبدأ

الأداء في التدهور.

• خطوات تطوير المنتج الصديق للبيئة

1. تحديد مهام وأهداف البحوث والتطوير.

2. تحليل النظم الحالية.

3. تطوير المواصفات.
4. إحلال المنتجات والعمليات الإنتاجية البديلة.
5. تقييم البدائل واختيار البديل المناسب.
6. تنفيذ البديل المختار وهو المنتج الذي تم اختياره في المرحلة السابقة.
7. قياس ورقابة أداء المنتج بعد البيع.

• شروط نجاح منتج جديد:

1. ينبغي ان يكون المنتج موجه لتلبية حاجات ورغبات خضراء حقيقية لدى المستهلك.
 2. ينبغي ان يوازن المنتج بين المنافع الأساسية مثل الأداء والسعر والجودة وبين المنافع البيئية و أن يكون مقبولا لدى المستهلكين.
 3. ينبغي اخبار المستهلكين بالجودة البيئية.
 4. يجب ان تتوفر لدى المستهلكين القدرة والرغبة على دفع فرق السعر الخاص بتحسين الجودة البيئية.
- **التعبئة الصديقة للبيئة**
- ان التصميم الجيد للعبوة يشبع حاجات المستهلكين و يقلل من الأضرار المنعكسة على البيئة و يجب أن تكون قابلة لإعادة التدوير.
- و يجب أن تتجنب الشركات التعامل مع المواد الغير ضرورية و نركز على المواد القابلة لإعادة التدوير.

• دور المعلومات في حل مشكلة التوريد الأخضر:

1. مرحلة التصميم والتصنيع:- المعلومات توفر معرفة عن التنوع في المواد و تعدد مستويات الموردين من حيث الجودة و السعر و مسببات التلوث.

2. مرحلة الاستخدام:- التعريف بطريقة الصيانة و العوامل الأساسية المؤدية للتلوث.
3. المرحلة النهائية:- الربط بين شبكات الإصلاح والتوريد للمواد و الأجزاء التي تتمتع بالكفاءة.

• دور إدارة المواد : أي مواد زائدة عن الإستخدام يجب أن تتخلص منها إدارة المواد سواء بالبيع أو الإرجاع للمورد.

• الشراء الإلكتروني

تعريف التجارة الإلكترونية :-

هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء و بيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى و الأنشطة التي يمكن القيام بها هي:

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع.
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري.
- عقد الصفقات وإبرام العقود.
- سداد الإلتزامات المالية .
- عمليات تسليم و توزيع السلع و متابعة الاجراءات.
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها العملاء.
- تبادل البيانات إلكترونياً (أسعار ، فواتير ، كتالوجات).

• خصائص وعناصر التجارة الإلكترونية:

1. أداء العمليات التجارية بين الشركات بعضها البعض مثل الشركات والأشخاص والشركات والحكومات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء تلك العمليات.
2. تهدف إلى رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل.
3. تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تقيد التعاملات التجارية.
4. مفهوم شامل لا يقتصر فقط على التبادل التجاري و لكنه يمتد ليشمل كلاً من عملية التصنيع و الإنتاج من خلال تقليل الوقت اللازم لإتمام سلسلة الأعمال
5. تتيح إستجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع العملاء
6. تعمل على تبسيط الاجراءات و خطوات العمل

مكتبة تالته نظم لجميع المحاضرات في كل المواد

<https://drive.google.com/drive/folders/1krvkVw6ySqpa8t40>

[Lbj_n78gGz8LISJD](#)