

مواصفات متطلبات البرامج (SRS)

الوحدة: إدارة المبيعات والعملاء

المشروع: Odoo ERP لشركة هايدرا لصناعات كابينات المصاعد

فهرس المحتويات

1. المقدمة
2. نظرة عامة على النظام
3. المتطلبات الوظيفية
4. المتطلبات غير الوظيفية
5. التكامل مع الوحدات الأخرى
6. سير العمل
7. واجهات المستخدم
8. الأمان والتدقيق
9. الأداء والاعتمادية
10. التوسع المستقبلي
11. مؤشرات الأداء

1. المقدمة (Introduction)

1.1 الهدف (Purpose)

يهدف هذا المستند إلى تحديد المتطلبات الوظيفية والفنية لموديول إدارة المبيعات والعملاء في نظام Odoo ERP لشركة هايدرا لصناعات كابينات المصاعد. يتم التركيز بشكل أساسي على إدارة نوعين مختلفين من عمليات المبيعات لضمان تغطية كافة احتياجات الشركة التشغيلية:

- **مبيعات المواد الخام (Raw Materials Sales):** تشمل بيع المواد الخام المتوفرة في المخزون مباشرة للعملاء.
- **مبيعات المواد المصنّعة (Manufactured Products Sales):** تشمل بيع المنتجات التي يتم تصنيعها داخل المصنع بناءً على طلبات محددة من العملاء، والتي تتطلب أوامر إنتاجية.

1.2 النطاق (Scope)

يغطي هذا الموديول دورة المبيعات الكاملة من البداية إلى النهاية، بما في ذلك الجوانب التالية:

- إدارة شاملة لملفات العملاء، سواء كانوا محليين أو مستوردين، مع تصنيفهم وتحديد شروط التعامل معهم.
- إدارة نوعين رئيسيين من المبيعات:
 - **مواد خام:** تُباع مباشرة من المخزون المتاح (Ready Stock).
 - **مواد مصنّعة:** تُباع بناءً على استراتيجية التصنيع حسب الطلب (Make-to-Order)، مما يستدعي إنشاء أوامر تصنيع مرتبطة بأوامر البيع.
- إنشاء وإدارة عروض الأسعار وأوامر البيع مع دورات موافقة محددة.
- إدارة سياسات التسعير والخصومات المختلفة بناءً على نوع المنتج أو العميل.
- معالجة عمليات التسليم وإصدار الفواتير بشكل آلي ومتكامل.
- متابعة الذمم المدينة (العملاء) وتقارير الأداء المالي والتجاري.
- التكامل التام واللحظي مع وحدات النظام الأخرى مثل المخازن، الإنتاج، المحاسبة، والمشتريات.

1.3 المستخدمون المستهدفون (Intended Users)

تم تصميم هذا النظام ليقدم مجموعة متنوعة من المستخدمين داخل الشركة، ولكل منهم صلاحيات وأدوار محددة:

- **مدير المبيعات:** للإشراف على الفريق، اعتماد الصفقات، وتحليل الأداء.
- **موظفو المبيعات (المحليون والدوليون):** لإنشاء عروض الأسعار، متابعة العملاء، وإتمام الصفقات.

- فريق الحسابات المالية: لإصدار الفواتير، متابعة التحصيلات، وإدارة الذمم.
- مسؤولو المخزون والتسليم: لمعالجة أوامر التسليم وتحديث كميات المخزون.
- الإدارة العليا: للاطلاع على التقارير التحليلية واتخاذ القرارات الاستراتيجية.

1.4 القيود (Constraints)

يجب أن يلتزم النظام بمجموعة من القيود والقواعد لضمان الامتثال التنظيمي ودقة العمليات:

- الامتثال القانوني: الالتزام الكامل بمعايير هيئة الزكاة والضريبة والجمارك (ZATCA) ومتطلبات الفوترة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى معايير SOCPA المحاسبية.
- اعتماد الأوامر: لا يمكن اعتماد أي أمر بيع إلا بعد التحقق من توفر المنتج في المخزون (للمواد الخام) أو بعد إصدار أمر تصنيع مؤكد له (للمواد المصنّعة).
- الفصل المحاسبي: يجب أن يوفر النظام فصلاً واضحاً في التقارير والحسابات بين إيرادات وتكاليف مبيعات المواد الخام ومبيعات المواد المصنّعة لتحليل الربحية بدقة.

2. نظرة عامة على النظام (System Overview)

تعمل وحدة المبيعات في نظام Odoo كنقطة انطلاق محورية لجميع العمليات التجارية في شركة هايدرا. تم تصميم النظام لإدارة تدفقين رئيسيين للمبيعات بشكل متكامل ومنظم:

مبيعات المواد الخام (Direct Sales from Stock)

تُعالج هذه المبيعات كعملية بيع مباشرة من المخزون الحالي (Ready Stock Sale). عند تأكيد أمر البيع، يتم حجز الكميات المطلوبة من مخازن المواد الخام، ثم إصدار أمر تسليم وفاتورة بناءً على الكميات المسلمة. هذه العملية سريعة ومباشرة وتؤثر مباشرة على المخزون المتاح.

مبيعات المواد المصنّعة (Make-to-Order Sales)

ترتبط هذه المبيعات بشكل وثيق بوحدة الإنتاج. عند تأكيد أمر بيع لمنتج مُصنَّع غير متوفر، يقوم النظام تلقائيًا بإنشاء أمر تصنيع (Manufacturing Order). لا يمكن تسليم المنتج للعميل إلا بعد اكتمال عملية الإنتاج وإدخال المنتج النهائي إلى المخزن. هذا يضمن عدم بيع منتجات غير موجودة ويحافظ على دقة تخطيط الإنتاج.

يربط النظام بين وحدات المبيعات، المخزون، المحاسبة، والإنتاج لتحقيق تكامل لحظي، مما يتيح رؤية شاملة للعمليات ويساعد في تحليل دقيق للتكلفة والربحية لكل عملية بيع.

3. المتطلبات الوظيفية (Functional Requirements)

3.1 إدارة العملاء (Customer Management)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|---------------|---|
| FR-SAL-01 | تعريف العملاء | القدرة على إنشاء ملفات تعريفية كاملة للعملاء تشمل البيانات الأساسية مثل الاسم، النشاط التجاري، الرقم الضريبي، العنوان، وبيانات الاتصال، وتحديد العملة الافتراضية للتعامل. |
| FR-SAL-02 | تصنيف العملاء | إمكانية تصنيف العملاء حسب طبيعة معاملاتهم (عميل مواد خام، عميل مواد مصنَّعة، أو كلاهما)، بالإضافة إلى تصنيفات أخرى مثل (محلي، دولي، قطاع حكومي). |
| FR-SAL-03 | شروط الدفع | تحديد وتعيين شروط سداد مخصصة لكل عميل (نقدي عند التسليم، آجل 30 يومًا، دفعات مجدولة) وربطها تلقائيًا بأوامر البيع والفواتير. |
| FR-SAL-04 | سجل العميل | عرض سجل تاريخي كامل لكل عميل يشمل جميع عروض الأسعار، وأوامر البيع، الفواتير، المرتجعات، والمدفوعات في شاشة واحدة لسهولة المتابعة. |

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|-------------|---|
| FR-SAL-05 | حالة العميل | تحديد وتحديث حالة العميل تلقائيًا أو يدويًا (نشط، غير نشط، متوقف بسبب تأخر السداد) مع إمكانية فرض قيود على إنشاء أوامر بيع للعملاء المتوقعين. |

3.2 هيكل المبيعات (Sales Structure)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|----------------|--|
| FR-SAL-06 | نوع المبيعات | يجب أن يتمكن المستخدم من تحديد نوع البيع (مواد خام / مواد مصنّعة) بوضوح في عرض السعر أو أمر البيع، مما يوجه بقية العمليات في النظام. |
| FR-SAL-07 | إعداد الفئات | القدرة على إنشاء فئات مبيعات مختلفة لكل نوع (مثلًا: ألواح صاج، إكسسوارات ضمن المواد الخام) لتطبيق سياسات تسعير وتقارير منفصلة. |
| FR-SAL-08 | ارتباط المخازن | تحديد المخزن الذي سيتم سحب المواد منه تلقائيًا بناءً على نوع البيع (مخزن المواد الخام أو مخزن المنتجات النهائية). |
| FR-SAL-09 | الربط بالإنتاج | عند اختيار بيع منتج مُصنّع وغير متوفر في المخزون، يجب على النظام إنشاء أمر تصنيع (MO) تلقائيًا وربطه بأمر البيع لضمان تلبية الطلب. |

3.3 عروض الأسعار وأوامر البيع (Quotation & Sales Orders)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|-------------------------|---|
| FR-SAL-10 | عروض الأسعار | إنشاء عروض أسعار احترافية وتفصيلية يمكن تخصيصها حسب نوع المبيعات (خام / مصنع)، مع إظهار كافة التفاصيل الفنية والأسعار. |
| FR-SAL-11 | تحويل العرض إلى أمر بيع | إمكانية تحويل عرض السعر المعتمد من العميل إلى أمر بيع (Sales Order) بنقرة واحدة، مع نقل جميع البيانات تلقائيًا. |
| FR-SAL-12 | دورة الموافقات | تطبيق دورة موافقات داخلية قابلة للتخصيص (مثلًا: مندوب المبيعات ← مدير المبيعات ← المدير المالي) قبل تأكيد أمر البيع النهائي، خاصة للخصومات الكبيرة. |
| FR-SAL-13 | التحقق من المخزون | يقوم النظام تلقائيًا بالتحقق من توافر الكميات المطلوبة في المخزون عند محاولة تأكيد أمر البيع ويعرض تنبيهًا في حال عدم كفاية المخزون. |
| FR-SAL-14 | إنشاء أوامر تصنيع | إنشاء أمر تصنيع (MO) تلقائيًا في وحدة الإنتاج عند تأكيد أمر بيع لمنتج مصنع تم تعريفه كـ "Make-to-Order". |

3.4 التسعير والخصومات (Pricing & Discounts)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|-------------------------|--|
| FR-SAL-15 | تسعير المواد الخام | تسعير ديناميكي للمواد الخام يعتمد على متوسط تكلفة الشراء والمصاريف الإضافية (Landed Cost) مع إضافة هامش ربح محدد. |
| FR-SAL-16 | تسعير المنتجات المصنّعة | يعتمد تسعير المنتجات المصنّعة على التكلفة الفعلية للإنتاج، والتي تشمل تكلفة المواد الخام (BOM)، التكاليف العامة (Overheads)، وتكلفة العمالة. |

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|---------------|---|
| FR-SAL-17 | خصومات مرنة | القدرة على تطبيق خصومات متنوعة (نسبة مئوية أو مبلغ ثابت) بناءً على فئة العميل، الكمية المطلوبة، أو كجزء من عرض خاص. |
| FR-SAL-18 | حملات ترويجية | إمكانية إنشاء قوائم أسعار خاصة أو حملات ترويجية محددة بفترة زمنية معينة أو لأصناف محددة وتطبيقها تلقائيًا على عروض الأسعار. |

3.5 التسليم والفواتير (Delivery & Invoicing)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|----------------|---|
| FR-SAL-19 | التسليم | إصدار أمر تسليم (Delivery Order) تلقائيًا في وحدة المخازن فور اعتماد أمر البيع، مع تحديد المنتجات والكميات والمخزن المصدر. |
| FR-SAL-20 | خصم المخزون | خصم الكميات المسلمة فعليًا من رصيد المخزون المرتبط بنوع البيع (خام/مصنع) لضمان تحديث الأرصدة بشكل لحظي. |
| FR-SAL-21 | الفواتير | إنشاء فاتورة العميل (Customer Invoice) تلقائيًا بناءً على الكميات المسلمة أو بناءً على سياسة الفوترة المحددة في أمر البيع، وربطها محاسبيًا. |
| FR-SAL-22 | تتبع المدفوعات | متابعة حالة الفواتير والذمم المدينة (Accounts Receivable)، وتسجيل المدفوعات المستلمة وربطها بالفواتير المستحقة. |
| FR-SAL-23 | إشعارات الدفع | إمكانية إرسال تنبيهات تلقائية للعملاء بالدفعات المستحقة أو المتأخرة عبر البريد الإلكتروني. |

3.6 المرتجعات والمذكرات الدائنة (Returns & Credit Notes)

| رقم المتطلب | المتطلب | الوصف التفصيلي |
|-------------|------------------|---|
| FR-SAL-24 | مرتجعات المبيعات | تسجيل عمليات مرتجعات المبيعات، سواء كانت جزئية أو كلية، للمواد الخام أو المصنعة، مع تحديد سبب الإرجاع. |
| FR-SAL-25 | المذكرات الدائنة | إصدار مذكرة دائنة (Credit Note) تلقائيًا عند تأكيد المرتجع لتعديل الرصيد المالي للعميل وتصحيح القيود المحاسبية. |
| FR-SAL-26 | تحديث المخزون | إعادة الكميات المرتجعة إلى المخزن المناسب (مخزن المواد الخام أو المنتجات النهائية) وتحديث الرصيد المتاح. |

3.7 التقارير والتحليلات (Reports & Analytics)

| رقم التقرير | التقرير | المحتوى والتفاصيل |
|-------------|--------------------------|--|
| FR-SAL-27 | تقرير المبيعات الإجمالي | عرض إجمالي المبيعات (خام + مصنع) بالقيمة والكمية، مع إمكانية الفلترة حسب الفترة الزمنية والعميل والمنتج. |
| FR-SAL-28 | تحليل المبيعات حسب النوع | تقرير مقارنة يوضح أداء مبيعات المواد الخام مقابل مبيعات المواد المصنّعة من حيث الإيرادات، الربحية، والكميات. |
| FR-SAL-29 | تقرير العملاء | تحليل أداء العملاء، عرض أعلى العملاء من حيث قيمة المبيعات، ومتابعة أعمار الديون والذمم المستحقة لكل عميل. |
| FR-SAL-30 | تقرير المندوبين | تقييم أداء مندوبي المبيعات بناءً على عدد الصفقات المحققة، قيمة المبيعات، متوسط الربحية، ومعدل تحقيق الأهداف. |
| FR-SAL-31 | Dashboard المبيعات | لوحة معلومات تفاعلية تعرض مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) بشكل مرئي: إجمالي الطلبات، الإيرادات، متوسط قيمة الخصم، وتوزيع المبيعات حسب النوع. |

4. المتطلبات غير الوظيفية (Non-Functional Requirements)

| التصنيف | الوصف |
|----------------------------------|--|
| الأداء (Performance) | يجب أن يكون زمن استجابة النظام سريعًا، بحيث لا يتجاوز تنفيذ الأوامر (مثل تأكيد أمر بيع) 3 ثوانٍ، واستخراج التقارير المعقدة 5 ثوانٍ. |
| الأمان (Security) | تطبيق نظام صلاحيات قائم على الأدوار (Role-Based Access Control) يضمن أن كل مستخدم (مندوب، مدير، محاسب) يصل فقط إلى البيانات والوظائف المخصصة له. |
| سهولة الاستخدام (Usability) | واجهة مستخدم بديهية تدعم اللغتين العربية والإنجليزية. يجب أن يكون التصميم مرئيًا ويعرض بوضوح نوع البيع (خام/مصنع) في جميع الشاشات ذات الصلة. |
| الاعتمادية (Reliability) | يجب أن يضمن النظام تحديثًا تلقائيًا ودقيقًا للمخزون والحسابات فور إتمام أي عملية بيع أو إرجاع، دون الحاجة لتدخل يدوي. |
| القابلية للتوسع (Scalability) | يجب أن يكون النظام قادرًا على دعم نمو الشركة المستقبلي، بما في ذلك التعامل مع ما يصل إلى 50,000 عميل و 10 فروع مختلفة. |
| الامتثال (Compliance) | التوافق التام مع متطلبات الفوترة الإلكترونية لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك (ZATCA) في المملكة العربية السعودية. |

5. التكامل مع الوحدات الأخرى (Integration Requirements)

| الموديول | نوع التكامل | التأثير على العملية |
|---------------------|---------------------|---|
| المخازن (Inventory) | تكامل ثنائي الاتجاه | خصم المواد من المخزون عند التسليم، وإضافتها مرة أخرى عند المرتجع. التحقق من التوفر يتم بشكل لحظي. |

| الموديول | نوع التكامل | التأثير على العملية |
|-------------------------------|---------------------|---|
| الإنتاج (Manufacturing) | تكامل أحادي الاتجاه | إنشاء أوامر تصنيع تلقائيًا بناءً على أوامر بيع المواد المصنّعة (Make-to-Order). |
| المحاسبة (Accounting) | تكامل ثنائي الاتجاه | إنشاء القيود المالية تلقائيًا للفواتير (Revenue, COGS, Receivables) وتسجيل المدفوعات. |
| المشتريات (Purchasing) | تكامل مشروط | إمكانية إنشاء طلبات شراء تلقائيًا عند وصول مخزون المواد الخام إلى نقطة إعادة الطلب نتيجة لعمليات البيع. |
| إدارة علاقات العملاء (CRM) | تكامل أحادي الاتجاه | تحويل الفرص البيعية والعملاء المحتملين من وحدة CRM إلى عروض أسعار وأوامر بيع فعلية في وحدة المبيعات. |

6. سير العمل (Workflow)

البيع المباشر (مواد خام):

1. استلام طلب العميل: يقوم مندوب المبيعات باستلام طلب من العميل لشراء مواد خام.
2. إنشاء عرض سعر (Quotation): يتم إنشاء عرض سعر في النظام وتحديد المنتجات كـ "مواد خام".
3. اعتماد العميل وتحويله لأمر بيع: بعد موافقة العميل، يتم تحويل عرض السعر إلى أمر بيع مؤكد.
4. إصدار أمر تسليم: يقوم النظام تلقائيًا بإنشاء أمر تسليم من مخزن المواد الخام.
5. إصدار الفاتورة: بعد التسليم، يتم إصدار الفاتورة وربطها محاسبيًا لتسجيل الإيراد والذمم.

البيع التصنيعي (مواد مصنّعة):

1. استلام طلب العميل: يقوم مندوب المبيعات باستلام طلب لمنتج يتطلب تصنيعًا.
2. إنشاء عرض سعر: يتم إنشاء عرض سعر وتحديد المنتج كـ "مادة مصنّعة".

3. إنشاء أمر تصنيع (MO): عند تأكيد أمر البيع، يقوم النظام تلقائيًا بإنشاء أمر تصنيع في وحدة الإنتاج.
4. اكتمال الإنتاج: بعد انتهاء عملية التصنيع، يتم إدخال المنتج النهائي إلى مخزن المنتجات الجاهزة.
5. إصدار أمر تسليم وفاتورة: يتم إصدار أمر تسليم من مخزن المنتجات النهائية، ثم إصدار فاتورة للعميل.

7. واجهات المستخدم (User Interface Design)

يجب أن يتضمن النظام الواجهات الرئيسية التالية بتصميم واضح وسهل الاستخدام:

- شاشة إدارة العملاء (Customers) مع فلاتر بحث متقدمة.
- شاشة إنشاء وتعديل عروض الأسعار (Quotations).
- شاشة متابعة أوامر البيع (Sales Orders) مع عرض حالتها (قيد الموافقة، مؤكد، تم التسليم).
- شاشة إدارة عمليات التسليم والفواتير (Delivery & Invoices).
- لوحة معلومات (Dashboard) تفاعلية تعرض ملخصًا مرئيًا للمبيعات مع تفصيل حسب النوع (خام/مصنع).
- شاشة التقارير (Reports) مع خيارات تخصيص وفلتر متقدمة.

8. الأمان والتدقيق (Security & Audit)

- **صلاحيات متعددة المستويات:** تحديد صلاحيات دقيقة لكل دور وظيفي (عرض، إنشاء، تعديل، حذف).
- **سجل التدقيق (Audit Trail):** تسجيل جميع التغييرات التي تتم على المستندات الهامة (عروض الأسعار، أوامر البيع، الفواتير) مع توضيح من قام بالتعديل ومتى.
- **تشفير البيانات:** استخدام تشفير SSL لضمان أمان البيانات الحساسة المنقولة عبر الشبكة.
- **قيود التعديل:** حظر تعديل أو حذف أوامر البيع والفواتير بعد اعتمادها أو ربطها بقيود محاسبية لضمان سلامة البيانات المالية.

9. الأداء والاعتمادية (Performance & Reliability)

- قدرة النظام على دعم ما لا يقل عن 200 مستخدم متزامن دون تدهور في الأداء.
- يجب ألا يتجاوز متوسط وقت معالجة الطلب (مثل إنشاء فاتورة من أمر بيع) ثانيتين.
- تطبيق نظام نسخ احتياطي دوري (يوميًا) للبيانات مع وجود سجل للأخطاء التشغيلية لتسهيل عملية التشخيص والإصلاح.

10. التوسع المستقبلي (Scalability & Future Enhancements)

- يجب تصميم النظام ليكون قابلاً للتطوير والتوسع في المستقبل ليشمل:
- إمكانية الربط مع منصات التجارة الإلكترونية (E-Commerce) لعرض المنتجات وتلقي الطلبات عبر الإنترنت.
 - التكامل مع تطبيقات الجوال لمندوبي المبيعات لتسهيل عملهم الميداني.
 - استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي (AI) لتحليل بيانات المبيعات وتوقع الاتجاهات المستقبلية.

11. مؤشرات الأداء (KPIs)

سيتم قياس نجاح تطبيق المودول من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية التالية:

| المؤشر | الهدف المستهدف |
|---|------------------------------|
| نسبة دقة الطلبات (Order Accuracy Rate) | $98\% \leq$ |
| متوسط دورة المبيعات (Average Sales Cycle) | $2 \geq$ أيام (للمواد الخام) |
| مستوى رضا العملاء (Customer Satisfaction) | $90\% \leq$ |
| نسبة المبيعات المصنّعة من إجمالي المبيعات | $60\% \leq$ |

| المؤشر | الهدف المستهدف |
|--------------------------------|----------------|
| معدل النمو الشهري في الإيرادات | $\leq 5\%$ |