

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكايمي

التخصص : إمداد ونقل دولي

الشعبة : العلوم التجارية

دورالخدمات اللوجستية في تطوير التجارة الالكترونية

بمنظمات الأعمال - شركة امازون نموذجاً-

تحت اشراف الأستاذة

أ.د/ بن حراث حياة

مقدمة من طرف الطالبين

-خليفة مامة

-بن دحمان كريمة جميلة

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	درقاوي أسماء	أستاذة محاضرة أ	جامعة مستغانم
مشرفا ومقررا	بن حراث حياة	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم
مناقشا	لاكسي فوزية	أستاذة محاضرة أ	جامعة مستغانم

2022-2021

# اهداء

الى اعلى ما املك.....والداي العزيزين

الى اخوتي واخواتي وكل من دعمني

الى كل من اكن لهم التقدير والاحترام .... اصدقائي

لكم جميعا اهدي هذا العمل

خليفي مامة

# اهداء

لوالداي الغاليين

لكل عائلتي الكريمة

لأصدقائي الاعزاء

اهدي لكم هذا العمل

بن دحمان كريمة جميلة

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خير خلق الله اشرف المرسلين

بعد حمد الله العظيم الكريم ذو القوة المتين الذي وفقنا لانجاز هذا العمل

اتقدم بجزيل الشكر والعرفان للاستاذة الفاضلة أ.د. بن حراث حياة على كل ما قدمته

لنا من توجيهات لاتمام هذا العمل .

والى جميع من لهم الحق علينا من اساتذة طيلة فترة الدراسة

الشكرايضا للاستاذة اعضاء لجنة المناقشة

لكم جميعا كل التقدير والاحترام

# قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
01	المقدمة العامة
04	الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية
05	تمهيد
06	المبحث الأول : ماهية التجارة الالكترونية
06	المطلب الأول : نشأة التجارة الالكترونية و مراحل تطورها
06	1- تعريف التجارة الالكترونية
08	2- مراحل تطور التجارة الالكترونية
10	المطلب الثاني : أهمية و خصائص التجارة الالكترونية
10	1- أهمية التجارة الالكترونية
13	2- خصائص التجارة الالكترونية
14	المبحث الثاني : أساسيات التجارة الالكترونية
14	المطلب الأول : أركان و ابعاد التجارة الالكترونية
14	1- اركان و ابعاد التجارة الالكترونية
17	2- عناصر التجارة الالكترونية
19	المطلب الثاني : مزايا و عيوب التجارة الالكترونية و كيفية تفعيلها
19	1- مزايا و عيوب التجارة الالكترونية
22	2- تفعيل التجارة الالكترونية
25	خلاصة
26	الفصل الثاني : ماهية الخدمات اللوجستية
27	تمهيد
28	المبحث الأول : ماهية اللوجستيات
28	المطلب الأول : مفهوم اللوجستيات و مراحل تطورها
28	1- نشأة و تطور مفهوم اللوجستيات
30	2- مفهوم اللوجستيات
33	المطلب الثاني : الادارة اللوجستية
33	1- أهداف الادارة اللوجستية
34	2- وظائف و أنشطة الاعمال اللوجستية
37	المبحث الثاني : ماهية الخدمات اللوجستية و نظمها

37	المطلب الأول : انواع الخدمات اللوجستية وعوامل نموها
37	1- انواع وأقسام الخدمات اللوجستية
40	2- عوامل نمو الخدمات اللوجستية
42	المطلب الثاني : نظم المعلومات اللوجستية
43	1- ماهية نظم المعلومات اللوجستية
44	2- مميزات النظام اللوجستي والشروط الواجب توفرها في المعلومات
44	3- فوائد نظم المعلومات اللوجستية
46	خلاصة
47	الفصل الثالث : علاقة التجارة الالكترونية بالخدمات اللوجستية
48	تمهيد
49	المبحث الأول : دور الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية
49	المطلب الأول : ماهية الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية
49	1- الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية
49	2- انواع الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية
52	المطلب الثاني : التحديات التي تواجه الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية
53	1- التحديات التي تواجه الخدمات اللوجستية
54	2- الحلول المقترحة من اجل مواجهة التحديات
55	المبحث الثاني : دراسة حالة لشركة امازون
56	المطلب الأول : لمحة عن شركة امازون وانشطتها اللوجستية
56	1- تقديم شركة أمازون
57	2- الانشطة اللوجستية لشركة امازون
57	المطلب الثاني : مساهمة الخدمات اللوجستية في تطوير شركة امازون
57	1- دور الخدمات اللوجستية في تطوير التجارة الالكترونية
58	2- استراتيجيات نجاح شركة امازون
59	3- مميزات شركة امازون
62	خلاصة
63	خاتمة عامة
67	المراجع
70	الملخص

## قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان
13	الشكل رقم 01 : فوائد التجارة الالكترونية
16	الشكل رقم 02 : خلاصة الابعاد و الاركان الاساسية للتجارة الالكترونية
18	الشكل رقم 03 : العناصر التي ينبغي التعرف عليها عند التعامل مع التجارة الالكترونية
20	الشكل رقم 04 : ملخص لمميزات التجارة الالكترونية وتقنياتها
36	الشكل رقم 05 : العملية اللوجستية
41	الشكل رقم 06: ملخص لمعنى الخدمات اللوجستية
61	الشكل رقم 07 : نسبة شركة امازون من الارباح في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
32	الجدول رقم 01 : خصائص اللوجستيك خلال مراحلہ الثلاث
42	الجدول رقم 02 : الشركات الرائدة في مجال الخدمات اللوجستية في العالم
61	الجدول رقم 03 : نسبة امازون من الارباح في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية

# المقدمة العامة

## المقدمة العامة :

يشهد العالم ثورة علمية و نهضة تكنولوجية واسعة تتسم بالتفاعل السريع و تتميز البيئة التي تعيشها الشركات في العصر الحديث بمنافسة شديدة فرضتها التطورات الحديثة و المستمرة في تكنولوجيا المعلومات و قد أصبحت هذه التطورات في تغير و تجدد في حاجات العملاء و رغباتهم . ان الخدمات اللوجستية التي تعتبر جزء مهم و حيوي في شبكة سلاسل الامداد ولها أهمية كبيرة في تطوير خدمات التجارة الالكترونية حيث تكمن أهميتها في توفير المال و الوقت اللذان يعتبران هدف لكل منشأة اذا اعتبر بتقليل التكاليف و اختصار الوقت عنصر اساسي و مهم في العمليات اللوجستية و تتمثل ايضا اهمية الخدمات اللوجستية في ما تقدمه من خدمات افضل للعملاء و اسرع من ناحية زمن التوصيل بالاضافة الى التحسين من كفاءة سواء الخدمات او المنتج بالاضافة الى زيادة الايرادات للشركة . و تكمن اهمية التجارة الالكترونية في انها سهلت العمليات التجارية التي تعتبر اكثر تعقيدا في التجارة التقليدية و اتاحت الفرص امام العديد من الافراد العمل من منازلهم و مكنتهم من عمل مشاريع تجارية و تطويرها و استعمال التكنولوجيا في ذلك بالاضافة انه اتاحت لشريحة من المجتمع كالنساء الماكثات في البيت و ذوي الاعاقة من ولوج عالم التجارة و جعلت لهم دورا فعالا في التنمية الاقتصادية من فوائدها ايضا اختصار المسافات و اعتمادها على عامل تخفيض التكلفة و تقليص الزمن .

كما أن هناك علاقة بين الاستعانة بتطبيقات التجارة الالكترونية التي تدعم توفير خيارات الشحن الأسرع بتكاليف أقل و نظام الكتروني متكامل معتمد على الخدمات و الأنشطة اللوجستية اقصر و اسرع للتاجر بالإضافة الى رضا العميل و جودة التسويق و ادارة العمل التجاري بأكمله اشكالية الدراسة :

إن الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على قدرات الخدمات اللوجستية و أثرها على التجارة الالكترونية وهنا تتمثل اشكالية البحث في السؤال التالي :

كيف تساهم الخدمات اللوجستية في تطوير التجارة الالكترونية لشركة أمازون؟

و يتدرج تحت السؤال الرئيسي اسئلة فرعية متمثلة في :

- 1- كيف تطورت التجارة الالكترونية ؟
- 2- كيف ساهمت الخدمات اللوجستية في تطوير التجارة الالكترونية ؟
- 3- ما هو دور الخدمات اللوجستية في شركة أمازون؟

فرضيات الدراسة :

يمكن صياغة الفرضيات كالاتي :

- يوجد علاقة إيجابية بين الخدمات اللوجستية وتطوير التجارة الالكترونية.

## أهمية الدراسة :

أهمية الدراسة تكمن في أهمية الموضوع المتطرق اليه فهي تدرس أهمية الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية التي بدورها تعتبر داعم كبير في مجال الاقتصاد العالمي و التي كانت نتيجة نهضة اقتصادية و تكنولوجية و معلوماتية فالتجارة الالكترونية تعد احدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة.

## اهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف تتمثل في :

- تبيان أهمية التجارة الالكترونية
- دور الخدمات اللوجستية في مجال التجارة بالعموم و علاقتها بالتجارة الالكترونية
- تبيان ان الخدمات اللوجستية اهم دعائم التجارة الالكترونية
- عرض طرق و حلول للاستخدام الامثل للخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية

## اسباب اختيار الموضوع :

- أهمية التجارة الالكترونية و في زمن التطور التكنولوجي و المعلوماتي و مع التطور في مجال الخدمات اللوجستية ظهرت الفكرة في دراسة ذلك دراسة مشبعة بمعلومات قيمة و مدروسة و حديثة .
- الميول الشخصي الذي ينبع من مجال دراستنا والرغبة في البحث والمطالعة والتعمق في التخصص.
- حداثة الموضوع و التطور الحاصل في مجال التجارة الالكترونية و مجال الخدمات اللوجستية.
- زيادة توجه المستهلك الى استعمال التجارة الالكترونية
- توجه رجال الاعمال نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث اصبحت لهم رؤية واضحة حول ما تحتاجه التجارة الالكترونية من تقديم خدمات .

## منهج الدراسة :

للإجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها البحث و الإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، من خلال التطرق الى ماهية التجارة الالكترونية والخدمات اللوجستية و توضيح العلاقة بينهما. و من اجل اعطاء هذا الموضوع صبغة منفردة تتماشى مع المستجدات الراهنة، ثم اللجوء الى مواقع الانترنت للحصول على المعلومات و المعطيات الرقمية ذات صلة بالموضوع بالإضافة للكتب و المذكرات، وتم اختيار شركة امازون لما لها صلة بمتغيرات الدراسة، محاولين بذلك إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي.

الدراسات السابقة : تم الاعتماد على الدراسات السابقة التالية:

- مذكرة ماستر بعنوان سلسلة التوريد ودورها في التجارة الالكترونية (2019) للطالبات كريمة ضيف و ابتسام زربيط و منال حشيفة ، حيث تم التطرق إلى دور سلسلة التوريد في تطوير التجارة الالكترونية و تم اخذ شركة امازون كمثال يحتدى به في هذا المجال . حيث تناولت المذكرة موضوع اثر سلاسل التوريد ودورها في التجارة الالكترونية في شركة أمازون، وكان الهدف من هذه الدراسة التعرف على ظاهرة انتشرت بسرعة في العالم، وهي التجارة الإلكترونية، وكذلك التعرف على العلاقة بين خصائص سلاسل التوريد والتجارة الإلكترونية، وتسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في شركة امازون والأثر الذي تحدثه سلاسل التوريد على التجارة الالكترونية في الشركة. وكان من اهم نتائج الدراسة: وجود أثر إيجابي فعال بين سلسلة التوريد وتجارة الالكترونية كما تعتمد أمازون على استراتيجية التحالف و الاندماج بالكثير من الحالات حتي تتمكن من كسب شريك وتوسيع حصتها السوقية و الاستفادة من خيرات شركائها .

- مقال من موقع warehouse any where للكاتب steve syverso (2021) بعنوان لوجستيات التجارة الالكترونية و تم التطرق فيه إلى ما تحتاج معرفته الشركة الناشئة في مجال الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية حيث اعتبر ان الخدمات اللوجستية المنسقة بشكل صحيح هي مفتاح النجاح لأي شركة تجارية ناشئة في مجال التجارة الالكترونية

و استنادا على ما سبق قمنا في هذا البحث بالاضافات التالية : التركيز اكثر على الخدمات اللوجستية لتحديد و توضيح الصورة اكثر حيث ان اهميتها لا تظهر فقط في المجال الذي يختص بالنقل و التوزيع بل تسبقه بالخدمات المقدمة في عمليات الانتاج و تعداه الى عمليات التسويق و خدمات ما بعد البيع و و تم التركيز على اعتبار الخدمات اللوجستية داعم اساسي و مهم للتجارة بالعموم و التجارة الالكترونية بالخصوص و اخيرا اعتبار امازون كواجهة تظهر مدى التطور و النجاح المحقق لشركة تبنت نهج الخدمات اللوجستية و قامت على تطويرها .

هيكل الدراسة :

و للامام بجوانب الموضوع و اعطاءه حقه من تحليل و تسليط الضوء على مكوناته و مختلف جوانبه لتجاوز الاشكالية باقتراح حلول واقعية قمنا بتجزئة البحث الى ثلاث فصول حيث تم التطرق في الفصل الاول الى عموميات حول التجارة الالكترونية و الذي بدوره احتوى على مبحثين المبحث الاول بعنوان ماهية التجارة الالكترونية و الثاني بعنوان أركان التجارة الالكترونية و مزاياها و عيوبها و تفعيلها

اما الفصل الثاني فكان بعنوان ماهية الخدمات اللوجستية و تم تقسيمه الى مبحثين ايضا الاول بعنوان ماهية اللوجستيات و المبحث الثاني ماهية الخدمات اللوجستية و نظمها

و الفصل الثالث علاقة التجارة الالكترونية بالخدمات اللوجستية و انقسم ايضا الى مبحثين الاول دور الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية و المبحث الثاني دراسة حالة لشركة امازون و في الاخير الخاتمة العامة التي تم فيها الاجابة على الاشكالية و اثبات الفرضيات و تقديم الحلول

# الفصل الاول: عموميات حول التجارة الالكترونية

تمهيد :

ان التجارة الالكترونية من المصطلحات الحديثة التي ظهرت في الفترة الأخيرة نتيجة للتوسع في استخدام التقنيات المتطورة و الاعتماد على الحواسيب الآلية في مختلف أمور الحياة ، و يقصد بالتجارة الالكترونية أو ال eCommerce باللغة الإنجليزية عملية شراء وبيع المنتجات أو الخدمات، والقيام بالتحويلات المالية ونقل البيانات باستخدام وسيط إلكتروني (الإنترنت). وهذه العملية تتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو بالحواجز الجغرافية.

و من خلال ما تقدم سوف نحاول اعطاء صورة عن التجارة الالكترونية و ذلك بالتطرق الى المفاهيم المتعلقة بها حيث تم تقسيم هذا الفصل الى مبحثين رئيسيين و هما كالتالي

المبحث الاول : ماهية التجارة الالكترونية

المبحث الثاني : أساسيات التجارة الالكترونية

### المبحث الأول : ماهية التجارة الالكترونية

ان التجارة الالكترونية مصطلح جديد في عالم الاقتصاد ظهوره كان مع انتشار الانترنت في بداية التسعينات من القرن العشرين و اصبحت تستخدم في العديد من الانشطة الحياتية التي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و يوجد عدة تعريفات في دراسات و ادبيات موضوع التجارة الالكترونية سنتطرق الى اهمها لاكتمال صورة و ماهية التجارة الالكترونية مع

التطرق الى اهدافها وفوائدها و مراحل تطورها وصفاتها و المميزات و العيوب الخاصة بها .

### المطلب الاول : نشأة التجارة الالكترونية و مراحل تطورها

#### 1- تعريف التجارة الالكترونية

"تشمل التجارة الالكترونية جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعني بتلك العلاقات بين المؤسسات ، العلاقات بين المؤسسات و الادارات، و المبادلات بين المؤسسات والمستهلكين، التجارة الالكترونية تغطي في نفس الوقت : تبادل المعلومات و التعاملات الخاصة بالمنتجات، التجهيزات أو السلع الاستهلاكية و الخدمات (مالية، قانونية....)، وسائل طرق الاتصال المستعملة متعددة هاتف، تلفزيون، مينيتل Minitel ، شبكات معلوماتية كالأنترنت...) خصائصها مشتركة هي معالجة المعلومة الرقمية التي تحوي المعطيات النصوص الاصوات والصور" تعريف عن وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية<sup>1</sup>

اهتمت منظمة الامم المتحدة ممثلة في لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي الاونسترال (Uncitral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية و قد تم ذلك في السادس عشر من ديسمبر 1996 حيث وافقت اللجنة على اصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية . ولقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الالكترونية ففي الفقرة الاولى من المادة الثانية نص على أن وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الالكترونية على سبيل المثال لا الحصر بخلاف تبادل البيانات إلكترونيا أيضا البريد الالكتروني أو التلكس أو الفاكس، إذ ممكن مثلا أن يتم الايجاب عن طريق الأنترنت و القبول عن طريق الفاكس

<sup>1</sup> د. ابراهيم بختي التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة ط2 ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2008 ص 39

تعرفها منظمة التجارة الدولية على أنها " أنشطة إنتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية، و حسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة انواع من العمليات:

- عمليات الاعلان عن المنتج و عمليات البحث عنه
- عمليات تقديم طلب الشراء و سداد ثمن المشتريات
- عمليات تسليم المشتريات "

أما منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية فتشير الى أن التجارة الالكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات و الأفراد و التي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة هذا بالإضافة إلى شمول الأثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا و مدى تأثيرها على المؤسسات و العمليات التي تدعم و تحكم الأنشطة التجارية<sup>1</sup>

وعرفها الاتحاد الأوروبي بأنها كل " الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية و المستهلكين أو بين كل منهما على حدى و بين الادارات الحكومية "

بالتالي نخلص إلى أن " التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع و المشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية ، أو كالتزويد بمعلومات ( عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات اخرى ) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا و سواء تم التسديد إلكترونيا أو بصك و رقي ، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى " و يمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعريفات سالفه الذكر على النحو التالي: التجارة الإلكترونية هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع و شراء السلع و الخدمات و المعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى"، ويشمل ذلك:

- عمليات توزيع و تسليم السلع و متابعة الإجراءات
- سداد الالتزامات المالية و دفعها
- إبرام العقود و عقد الصفقات
- التفاوض و التفاعل بين المشتري و البائع
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع و الشراء و خدمات ما بعد البيع
- المعلومات عن السلع و البضائع و الخدمات
- الإعلان عن السلع و البضائع و الخدمات
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن

<sup>1</sup> مذكرة متطلبات نيل شهادة ماجيستر واقع و افاق التجارة الالكترونية في الجزائر للطالبة صراع كريمة 2013-2014

- تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) بما في ذلك:
  - التعاملات المصرفية
  - الفواتير الإلكترونية
  - الاستعلام عن السلع
  - كتالوجات الأسعار
  - المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء

اذن فالتجارة الإلكترونية هي إجراء جميع المعاملات والعلاقات التجارية بما فيها بيع المعلومات والخدمات والسلع عن طريق شبكات الاتصالات الحاسوبية أو ما يُعرف بشبكة الإنترنت، وبشكل عام يستخدم مصطلح التجارة الإلكترونية في العمومية للحديث عن تجارة السلع والخدمات عبر الإنترنت بما فيه النشاط الاقتصادي الأوسع، وتتكون التجارة الإلكترونية من عمليات التجارة بين الشركات والمستهلكين بالإضافة إلى المعاملات التنظيمية الداخلية التي تدعم تلك الأنشطة.

### 2- مراحل تطور التجارة الالكترونية :<sup>1</sup>

يرى بعض المتخصصين في عالم الاقتصاد أن نقطة انطلاق التجارة الالكترونية كانت عام 1998 ومن هم من يرى ان الانطلاقة كانت قبل ذلك نحو عام 1995، حيث نشأت التجارة الإلكترونية لتسهيل بعض المعاملات التجارية التي تتضمن تبادل المستندات التجارية مثل الطلبات أو الفواتير بين الموردين وعملائهم التجاريين، ويرجع أصل هذه النشأة إلى حصار برلين 1948-49 والجسر الجوي حيث تم استحداث نظام طلب البضائع بشكل أساسي عبر التلكس، ثم بدء اعتماد هذا النظام في الصناعات المختلفة ونشر أول معيار عام في عام 1975، وذلك بسبب أن معيار تبادل البيانات الإلكترونية من الكمبيوتر إلى الكمبيوتر (EDI) مرناً بما يكفي للتعامل مع معظم المعاملات التجارية الإلكترونية البسيطة، ومع زيادة انتشار الإنترنت وظهور شبكة الويب العالمية في عام 1991 وأول متصفح في عام 1993 تحولت معظم التجارة الإلكترونية إلى الإنترنت، وفي عصرنا الحالي انتشرت الهواتف الذكية وأصبح الاتصال بالإنترنت أسهل وأسرع في جميع أنحاء العالم الأمر الذي أدى إلى تحول الكثير من التجارة الإلكترونية إلى الأجهزة المحمولة واللوحية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وجعلها نوعاً أساسياً من التجارة. لقد بدأت التجارة الإلكترونية في التسعينيات منذ بدء ثورة الإنترنت، فقد تطور هذا النوع من التجارة عام 1969: إطلاق أول خدمة تجارية عبر الإنترنت في ولاية أوهايو من قبل اثنين من طلاب الهندسة الكهربائية من كولومبوس أطلقوا عليها اسم CompuServe عام 1979: وضع أساس التسوق عبر الإنترنت بواسطة المخترع الإنجليزي مايكل ألدريتش الذي استخدم حاسوباً لمعالجة المعاملات وجهاز تلفزيون مُحكماً لإنشاء أول نقل آمن للبيانات. عام 1982: افتتاح أول سوق على الإنترنت عرف باسم Boston Computer Exchange عام 1995: إطلاق أكبر متجرين إلكترونيين هما eBay و Amazon ، حيث أكملت كلتا

<sup>1</sup> ا.د. عامر ابراهيم قنديلجي كتاب التجارة الالكترونية و تطبيقاتها ط1 دار المسيرة الاردن 2015 ص 36

الشركتين مليون معاملة تجارية بحلول عام 1997. عام 1998: ظهور نظام الدفع الإلكتروني المتخصص لمعاملات التجارة PayPal وهو ما منح المستهلكين وسيلة دفع موثوقة يمكن بواسطتها إتمام المعاملات المالية الشخصية والمتعلقة بالعمل. عام 2000: السماح للشركات المختصة بالتجارة الإلكترونية بإنشاء الإعلانات من خلال أداة بحث Google بعد إطلاق جوجل خدمة Google AdWords. عام 2005: إطلاق خدمة أمازون برايم من قبل شركة أمازون. عام 2009: السماح لتجار التجزئة بقبول مدفوعات الخصم والائتمان من خلال أحد التطبيقات بسبب إطلاق Square. عام 2014: إطلاق شركة Apple أداة الدفع عبر الهاتف المحمول والمحفظة الرقمية Apple Pay

لقد مرت التجارة الالكترونية بثلاث مراحل اساسية ابتدأت في مرحلة تحويل الارصدة الكترونيا و تلتها مرحلة التبادل الالكتروني بين الشركات و الموردين و اخيرا مرحلة التبادل الالكتروني للوثائق . وتتمثل في:<sup>1</sup>

**المرحلة الاولى :** مرحلة تحويل الارصدة الكترونيا و هي مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية و الموردين الفرعيين . و لقد ظهرت اوائل التطبيقات في التجارة الالكترونية في السبعينات من القرن العشرين الماضي وذلك من خلال تحويل الارصدة الكترونيا .

**المرحلة الثانية :** مرحلة التبادل الالكتروني بين الشركات و الموردين و يكون هذا التبادل من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة و ذلك يكون ب تبادل الوثائق و النماذج الالكترونية مثل طلبات الشراء و الفواتير المالية تم فيها ارسال عبر البريد الالكتروني , ارسال الاستثمارات الالكترونية ..ادارة سلسلة التوريد في اطار التعاون بين المنظمات و المزودين و الزبائن ..الخ

**المرحلة الثالثة :** هي مرحلة التبادل الالكتروني للوثائق و انجاز المعاملات التجارية على شبكة الانترنت و فيها استخدام نظام التبادل الالكتروني للوثائق .

لقد أحدثت التجارة الالكترونية تغيرات كبيرة في العالم أدت إلى تطور العديد من الدول التي أصبحت متقدمة تكنولوجيا مثل الولايات المتحدة واليابان وأوروبا، فهذه الدول تقدمت نتيجة تطور التجارة الالكترونية فيها بصورة سريعة خاصة مع ازدياد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات. وبعدها أصبح الإنترنت متاحا للجميع سيؤثر بدوره على درجة فاعلية التجارة الالكترونية والتي ستكون في المستقبل السمة السائدة للتمتع التجاري في المجتمعات ككل سواء كانت عربية أو غير عربية، حيث ستحاول الشركات استغلال كل إمكانياتها في التجارة الالكترونية مما سيؤدي بدوره إلى تقدم العمليات التجارية في العالم بصورة تفوق كل توقعات العملاء والمستهلكين من حيث تعريف وتحديد السوق أو خلق أسواق جديدة بأكملها. ومن المتوقع مع تطور التجارة الالكترونية وجود تغيرات لصورة

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي – التجارة الالكترونية و تطبيقاتها دار المسيرة للنشر و التوزيع – ط 1 – سنة 2015 – ص 36

## الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية

الشركات ويتمثل في عدة عناصر :

- تداخل الأدوار بين الموردين والمصنعين والبائعين.
- اختفاء إدارات التسويق التقليدية ليعوض عنها ببرامج الكمبيوتر.
- التعامل مع أنواع متعددة مع البضائع.
- آلية التعامل مع العميل والمورد والمنتج.
- اختفاء دور رجل البيع التقليدي ليحل محله المتاجر الالكترونية.
- ظهور متاجر الكترونية افتراضية لا تحتاج زيارة المحلات بل يُمكن مُعاينة البضائع الكترونياً.
- قلة الحاجة إلى المباني الضخمة في الشركات.
- التحول في ميزان القوة التجارية من خلال تزايد نفوذ الزبون.
- تباين العلاقة بين المنتج والموزع والبائع والزبون.
- اختفاء مخازن الشركات بحيث توجه الطلبات لمراكز الانتاج.
- اتجاه نقل خدمات الإنترنت للمنازل يُعزز من دور تجارة الإنترنت ووجود عدد من العملاء في منازلهم يُمكنهم الوصول للمتاجر الإلكترونية.

وقد أصبح نجاح الشركات مرهوناً بامتلاكها مواقع الإنترنت ومن ثم مواكبتها للتحويلات الطارئة و التغييرات المتعاقبة السريعة في الأسواق المالية والتكنولوجية واتجاهات العملاء وفي مقدمتها شبكة الإنترنت. كما أدت التغييرات التنظيمية التي أحدثتها التجارة الالكترونية في الشركات إلى إحداث تأثيرات في هيكل السوق، فالسوق وفق مفهوم التجارة الالكترونية هو السوق العالمي ويشمل العالم أجمع، وقد خلق هذا التطور في برامج التسويق الالكتروني تحديات جديدة تتمثل بظهور منافسين جدد لا ينتمون إلى القطاع الصناعي أو التجاري، بالإضافة إلى ظهور وسطاء غير معروفين على شكل مواقع تجارية على الإنترنت لبيع المستهلكين سلعا يتم شراؤها من الآخرين، وظهور تحالفات استراتيجية بين الشركات لتوسيع منافستها في الأسواق العالمية، وتغيير تكاليف الصفقات التجارية وهي السمة الجاذبة للتجارة الالكترونية وتتمثل في انخفاض تكاليف الصفقات التجارية وهو من الأسباب التي ساعدت على تطور التجارة الالكترونية سريعاً.

### المطلب الثاني : أهمية وخصائص التجارة الالكترونية

1- أهمية التجارة الالكترونية : تكمن أهمية التجارة الالكترونية في الاهداف المسطرة التي تسعى أي شركة الى الوصول اليها و تحقيقها في هذا المجال بالإضافة الى الفوائد المرجوة من ذلك .

#### 1-1 اهداف التجارة الالكترونية<sup>1</sup>:

تسعى التجارة الالكترونية الى تحقيق عدة اهداف تتمثل في

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي - التجارة الالكترونية و تطبيقاتها - نفس المرجع السابق - ص 35

- تجاوز الحدود الجغرافية والاقليمية في التعاملات الاقتصادية و هذا ما حققته و تركز عليه التجارة الالكترونية . و هذا يعني التوسع و فتح اسواق جديدة.
- بناء علاقات مع العملاء و الزبائن والتواصل معهم و السعي نحو زيادة الوصول اليهم.
- التقليل من تكاليف الانتاج و التسويق و التوزيع مقارنة بالتجارة التقليدية .
- تتم عملية التفاوض و عملية التسويق و عمليات البيع و الشراء عبر شبكات الانترنت بالاضافة الى عمليات و اجراءات الدفع و التسديد و هذا ما يجعل الامر يتصف بالسهولة .
- تحسين الخدمات المقدمة للعملاء مقارنة بالتجارة التقليدية و هذا يؤدي الى تغيير الصورة الذهنية الراسخة في عقول العملاء و الزبائن .
- الاعتماد على السرعة في اداء الاعمال في ظل التطور التكنولوجي و عالم الاتصال .

### 2-1 فوائد التجارة الالكترونية<sup>1</sup>

للتجارة الالكترونية منافع و فوائد لا تقتصر على مجال التجارة في فئاتها الاساسية و هي التجارة الالكترونية من الأعمال إلى الزبائن (B2C) و التجارة الالكترونية من الأعمال إلى الأعمال (B2B) و التجارة الالكترونية من الزبائن إلى الزبائن (C2C)<sup>2</sup>. فالتجارة الالكترونية ليست مجرد امتلاك موقع على شبكة الانترنت و إنما هي نظم معلومات و تكنولوجيا اتصالات و توليفة واسعة و متنوعة من تطبيقات الأعمال على شبكة الانترنت. و للتجارة الالكترونية فوائد عديدة يستطيع الافراد و الشركات الاستفادة منها في حالة استغلالها استغلالاً صحيحاً و بصورة مناسبة و من بين هذه الفوائد:

- فوائد التجارة الالكترونية للشركات.
- فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين.
- فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع .

### فوائد التجارة الالكترونية للشركات:

- توسع نطاق السوق من نطاق محلي إلى نطاق دولي و عالمي، فمع القليل من التكاليف بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين و مزودين أكثر.
- تخفيض تكاليف انشاء و معالجة و توزيع و حفظ و استرجاع المعلومات الورقية.
- القدرة على انشاء تجارات متخصصة جداً.
- تخفيض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال و الحصول على المنتجات و الخدمات

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي - التجارة الالكترونية و تطبيقاتها نفس المرجع السابق ص 101

<sup>2</sup> د يوسف الطائي - هشام العبادي التسويق الالكتروني - الوراق للنشر و التوزيع - عمان الاردن - ط 1 - سنة 2009 - ص 189

## الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية

- هناك فوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة و تحسين خدمة الزبائن و ايجاد شركاء تجاريين جدد و تسهيل العمليات و تقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات و الخدمات و رفع الانتاجية و التخلص من الاوراق و خفض تكاليف المواصلات و زيادة المرونة في التعامل.

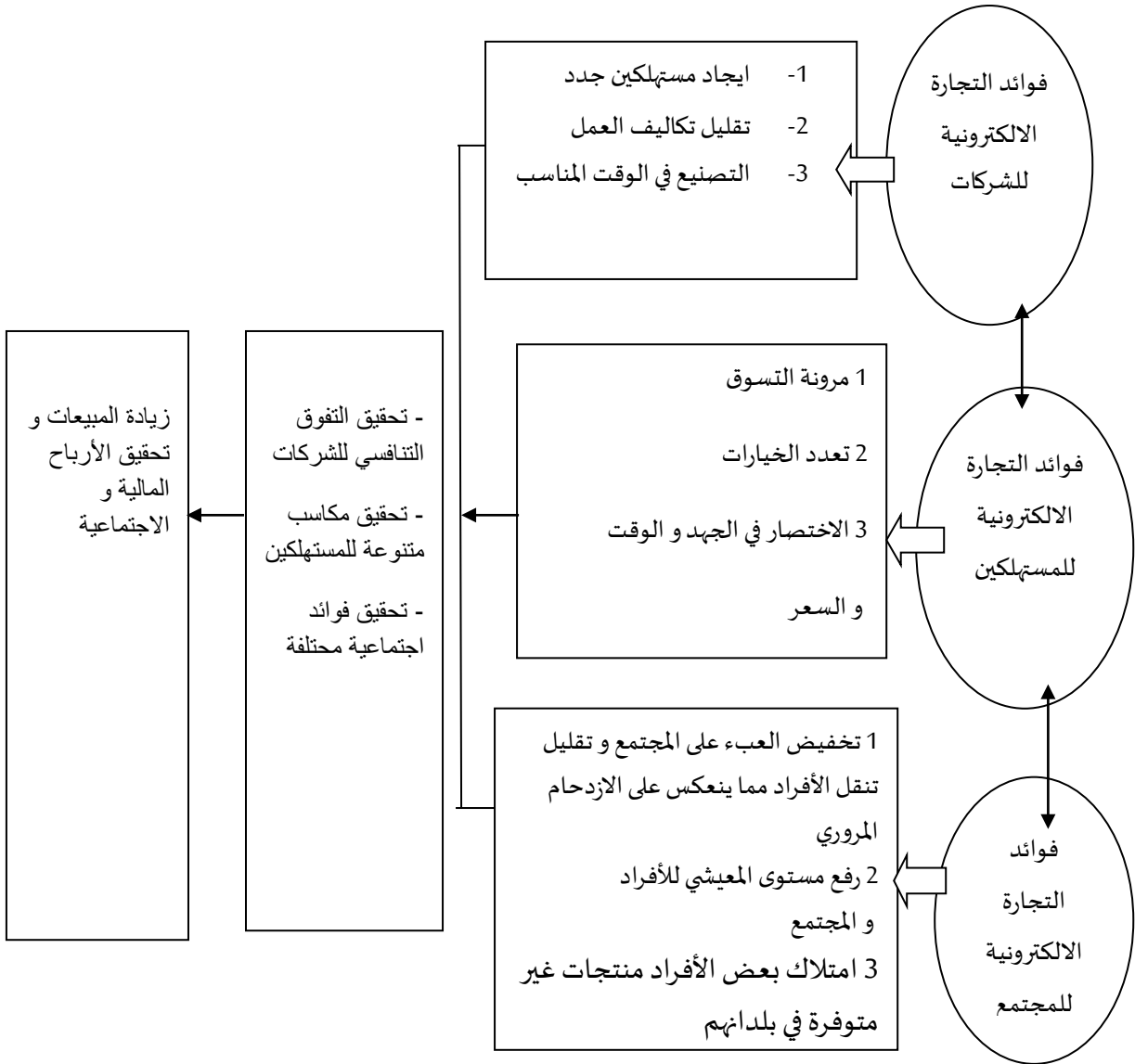
فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين :

- تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملاته خلال 24 ساعة في اليوم أو في أي يوم من السنة و من أي مكان على سطح الأرض.
- تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى المنتجات و شركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك .
- في بعض الأحيان تكون من أرخص الاماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يسوق في الكثير من المواقع و مقارنة بضائع كل شركة.
- تمكين البائع من إرسال البضاعة بسرعة و بسهولة إلى المشتري
- تشجيع المنافسة مما يعني خفض الأسعار.

فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع : تقدم التجارة الالكترونية فوائد عديدة للمجتمع أهمها :

- التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله و تقلل الوقت المتاح للتسويق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع و هو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.
- تسمح التجارة الالكترونية لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة ، و بذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع ، يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع مستوى معيشة للمجتمع ككل
- تيسر التجارة الالكترونية توزيع الخدمات العامة مثل ( الصحة و التعليم و الخدمات الإجتماعية بسعر منخفض و بكفاءة.)، والشكل التالي يوضح فوائد التجارة الالكترونية :

الشكل رقم 1 : فوائد التجارة الالكترونية



المصدر: د يوسف الطائي - هاشم العبادي - التسويق الالكتروني - الوراق للنشر و التوزيع عمان الاردن طبعة 1 السنة 2009 ص 93

## 2- خصائص التجارة الإلكترونية:

توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة خصائص أهمها<sup>1</sup> :

- لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدم 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.

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي - التجارة الالكترونية - دار المسيرة للنشر و التوزيع - ط 1 - سنة 2015 - ص 48

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية. و من الخصائص الأكثر اهمية للتجارة الالكترونية :
- انها متاحة في كل مكان و في كل وقت حيث يستطيع الزبون التسوق من منزله او عمله عبر أي جهاز متطور
- تتيح تكنولوجيا التجارة الالكترونية تجاوز الحدود الجغرافية أي انها تصل الى أي مكان في العالم و تعتبر مشتركة بين جميع الدول و هذا ما اسهم في تقليص تكاليف الدخول للأسواق.
- زيادة عدد الزبائن و سرعة الوصول اليهم و تقديم الخدمات و المعلومات لاعداد كبيرة منهم

### المبحث الثاني : أساسيات التجارة الالكترونية

#### المطلب الاول : اركان و ابعاد التجارة الالكترونية

##### 1- اركان و ابعاد التجارة الالكترونية :

- لقد تم تحديد عدة اركان و ابعاد للتجارة الالكترونية تمثلت في ما يلي :<sup>1</sup>
- الحاسوب لأنه يتيح ادخال البيانات و معالجتها وتخزينها و تحديث بياناتها و استرجاع معلوماتها

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي – التجارة الالكترونية و تطبيقاتها نفس المرجع السابق ص 41

## الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية

- و هي شبكة لأنها تتيح و تسهل بث و تدفق البيانات و المعلومات باتجاهين اي من النظام و اليه .
  - و هي عبارة عن موقع على الشبكة يقوم بعرض المنتجات من السلع و الخدمات و المعلومات و ما يتصل بها فضلا عن أنشطة الاعلام و اليات التسويق .
  - و هي محتوى من المنتجات و السلع و الخدمات و ما يرتبط بها
  - و هي حلول ايضا لانها توفر فرصة الوفاء بالتزامات المنظمة و بالمقابل وفاء الزبون بالتزاماته .
- ان التجارة الالكترونية هي احدى المكونات الرئيسية لما اصطلح على تسميته بالاقتصاد الرقمي بالإضافة الى تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات و بيئة ضرورية و مناسبة لاعتماد تطبيقات التجارة الالكترونية المعاصرة .

تغطي التجارة الالكترونية مجالات عدة تشمل نشاطات الترويج و الدعاية و الاعلان و تقديم المعلومات عن السلع و الخدمات و التفاعل و التفاوض و ابرام العقود و تقديم التوجيهات فيما يخص البيع و الشراء و المتابعة عبر الوسائل الالكترونية و تشمل التجارة الالكترونية انماط مختلفة مثل :

- انشاء متاجر افتراضية او محلات بيع على الانترنت
- عرض منتجات عبر المواقع
- اجراء عمليات الدفع الالكتروني
- القيام بأنشطة التوريد و التوزيع و الوكالة التجارية عبر الانترنت
- تقديم خدمات مالية و خدمات الطيران
- خدمات النقل و الشحن و غير ذلك

ان ما يسمى بشركاء الاعمال في التجارة الالكترونية يعتبرون اركان لها و هم:<sup>1</sup>

- ادارة المنظمة و الموظفون
- اختصاصيو نظم المعلومات
- الموردون
- شركاء الشحن و توصيل المواد الأولية من الموردين الى المنتجين و الزبائن و الوسطاء الوكلاء و مندوبو المبيعات .
- بائعو الجملة و التجزئة

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي – التجارة الالكترونية و تطبيقاتها نفس المرجع السابق ص 43

الشكل رقم 2 : خلاصة الأبعاد والاركان الاساسية للتجارة الالكترونية



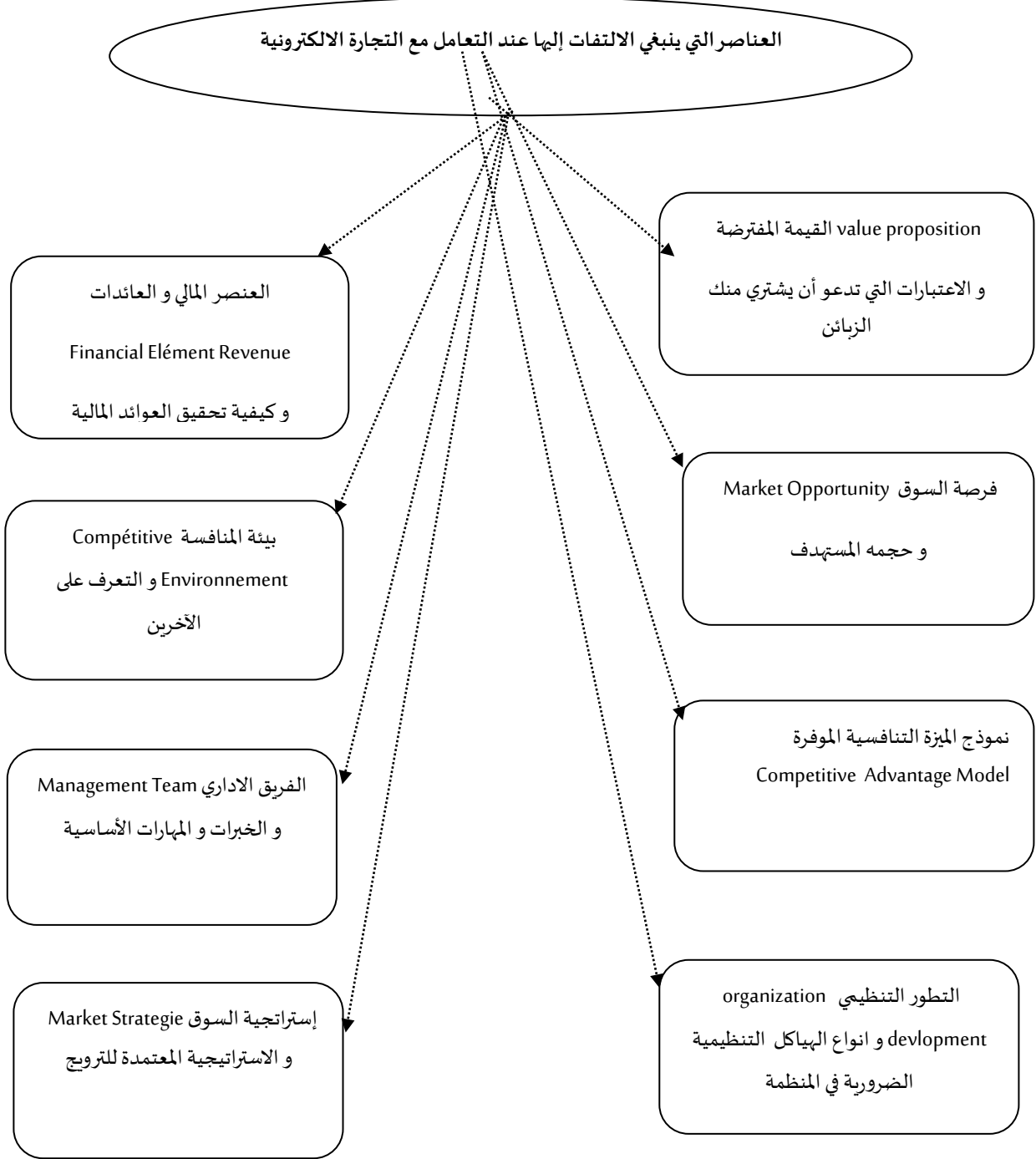
### 2- العناصر الأساسية لنماذج التجارة الالكترونية :

- هناك عدد من العناصر التي ينبغي الالتفات اليها عند التعامل مع التجارة الالكترونية تتمثل في مايلي :
- القيمة المفترضة و تعني الاعتبارات التي تدعو الزبون للشراء أي ما يجلب الزبون من سلع و خدمات و معلومات .
  - العائدات او العنصر المالي أي كيفية تحقيق العوائد المالية من التجارة الالكترونية .
  - فرصة السوق أي المجالات التسويقية التي تهدف اليها و حجم السوق المستهدف .
  - البيئة المنافسة و التعرف على الاخرين الذين ينتمون الى نفس المجالات التسويقية .
  - نموذج الميزة التنافسية و الميزة التي توفرها المنظمة في السوق.
  - استراتيجية السوق المعتمدة للترويج عن المنتجات في السوق
  - التطوير التنظيمي و أنواع الهياكل التنظيمية الضرورية
  - الفريق الاداري و الخبرات و المهارات الاساسية التي ينبغي أن تمتلكها القيادات الادارية في المنظمة.

## الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية

و يعكس المخطط التالي العناصر التي ينبغي التعرف عليها عند التعامل مع التجارة الالكترونية

الشكل رقم 3 : العناصر التي ينبغي التعرف عليها عند التعامل مع التجارة الالكترونية



المصدر: التجارة الالكترونية و تطبيقاتها ل أ . د. عامر ابراهيم قنديلجي دار المسيرة للنشر و التوزيع عمان الاردن ط 1 سنة 2015 ص 4

المطلب الثاني : مزايا وعيوب التجارة الالكترونية

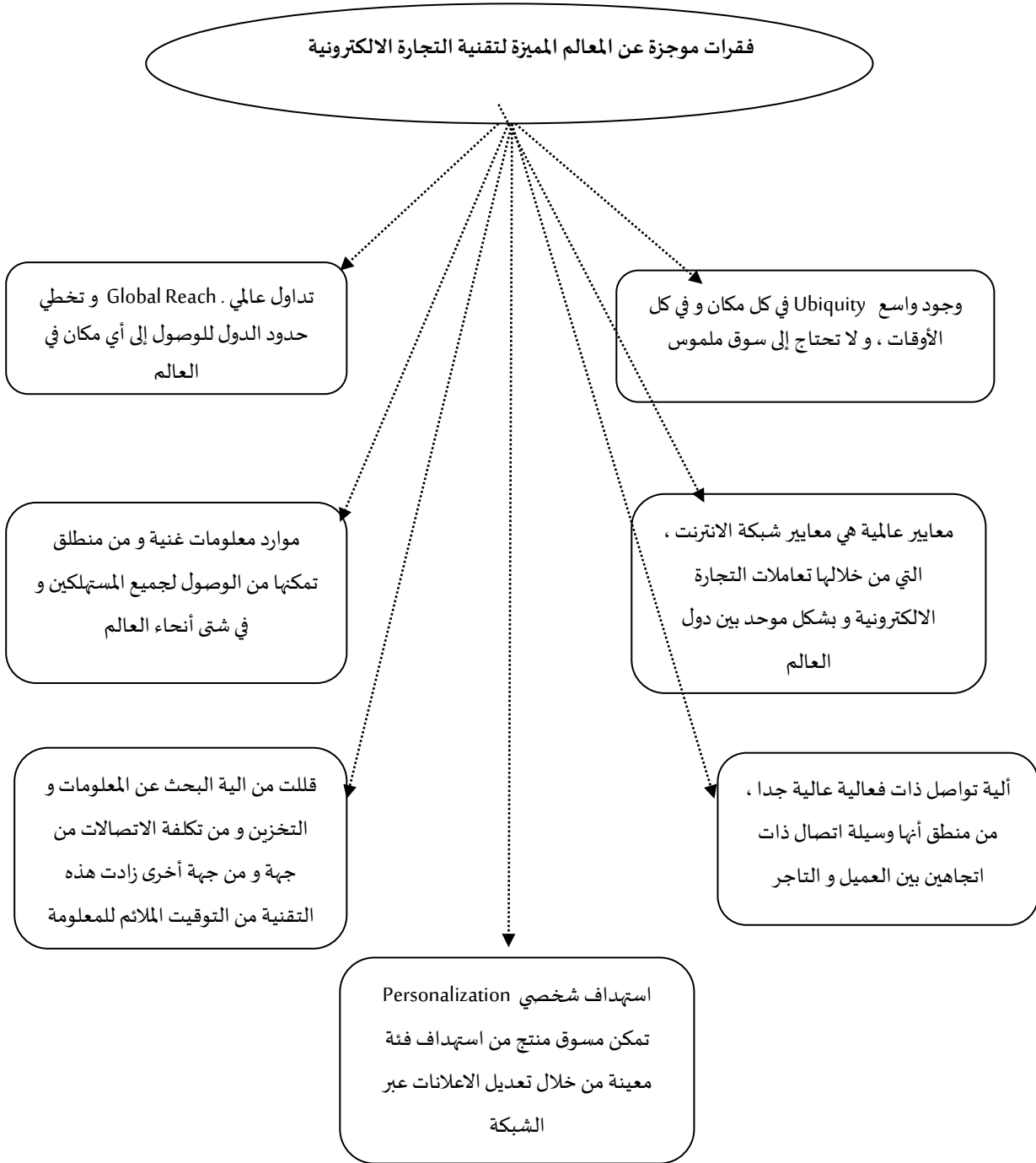
1- مزايا وعيوب التجارة الالكترونية :

1-1 مزايا التجارة الالكترونية : تتصف التجارة الالكترونية بعدة مزايا و فوائد تتمثل في ما يلي<sup>1</sup>

- تسهل عمليات التبادل و تسرع فيها
- دعم التوظيف بحيث تؤمن فرص العمل و في نفس الوقت تقلص النفقات
- تساعد في تطوير الابتكارات التقنية
- فتح منافذ للتسويق عالميا و توفير المعلومات حول المنتجات و الخدمات
- تعطي مجال للزبائن للمقارنة و الاختيار بين مختلف المنتجات و الخدمات و تقدم عدة اساليب للدفع و طرق الشحن الى غير ذلك
- تقلل من اهمية الارتباط بين الزمان و المكان
- توفر السرعة في الوصول الى العملاء
- و تساعد على اسراع عجلة التقدم البشري
- تحكم افضل في ادارة المخزون
- تعدد الخيارات للمستهلك
- دعم التجارة الخرجية
- دعم التنمية الاقتصادية
- رفع مستوى الثقافة و الوعي الاستهلاكي

<sup>1</sup> د عامر ابراهيم قنديلجي – التجارة الالكترونية و تطبيقاتها دار المسيرة للنشر و التوزيع – ط 1- 2015 ص 110

الشكل رقم 4 : ملخص لمميزات التجارة الالكترونية وتقنياتها



المصدر : التجارة الالكترونية و تطبيقاتها الدكتور عامر ابراهيم قنديلجي ص 58 من كتاب

2-1 عيوب و سلبيات التجارة الالكترونية : ان من السلبيات و العوائق التي تكون في طريق الولوج في

عالم التجارة الالكترونية مايلي :

- صعوبة قياس حجم التجارة الالكترونية و هي من احد التحديات المصاحبة لها و ذلك راجع لعدة عوامل أهمها :

- ما يتعلق بتحديد مفهوم التجارة الالكترونية و مكوناتها
- سرعة نموها و التطور التكنولوجي المصاحب لها .
- بالاضافة الى أن العديد من المؤسسات التجارية تقوم بالتجارة الالكترونية و التقليدية في نفس الوقت

- مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة : من خلال الإطلاع على دراسة في هذا الصدد وجدنا أن مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة قد طرحت بشكل كبير في الدول العربية، فإذا قورن مبلغ التسوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، نجده رقم هزيل جدا وهذا التقاعس الكثير من المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة عن الدخول بقوة إلى التجارة عن بعد أو التجارة الإلكترونية وهذا لا يخدمها ، لذا يجب عليها مواكبة التطور الحاصل في التعاملات وأن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضا . لأنه وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف المرتاب والمتردد والحذر تجاه التجارة الإلكترونية ، فإن دولاً أخرى مثل الصين تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي، إلى جانب تأثير حجم التجارة الإلكترونية بحجم مبالغ المبادلات التي تتم فيها، فإنها أيضاً تتأثر بالرسوم أو الضرائب التي تفرضها على الشركات العاملة في قطاع التجارة الإلكترونية فخوف من التأثير السلبي لأنشطة التجارة الإلكترونية تطالب بعض الحكومات بفرض هذه الضرائب بغية تحقيق المساواة بين الشركات التي لا تعمل في مجال التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>

- التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم : من أهم ما ميز القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به ، مما ترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية وانعكس كل ذلك على التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية ، فلم تعد كل الأنشطة التسويقية تتم في مبادلات شخصية بل أصبحت تشرك آلات البيع في كثير من الأنشطة . كما أصبح من الممكن قيام المشتري بتصفح قائمة عرض وأن يختار ما يناسبه من السلع دون عناء التنقل من بائع لآخر للاستفسار عن سلعته . وحسب التقدم التكنولوجي السريع، سوف تتلاشى التجارة التقليدية فيحل التسوق الإلكتروني محل المحلات مما يقلل الحاجة إلى المخازن ورجال البيع وتكلفتها. فضلا عن كل ما سبق ، فإن التقدم التكنولوجي وتفاوتته من دولة لأخرى سوف يقسم دول العالم إلى مجموعة مصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وسينعكس ذلك على التجارة الإلكترونية ، حيث تصبح الدول المتقدمة تسوق إنتاجها المتقدم من صناعة وسلع استهلاكية وخدمات ونظم ومعلوماتية ويكون دور بلدان العالم

<sup>1</sup> د احمد عبد الله العوضي - عميد كلية الدراسات التجارية الكويت مجلة الاقتصاد و المجتمع 2010/6 - العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الالكترونية

## الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية

- الثالث هو المستهلك في هذه التجارة ، حيث يتلقى التكنولوجيا والسلع والخدمات من العالم المتقدم وهذا يجعلنا نخلص إلى أن المفهوم العام للاقتصاد هو واحد ، حيث هناك عرض وطلب سواء في اقتصاد أساسه التجارة التقليدية أم التجارة الإلكترونية حيث الخلاف الجوهرى بين النظامين هو نوعية السلع وآليات إجراء التعامل فقط<sup>1</sup>.

- مشكلات أداة الوفاء - بطاقات الائتمان (النقود الإلكترونية) فقد ترتب عن ظهور التجارة الإلكترونية ظهور فكرة النقود الإلكترونية ، لأن استخدامها يؤمن سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص حاجة الاحتفاظ بالنقود ، مما يوسع عملية التبادل التجاري ، وبالتالي يتم دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لحسابات أخرى لجهات خارج البنك عن طريق الصرافة الإلكترونية . وتتم أعمالها عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحمل كل البيانات المتعلقة بصاحبها ليستعملها كأداة وفاء ، ومن أنواعها بطاقات السحب الآلي ، بطاقات الوفاء ، بطاقات الشيكات و بطاقات الائتمان . ولكن هذه التقنية كما لها تسهيلات تقدمها ، لديها أيضا مشاكل تترتب عنها تتمثل بإيجاز فيما يلي :

- إساءة استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني من حامل البطاقة ، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك له.

- إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه .

- تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف أو قبول بطاقات مزورة من العملاء.

- تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو مع غيرهما كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية.

- تلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الإنترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع أو إنشاء مواقع وهمية على أنها مواقع أصلية وبتلقي طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية يتم الحصول على المعلومات المتضمنة فيها

- اختلاق أرقام عن طريق استعمال معدلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير واستعمالها في المعاملات غير المشروعة.

### 2- تفعيل التجارة الالكترونية:<sup>2</sup>

يقصد بكلمة "تفعيل" وهي التأسيس والتنشيط الصحيح "Establish and Activate" لكل ذراع تقوم عليه التجارة الإلكترونية وملئ الفراغات "Filling the Void" عبر تطبيق أفضل الممارسات والتجارب العالمية لتقليل الأخطاء وخلق تجربة مثالية للمستهلك! لا يمكن أن تخلق تجربة مثالية للمستهلك إلا إذا قمت بتفعيل شامل وفعال لكل ذراع مهم ومتداخل مع التجارة الإلكترونية والتي تدخل فيها العديد من المعطيات التي تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية. ويشمل ذلك

<sup>1</sup> د احمد عبد الله العوضي - عميد كلية الدراسات التجارية الكويت مجلة الاقتصاد و المجتمع 2010/6 - العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الالكترونية

<sup>2</sup> مقال بعنوان تفعيل التجارة الالكترونية [www.M2B999.COM](http://www.M2B999.COM)

### - البنية التقنية لتفعيل التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>:

و تعني عدة عوامل والتي تشمل فرض الأنظمة والقوانين، البيئة الصحية لذلك (المنافسة العادلة)، ووجود تقنيات رقمية مرنة تفعل بها التجارة الإلكترونية. من الطبيعي أن تكون العوامل في البنية التقنية جزء من عوامل التمكين "Enablers".

● **الانظمة والقوانين** : تفعل التجارة الإلكترونية عبر فرض أنظمة وقوانين تختلف في بعض الأحيان اختلافاً جذرياً عن مثيلاتها في التجارة التقليدية. هذه الأنظمة والقوانين تدخل فيها تنظيمات البنى التحتية الرقمية التي تجعل من مجموعة أشياء عملاً منظماً تتم به معاملات تجارية بشكل رسمي وقانوني.

● **التشريعات** : تشمل التشريعات التي تفعل خدمات معينة مثل تشريعات مؤسسة النقد التي توضح البنى التحتية الرقمية "Blueprints" وتفاصيل تقنية تفعل وسائل الدفع الإلكتروني والتحصيل النقدي إلكترونياً عبر البطاقات للشركات.

● **التراخيص** : تشمل إصدار التوجهات أو التراخيص التي تمكن جهة ما من عمل خدمة ما

● **التوعية**: تشمل قوانين حماية المستهلك التي تعد مفصل رئيسي هنا لأنها تختلف من عملية شرائية في محل تقليدي عن عملية شرائية من موقع إلكتروني. كذلك تشمل قوانين الحماية الأمنية للتعاملات التقنية والمالية وعدم إساءة استخدام معلومات المستهلكين وحدود استخدامها للأغراض التجارية والتسويقية

### - التقنيات الرقمية :

لا يمكن للتجارة الإلكترونية في أي بلد أن تفعل بشكل صحيح إلا بتواجد تقنيات رقمية تمكنها من العمل. في بعض البلدان تكون هذه التقنيات محلية وفي بضع البلدان الأخرى تكون تقنيات أجنبية أو خليط بينهما.

● **النطاقات**: ونعني بها عناوين مواقع الإنترنت وأسماء المواقع وتكوين هوية رقمية خاصة تكون مخصصة لدولة معينة فبدلاً من أن تنتهي ب com أو net في هذه الحالة تنتهي بمعرف الدولة العالمي مثلا في الجزائر تنتهي ب (dz).

● **الاستضافة**: ونعني بها شركات وخدمات تتيح استضافة المواقع في خوادم (أجهزة تحفظ المعلومات) تهيئها للعمل في أغلب الأحيان تتم الاستضافة عبر شركات أجنبية لعدة عوامل منها تواجد باقات بأرخص الأسعار وتوفر تقنيات أكثر متانة وخدمات ما بعد البيع أكثر كفاءة

● **تطوير التقنيات**: ونعني بها تطوير المواقع والتطبيقات والخدمات التقنية التي تفعل عملية التجارة الإلكترونية.

### - المدفوعات الإلكترونية :

<sup>1</sup> د احمد عبد الله العوضي - عميد كلية الدراسات التجارية الكويت مجلة الاقتصاد و المجتمع 2010/6 - العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الالكترونية

- **بوابات الدفع الامن :** نقصد ببوابات الدفع الأمن "Payment Gateway" هي الصفحة التي تقوم بإكمال عملية الشراء و تعتمد هذه البوابات على 3 أطراف في الغالب:  
المتجر: يقوم بتطوير صفحة/طريقة إكمال الدفع "Checkout" وربطها ببوابة الدفع الأمن عبر الشركة الوسيطة  
الشركة الوسيطة: تقوم بتطوير صفحة الدفع الأمن وربطها مع البنك ومن هذه الشركات البنك: يقوم بتهيئة البيئة الخاصة به لاستقبال الأموال عبر هذه الشركات المطورة من المتاجر ومن الممكن أن يكون البنك هو المنفذ لأعمال الشركة الوسيطة.
- **تطبيقات المدفوعات :** نقصد بتطبيقات المدفوعات التطبيقات التي تتيح عملية الدفع عند نقاط البيع عبر الأجهزة الذكية أو تعطي خاصية المحافظ "الرقمية" أو كلاهما. وتنقسم هذه التطبيقات إلى قسمين حالياً:
  - الدفع عبر الأجهزة الذكية: وهي تطبيقات توفر خدمة الدفع عبر الأجهزة الذكية عوضاً عن استخدام بطاقتك البنكية أو البطاقات الائتمانية وذلك عبر شحن التطبيق بشكل مسبق عبر التحويل البنكي أو فواتير سداد أو ربط بطاقتك البنكية في التطبيق.
  - المحافظ الرقمية: وهي تطبيقات توفر خدمة تغذيتها بمبالغ مالية بشكل مسبق عبر التحويل البنكي أو فواتير سداد أو ربط البطاقة البنكية وتحويل الأموال بين المستخدمين

### خلاصة الفصل :

من خلال ما سبق عرضه من معلومات وتفصيل تتعلق بالتجارة الإلكترونية أن ما تمكنت من تحقيقه من نجاح لم يتوقف أثره فقط على البائع أو المشتري أو كليهما ولكنه امتد لأن يصبح الاقتصاد الدولي والعالمي بشكل عام في حال أفضل وهو ما أوضحت الإحصائيات أن أرباح التجارة الإلكترونية بالبلد الواحد تتخطى الملايين بما يقضي على العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية ومن بين تلك المشكلات البطالة والركود الاقتصادي، لذلك أصبح الكثير من التجار أو المبتدئين بدلاً من إنشاء وتأسيس متجر والقيام بالدعاية والتسويق له وللمنتجات يتجهون إلى التجارة والبيع عن طريق الإنترنت. كما أن بروز ظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أهم التحديات في تاريخ البشرية واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم يؤكد الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصال باعتبارها البنية التحتية اللازمة لها

و بشكل عام والجدير بالذكر أنه على الرغم من تلك المزايا التي تتمتع بها التجارة الالكترونية الا ان لها معوقات و سلبيات محصورة فيما سبق ذكره و لهذا كان من ضروري سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعامل عبر شبكة الإنترنت.

# الفصل الثاني: ماهية الخدمات اللوجستية

تمهيد :

تعتبر الأنشطة اللوجستية أحد الموضوعات الحيوية والتي تزايد الاهتمام بها في السنوات الأخيرة على الصعيدين الأكاديمي والتطبيقي في مجال التسويق وإدارة الأعمال من حيث مفهومها وأهميتها ومكوناتها وممارستها في المنظمات المعاصرة. فمع كبر حجم المنظمات وتعدد أنشطتها واتساع وتعدد خطوط منتجاتها وأسواقها تزايد الاهتمام بالأنشطة اللوجستية والتي أصبحت تمثل العمود الفقري في هذه المنظمات والتي تهدف إلى خدمة العملاء مع تحقيق الميزة التنافسية. وتأخذ الأنشطة اللوجستية أسماء عديدة لمجالات متنوعة ومن بينها التوزيع المادي، إدارة المواد، إدارة النقل، وإدارة سلاسل إمداد.

اشتمل هذا الفصل على التقسيم التالي :

المبحث الأول : ماهية اللوجستيات

المبحث الثاني : ماهية الخدمات اللوجستية و نظمها

## المبحث الأول : ماهية اللوجستيات

ظهر تخصص العلوم اللوجستية أو ما يعرف ب (logistics) بالانجليزية و يطلق عليها ايضا بفن السوقيات لحاجة الشركات و المؤسسات في العالم الى قسم الشحن و النقل و الاستراد و التصدير . فالعلوم اللوجستية هي العلوم المسؤولة عن العمليات التسويقية حيث يهتم هذا العلم بفن و ادارة الموارد التي تتراوح بين تدفق البضائع و الطاقة و المعلومات و المنتجات و الخدمات من منطقة الانتاج و حتى وصولها لمنطقة الاستهلاك اي من منطقة المنع الى المصب .

## المطلب الأول : مفهوم اللوجستيات و مراحل تطورها

### 1- نشأة و تطور مفهوم اللوجستيات

تطور مفهوم اللوجستيات خلال مجموعة من المراحل الزمنية و هي كالتالي<sup>1</sup>

#### - المرحلة الاولى : ظهور مفهوم اللوجستيات

نشأ مفهوم اللوجستيك نشأة عسكرية حيث بدأ استخدامه في الجيش الفرنسي عام 1905 بهدف تأمين وصول المؤن و الدخائر في الوقت الملائم و بأمثل طريقة ممكنة . ثم تم استعماله في الحرب العالمية الثانية اواخر الخمسينات حيث كانت الاعمال اللوجستية أحد عوامل انتصار الجيوش و استخدم ايضا في حرب اكتوبر 1973 بين القوات العربية المسلحة المتمثلة في مصر و سوريا و بين العدو الصهيوني و في حرب الخليج ايضا مع التطور الملحوظ في الاعمال اللوجستية . ثم بدا تطبيق اللوجستيك في مجال الاعمال تحت اسم business logistics . و قد بدأ مصطلح الاعمال اللوجستية في الظهور كنشاط متكامل خلال فترة 1956 الى 1965 و هذا راجع لعدة اسباب منها تطور مفهوم التحليل الكلي لعناصر التكلفة و تطور مدخل الانظمة و الاهتمام بالخدمة المقدمة للعميل و بتنظيم قنوات التوزيع .

#### - المرحلة الثانية : فترة الاختبار

و هي من خلال الفترة الممتدة ما بين 1965 الى 1970 و تتميز بانها بمثابة فترة اختبار للمفاهيم الاساسية المرتبطة بنشاط اللوجستيات و تم التركيز في هاته الفترة على تقدير الفوائد التي يمكن التوصل اليها

#### - المرحلة الثالثة : مرحلة ظهور مستويات جديدة

تميزت هاته المرحلة و هي في فترة السبعينات عدم استقرار الظروف الاقتصادية على مستوى العالم ككل حيث انه شهدت هاته الفترة ظهور مشاكل في نقص مصادر الطاقة و ارتفاع اسعارها و بصفة خاصة البترول و مشتقاته و هذا مما ادى الى القاء مسؤوليات جديدة على ادارة اللوجستيات التي اصبحت مطالبة بتوفير حاجيات المنشآت بأقل تكلفة ممكنة و مطالبة ايضا بالاقتصاد في استخدام الطاقة . و شهدت هاته

<sup>1</sup> د خالد ممدوح ابراهيم - لوجستيات التجارة الالكترونية الطبعة 1- دار الفكر الجامعي سنة 2008 ص 26

الفترة تغيرا في الاهداف و الاولويات فبعدها كان الهدف هو خدمة الطلب على المنتجات اصبح الاهتمام يدور حول الحفاظ على مصادر التوريد

#### - المرحلة الرابعة : مرحلة تكامل أنشطة اللوجستيات

بدأت هذه المرحلة في الثمانينات حيث ظهر مصطلح تكامل اللوجستيات Integrated Logistics والذي يعد مسؤولا عن حركة المخزون و مروره بسلسلة من مراحل القيمة المضافة و التي تؤدي الى وصولها عند نقطة معينة عند الحاجة اليها بالكمية المناسبة و بالشكل المناسب. ذلك انه منذ استقرار مفهوم اللوجستيات اصبح الهدف هو تحقيق الترابط و التكامل ما بين أنشطة ادارة الموارد التي تساعد كل في مجاله على تلبية احتياجات التشغيل و تحقيق أهداف المنشأة.

و من التصنيفات ايضا لمراحل تطور اللوجستيك من صنفها الى ثلاث مراحل<sup>1</sup> :

#### - المرحلة الأولى: اللوجستيك المنفصل قبل 1975 séparé Logistique

كانت أنشطة اللوجستيك منفصلة بين وظائف المؤسسة خاصة في إدارة التوزيع المادي وإدارة المواد، حيث كان أول مفهوم ظهر كأحد مكونات الإمداد والتوزيع والذي ينصب بصورة أساسية على قيام المنظمة بعملية التنسيق بين أنشطة النقل، والتخزين، وسياسات التخزين والرقابة على قنوات التوزيع للوفاء بطلبات العملاء وتحقيق مستوى خدمة مناسب لهم. وتتميز هذه الفترة بعدة مميزات نذكر منها:

- الطلب أكثر من العرض.
- ليس هناك تأثير للزيائن على المنتجين، وكان مصدر القلق الرئيسي هو الإنتاج
- المنتج ليس من اهتماماته تقليل أوقات التسليم، تحسين الجودة أو السبق إلى إيجاد احتياجات جديدة. و لزيادة الربح قام المسؤول عن كل جزء من اللوجستيك بتخفيض تكلفة الخدمة دون النظر في تأثير قراراته على جميع الأنشطة. لذا كانت هذه الفترة تتميز بسلسلة من التحسينات المنفصلة وليس بحثا عن التحسين الشامل.

#### - المرحلة الثانية: اللوجستيك المتكامل 1975-1990 intégrée Logistique

منذ استقرار مفهوم اللوجستيك أصبح الهدف هو تحقيق الترابط والتكامل بين أنشطة التوزيع المادي وأنشطة إدارة المواد التي تساعد كل في مجاله على تلبية احتياجات التشغيل وتحقيق أهداف المنشأة. وتجميع الأفراد والأنشطة الخاصة بالإمداد والتوزيع في مكان تنظيمي واحد، من اجل ممارسة تلك الأنشطة بشكل أكثر كفاءة.

كما شهدت هذه المرحلة زيادة مناسبة في تكلفة اللوجستيك مع الزيادة في التخصص في الأنشطة اللوجستية المختلفة، و الاتجاه نحو التخطيط بعيد المدى والاستعانة بتكنولوجيا المعلومات وهو ما أدى إلى خفض ملحوظ في تكلفة الأنشطة اللوجستية.

<sup>1</sup> د.محمد حسان :إدارة الإمداد و التوزيع- الدار الجامعية - مصر- سنة 2009 - ص 11

## - المرحلة الثالثة: اللوجستيك المشترك التسعينات Coopérée Logistique

تمتاز هذه الفترة بطاقة إنتاجية إجمالية تتجاوز الطلب هذا ما أدى إلى زيادة المنافسة؛ وفي المقابل يمتاز الزبائن بسلوك استهلاكي يصعب التنبؤ به، أي غموض الطلب هو سمة مهمة من سمات السوق. كل هذه الأمور جعلت من البقاء في السوق أمراً صعباً ولكنه ليس مستحيلاً، وكان على المؤسسات للبقاء في السوق إتباع ما يلي:

- البحث عن أسواق جديدة: لدخول سوق جديدة، يتم إنشاء التحالفات حتى بين الشركات المتنافسة، ومثال على ذلك "Benz" و «Chrysler» تحالفاً لاستخدام شبكات توزيع بعضهما البعض.
- تحسين جودة المنتج: لتحسين جودة المنتج يجب تحسين جودة المواد الخام والسلع الوسيطة (الإمدادات)، فالتعاون بين المنتجين و الموردين يمكن أن يساعد في تحقيق هذا الهدف.
- تخفيض تكلفة المنتجات: التعاون بين المورد والعميل يمكن أن يقلل من التكاليف لكل الطرفين. فالشركات تبحث عن البلدان التي تكون فيها تكاليف العمالة، الطاقة، المواد الخام والضرائب المنخفضة. وهناك طريقة أخرى لخفض التكاليف والحد من عدم اليقين على الطلب وهي إنشاء علاقة دائمة مع العميل. من خلال هذه العلاقة يتم تحسين جودة المنتج وخفض التكاليف.
- زيادة سرعة الاستجابة إلى السوق: لزيادة سرعة الاستجابة إلى السوق يجب أن يكون هناك تعاون قوي بين الشركات الموجودة في نفس سلسلة الإمداد، حيث إذا كان جزءاً من تلك السلسلة لا يعمل بشكل صحيح هذا يؤدي إلى عدم توفر المنتج النهائي في الوقت المحدد. فالمنافسة اليوم ليست بين المنتجين ولكن المنافسة بين سلاسل التوريد. للبقاء في السوق يتطلب أن تكون جميع أجزاء سلسلة اللوجستيك يربطها تعاون قوي جد فمشكلة اللوجستيك ليس فقط التكامل بين العمليات اللوجستية في الشركة، ولكن أيضاً التعاون اللوجستي بين الشركات من نفس سلسلة الإمداد.

## 2- مفهوم اللوجستيات<sup>1</sup>:

تعرف اللوجستية بالعربية فَنُ السَّوْقِيَّات، هو فن وعلم إدارة تدفق البضائع والطاقة والمعلومات والموارد الأخرى كالمنتجات والخدمات، وحتى البشر من منطقة الإنتاج إلى منطقة السوق، فمن الصعب أو حتى من المستحيل إنجاز أية تجارة عالمية أو عملية استيراد و تصدير عالمية أو عملية نقل للمواد الأولية أو المنتجات وتصنيعها دون دعم لوجستي احترافي. وتتضمن اللوجستيات: تجميع المعلومات، النقل، الجرد التخزين، المعالجة المادية والتغليف الصندوقية.

في عام 1991 عرّف مجلس إدارة السَّوْقِيَّات وهي منظمة تجارية أسست في الولايات المتحدة الأمريكية بأنها "عملية التخطيط والتنفيذ والتحكم بالتدفق والتخزين الضروري المؤثر للبضائع والخدمات والمعلومات المتعلقة من نقطة المنشأ إلى نقطة الاستهلاك من أجل إرضاء متطلبات المستهلك " وبذلك حصرت هذه المنظمة تعريف السَّوْقِيَّات أو اللوجستية بمجال الأعمال،<sup>2</sup> بينما عرفها معجم أوكسفورد للغة الإنكليزية بأنها:

<sup>1</sup> د علي فلاح - د زكريا احمد - ادارة الاعمال اللوجستية - دار المسيرة للنشر و التوزيع - ط 1 - سنة 2012 - ص 26

<sup>2</sup> . <https://ar.wikipedia.org/> - لوجستيات - اخر تعديل 14 يونيو 2021

"فرع من العلوم العسكرية تختص بتدبير ونقل والحفاظ على المواد، الأفراد والوسائط .  
وهذه بعض التعريفات المختصرة للوجستيك او ما يسمى الامداد .

- في المجال العسكري:

"هي فرع/شعبة من العلوم العسكرية يختص بتدبير وتوريد ونقل وصيانة الاحتياجات العسكرية و تزويد الوحدات العسكرية بالجنود والأعتدة وما يلزمها من المرافق والتسهيلات"  
في العمليات العسكرية تعني اللوجستيات "ايصال المؤن والمواد والمعدات إلى المكان المناسب في التوقيت المناسب".

"فن نقل الجنود وإيوائهم وتموينهم، أي إدارة تدفقات الأفراد والموارد لدعم المجهود الحربي عن طريق نقل الجنود والعتاد والمؤن والذخائر من المعسكرات والمستودعات في منطقة عسكرية معينة إلى ميادين القتال في مواقع أخرى بعيدة، وذلك في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة ممكنة".

- في مجال الأعمال:

مع نهاية الحرب العالمية الثانية، انتقل هذا المصطلح إلى المجال الاقتصادي نتيجة النجاحات التي حققها في المجال العسكري، مما زاد الأمر صعوبة في وضع تعريف واضح ومحدد حيث كان هناك تداخل في التمييز بين تعريف اللوجستيات وبين القطاعات الأخرى كالنقل والتوزيع بل أن الأمر يختلف عن ذلك، فمفهوم اللوجستيات أشمل وأوسع من ذلك لأنه يربط بين جميع هذه الأنشطة في آن واحد وهذا ما أدى إلى وجود عدة تعريفات:

عرفه المجلس الدولي لإدارة التوزيع المادي NCPDM ان المصطلح يصف تكامل النشاطين أو أكثر بهدف التخطيط والتنفيذ والسيطرة للتدفق الفعال للمواد الأولية، وعمليات الخزن الداخلية والسلع النهائية من المكان الرئيسي إلى مكان الاستهلاك، إذ أن هذه النشاطات يمكن أن تشمل الرقابة، ومناولة المواد، وأوامر العمليات، والاختيار الصائب للمخازن والمصانع والتغليف، ونظام لإعادة السلع، والنقل والمرور والتخزين الجيد.

الجمعية الأوروبية اللوجستية: عرفت اللوجستيات على أساس وظائفها: "تنظيم تيار المواد وتخطيطه ومراقبته و تنفيذه بدءا من مرحلة شراء أو تحضير المواد الخام الأولية، ثم مرحلة التصنيع والإنتاج، فمرحلة التوزيع والتسويق إلى المستهلك النهائي، لإشباع متطلبات السوق أو الزبائن، ولكن بأقل تكلفة، وبأقل استخدام لرأس المال.

مجلس إدارة اللوجستيات بأمريكا: "اللوجستيات هي عملية كفاءة وفعالية التخطيط والتنفيذ والرقابة لتدفق وتخزين المواد الخام والمخزون قيد الصنع والبضائع النهائية والمعلومات المتعلقة بها من نقطة البداية إلى نقطة الاستهلاك، وذلك بهدف إرضاء المستهلك وتحقيق احتياجاته".

اللوجستيات: "هي فن وعلم إدارة تدفق البضائع، والطاقة والمعلومات، والموارد الأخرى كالمنتجات والخدمات، وحتى البشر من منطقة الإنتاج إلى منطقة الاستهلاك، ومن الصعب أو حتى من المستحيل انجاز أية تجارة عالمية أو عملية استيراد/ تصدير عالمية أو عملية نقل للمواد الأولية، أو المنتجات وتصنيعها دون دعم لوجستي احترافي".

اللوجستيات: "عبارة عن مجموعة من الأنشطة الداعمة لعملية الانتاج السلي، وهي بطبيعتها خدمات تحتاج عملية انتاج سلعة ما إلى نشاط نقل المادة الأولى، وبعد اتمام عملية التصنيع فإن السلعة تحتاج الى تعبئة أولية ثم تعبئة نهائية داخل حاوية في حالة كون السلعة قابلة للتحويلة، ثم نقلها إلى مكان التخزين ثم إلى مراكز التوزيع ثم تسليمها إلى المستهلك النهائي في المكان والموعد المحدد ومتابعة خدمة ما بعد البيع، ويصاحب مجموعة تلك الأنشطة نشاط هام وهو الاتصال والمعلومات.

حسب : "Heskett James إدارة الأنشطة التي تسهل حركة المنتجات وتنسيق العرض والطلب في خلق المنفعة المكانية والزمانية و ذلك بتوفير المواد في المكان والوقت المحدد".

مفهوم اللوجستيات في النقل والتجارة الدولية: "هو التكامل والاندماج بين النقل والتجارة الدولية بالكمية اللازمة في زمن محدد وإلى مكان محدد و بأقل تكلفة Delevery time in Juste" ويعرفها ايمن النحراوي: "أنها تجميع الأنشطة التي لها علاقة بتدفق وتخزين السلع والخدمات وادارته جماعيا بغرض امداد العملاء بالسلع والخدمات التي يرغبوا فيها في التوقيت والمكان المحددين والجودة المطلوبة".

### الجدول رقم 1 : يوضح خصائص اللوجستيك خلال المراحل الثلاثة

البيان	اللوجستيك المنفصل Logistique séparée	اللوجستيك المتكامل Logistique Intégrée	اللوجستيك المشترك Logistique coopérée
السنوات	قبل 1975	1990-1995	التسعينات
أولوية المدير اللوجستي	تخفيض تكاليف اللوجستيك	تخفيض تكاليف اللوجستيك	تخفيض تكاليف اللوجستيك و زمن الاستجابة (الأجال)
المنهج الإداري	منفصل	متكامل	مشترك
عدد الموردين	كبير	كبير	صغير (شراكة)
شراكة مع المشتركين في سلسلة الامداد	لا توجد	قليلة	كبيرة
مدة العلاقة مع المشتركين في سلسلة الامداد	قصيرة	قصيرة	طويلة
الحاجة إلى مسؤول في سلسلة الامداد	لا	لا	نعم
سرعة التدفق المنتج (من التموين على التوزيع)	تعطل بسبب التخزين	السرعة في التخلص من المخزونات	السرعة في الشراكة بين اعضاء سلسلة الامداد
شبكات الاعلام الآلي	منفصلة	CIM مثل : متكاملة computer integrated manufacturing	شراكة مثل : EDI Echange des données informatisé

المصدر: عبد العزيز بن قيراط، أداء وجودة الخدمات اللوجستية ودورها في خلق القيمة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة قلمة، السنة الجامعية 2009-2010 ص 6

المطلب الثاني: اهداف الإدارة اللوجستية ووظائفها وأنشطتها

1- اهداف الإدارة اللوجستية:<sup>1</sup>

ان الهدف الأساسي من ادارة الاعمال اللوجستية هو تعظيم خدمة الزبون و ذلك في حدود اقل تكلفة ممكنة و هذا الهدف يحمل تناقضا بين عناصره فمن الصعب تحقيق افضل خدمة باقل تكلفة فالخدمة الجيدة للزبون تحتاج نفقات عالية . ويقصد بأهداف الاعمال اللوجستية النتائج النهائية التي ترغب الشركة في تحقيقها من خلال نشاط ادارة الاعمال اللوجستية

هدف الريح : و يأتي في مقدمة الاهداف الا أنه يوجد قيود و عقبات تواجه المؤسسة كالمنافسة و الرقابة الحكومية على الأسعار و تشريعات الجباية

هدف النمو: يساهم التوزيع في تحقيق هدف النمو من خلال التوسع عن طريق زيادة حجم المبيعات و من أهم دوافع النمو زيادة الطلب على الانتاج و زيادة شدة المنافسة.

هدف البقاء: يعتبر بقاء المؤسسة و استمرار نشاطها في السوق هدفا رئيسيا تشترك في تحقيقه جميع أقسام وحدات المؤسسة و يقوم نشاط التوزيع بدور حيوي في تحقيقه و ذلك من خلال البحث باستمرار على فرص توزيعية جديدة و ضرورة تنظيم و تطوير نظم المعلومات التوزيعية و هناك اهداف اخرى لادارة الاعمال اللوجستية في الشركات و هي :

- تزويد الزبائن بالمعلومات الفورية الصادقة و الصحيحة عن المنتجات المعروضة
  - جذب الانتباه و اثارة الاهتمام بالمنتجات من خلال التوزيع المباشر و الغير مباشر
  - تغيير الميول و الاتجاهات و الرغبات الاستهلاكية حول السلع و الخدمات.
  - تغيير التفضيلات الاستهلاكية و الاقناع و الوصول الى قرار الشراء و تكرار الشراء
  - العمل على تشكيل أنماط حياتية متطورة
  - رفع مستوى جهود التنمية الاجتماعية و الاقتصادية للدولة
  - تحقيق فائض نقدي متداول و بازدياد متواصل
  - تحقيق اعلى عائد ممكن على الاستثمار بمرور الوقت من خلال وضع تصميم لمنظومة اللوجستيات
  - خفض التكاليف المتعلقة بالوفاء بمستويات خدمة الزبون المطلوب تحقيقها مع تعظيم الفائدة للشركة
  - الهدف المالي و هو تعظيم العائد السنوي [ نتيجة لمستوى الخدمة اللوجستية الذي يتم تقديمها للزبائن ] مطروحا منه تكاليف التشغيل لمنظومة اللوجستيات نسبة الى الاستثمارات السنوية في منظومة اللوجستيات.
- بالإضافة إلى الأهداف السالفة الذكر يمكن أن نذكر ما يلي:
- تحقيق أفضل تنسيق بين التدفقات الداخلة والخارجة (مدخلات ومخرجات) أو ما يسمى بإدارة التدفقات
  - تجنب الاختناقات والأعطال
  - تحقيق التدفق الأمثل للعمليات

<sup>1</sup> د علي فلاح – د زكريا احمد - ادارة الاعمال اللوجستية - دار المسيرة للنشر و التوزيع - ط 1 – سنة 2012 – ص 37

- خلق القيمة للزبون والمساهمين وكل أطراف المصلحة مع المؤسسة  
- تحقيق ما يسمى بـ 05 أصفار والتي تتمثل في:  
صفر مخزون: تقليل ما أمكن من المخزون يؤدي إلى تخفيض التكاليف، و وفورات في التكلفة الناتجة عن ذلك.

صفر آجال: تقليل الزمن المستغرق في دورة الطلب مما يؤدي إلى خدمة جيدة للعملاء.  
صفر أوراق: عن طريق استخدام التكنولوجيات الحديثة مثل الفاكس، الانترنت، الانترنت، الهاتف، الحاسب الآلي، الكمبيوتر كل هذا يقلص من استخدام الأوراق، وكذلك يزيد من سرعة الاستجابة.

صفر أخطاء: عدم وجود أخطاء في المنتج يعني التخلص من المردودات وبالتالي تحقيق خدمة جيدة للعملاء وتخفيض التكاليف.

صفر تعطل: يجب أن تكون الصيانة قبل وقوع العطل وليس عند حدوثه. وهذا يسمى بالصيانة الوقائية. كذلك يهدف اللوجستيك إلى توفير: المنتج الصحيح، بالكمية الصحيحة، بالحالة الصحيحة، في المكان الصحيح، في الوقت الصحيح، للعميل الصحيح وبالتكلفة الصحيحة.

2- وظائف وانشطة ادارة الاعمال اللوجستية :

1-2 وظائف الاعمال اللوجستية : و تتمثل في :

- إيصال السلع المختلفة للمستهلكين المستهدفين في الوقت و المكان المناسبين
- تزويد المستهلكين بكافة المعلومات و البيانات عن كيفية استخدام و صيانة السلع من التلف
- تخزين السلع و المواد الخام و المواد النصف مصنعة لحين الحاجة اليها
- تأمين نقل السلع أو المراكات المختلفة منها بالوسائل المختلفة
- كما تقوم منافذ الاعمال اللوجستية بوظائف اخرى متخصصة مثل التسهيلات المالية المرتبطة بالشحن و التأمين على البضاعة المنقولة .

2-2 أنشطة الأعمال اللوجستية : فيما يلي سرد موجز للأنشطة الرئيسية التي ينطوي عليها إدارة

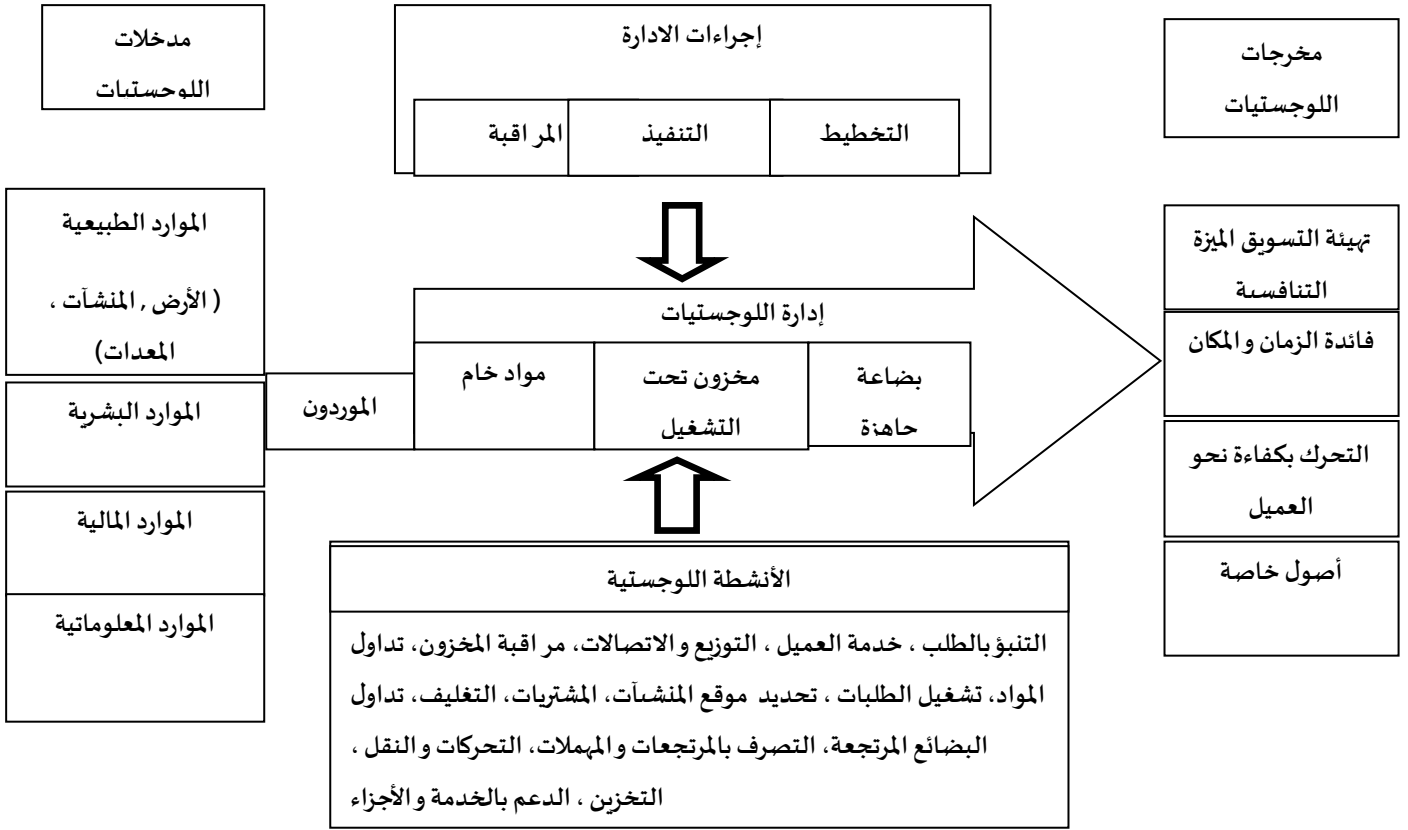
اللوجستيات<sup>1</sup>

- تصميم الشبكة: تصميم الشبكة هو واحد من المسؤوليات الرئيسية لإدارة الخدمات اللوجستية. هذه الشبكة مطلوبة لتحديد عدد وموقع مصانع التصنيع ، المستودعات ، معدات مناولة المواد ، إلخ ، التي تعتمد عليها الكفاءة اللوجستية.
- معالجة الطلب: العملاء مهمة جدا في إدارة الخدمات اللوجستية. تشمل معالجة الطلب أنشطة تلقي الطلبات وتداولها وتسجيلها. هنا يجب أن تضمن الإدارة أن معالجة الطلب دقيقة وموثوقة وسريعة. وعلاوة على ذلك ، يتعين على الإدارة تقليل الوقت بين استلام الطلبات وتاريخ إرسال الشحنة لضمان سرعة معالجة الطلب. يمكن أن تصبح التأخيرات في تنفيذ الأوامر أسبابًا خطيرة لعدم رضا العملاء ؛ التي يجب تجنبها بأي ثمن.

<sup>1</sup> د علي فلاح - د زكريا احمد - ادارة الاعمال اللوجستية - المرجع السابق ص 41

- المشتريات: وهي تتعلق بالحصول على مواد من موردين خارجيين. وهي تشمل مصادر التوريد والتفاوض ، وترتيب الطلبات ، والنقل الداخلي ، والاستلام والتفتيش ، والتخزين والمناولة ، وما إلى ذلك هدفها الرئيسي هو دعم التصنيع، من خلال توفير الإمدادات في الوقت المناسب من المواد النوعية، بأقل تكلفة ممكنة.
- مناولة المواد: وهو يشمل أنشطة مناولة المواد الخام وقطع الغيار والسلع نصف المصنعة والمنتية داخل وخارج المخازن والمستودعات ومحطات النقل و يجب أن تتأكد الإدارة من أن المواد الخام وقطع الغيار والسلع نصف المصنعة والمنتية يتم التعامل معها بشكل سليم لتقليل الخسائر الناتجة عن الكسر والتلف وما إلى ذلك. وعلاوة على ذلك ، يتعين على الإدارة تقليل تكاليف المناولة والوقت الذي يستغرقه مناولة المواد.
- ادارة المخزون : الهدف الأساسي لإدارة المخزون هو تقليل كمية رأس المال العامل المحظور في المخزون ؛ وفي الوقت نفسه توفير تدفق مستمر للمواد لمطابقة متطلبات الإنتاج ؛ وتوفير الإمدادات في الوقت المناسب للسلع لتلبية طلبات العملاء. يجب أن تحتفظ الإدارة بقوائم جرد: المواد الخام وقطع الغيار السلع نصف المصنعة السلع تامة الصنع . يتعين على الإدارة أن توازن بين فوائد الاحتفاظ بالمخزونات مقابل التكاليف المرتبطة باحتفاظ المخزونات مثل - تكاليف مساحة التخزين ، وتكاليف التأمين ، ومخاطر التلف ، والفساد في حفظ المخزونات وما إلى ذلك.
- التغليف والتوسيم: التعبئة والتغليف ووضع العلامات هي جانب هام من جوانب الإدارة اللوجستية. تتضمن العبوات تغليف أو تغليف منتج في عبوات أو حاويات مناسبة ، لتسهيل التعامل مع المنتج بسهولة من قبل البائع والمشتري بشكل خاص. انها بمثابة بائع صامت. على سبيل المثال ، التعبئة والتغليف الفاخرة والزخرفية من الحلويات والبسكويت وما إلى ذلك.
- التسمية يعني وضع علامات تعريف على حزمة المنتج. توفر العلامة معلومات حول: تاريخ التعبئة والانتهاء الوزن أو حجم المنتج ، المكونات المستخدمة في تصنيع المنتج ، تعليمات التعامل مع المنتج ، السعر الذي يدفعه المشتري وما إلى ذلك.
- يعد وضع العلامات أداة ترويج قوية للمبيعات. في الواقع ، قد يحاول المستهلك الذي يتم إقناعه بقراءة العلامة شراء المنتج. على الرغم من أنه لم يكن لديه مثل هذا التعمد .
- التخزين: التخزين هو ذلك النشاط اللوجستي الذي يخلق الوقت فائدة من خلال تخزين البضائع من وقت الإنتاج حتى الوقت اللازم من قبل المستهلكين النهائيين. من هنا ، يتعين على الإدارة أن تحدد عدد ونوع المستودعات المطلوبة و موقع المستودعات و يعتمد القراران أعلاه على المستوى المطلوب لخدمة العملاء والمسافة بين مصدر العرض والوجهة النهائية أي الأسواق.
- النقل: النقل هو هذا النشاط اللوجستي الذي يخلق فائدة المكان هناك حاجة إلى النقل من أجل: حركة المواد الخام من الموردين لوحدة التصنيع. و حركة العمل قيد التنفيذ داخل المصنع.و حركة البضائع تامة الصنع من المصنع إلى المستهلكين النهائيين.

الشكل رقم 05 : العملية اللوجستية



المصدر: موقع استشاري لوجستيات بتاريخ 30 افريل 2020 <https://www.logadv.com/2020/04/Logistic-introduction.html>

المبحث الثاني : ماهية الخدمات اللوجستية ونظمها

أصبحت الخدمات اللوجستية جزءاً مهماً وحيوياً في سلسلة التوريد، كما أنها هامة ومفيدة للشركات المصنّعة والعملاء، فإذا اعتمدت على الخدمات اللوجستية في عملك ستوفر المال والوقت وستقدّم خدمة وبضائع أفضل للعملاء، وتتلخّص أهمية الخدمات اللوجستية فيما يلي :

- تقديم خدمات أفضل: إذا كنت صاحب شركة ستساعدك الخدمات اللوجستية على تقديم خدمات أفضل لعملائك، فهذه الخدمات تجعل الشركات تسعى جاهدة لتحسين أوقات التسليم وزيادة كفاءة المنتجات، كما تمنحك التعامل المباشر مع عملائك مما يجعلك شركة منافسة قوية، ولتقدّم خدمة أفضل للعملاء يجب ان تحصل على مستلزمات المنتجات في الوقت المحدد وتشحنها إلى عملائك في أسرع وقت ممكن.

- زيادة الشفافية في سلسلة التوريد: تقدم شركات الخدمات اللوجستية تواصلاً فعالاً مع سلسلة التوريد لمعرفة و مراقبة ما يحدث في كل مرحلة من مراحل عملها ولتعرف البيانات التاريخية وتحلّل الأحداث وتلقي نظرة على كيفية تحسين المنتجات وتجنب المشاكل وحلّها، هذه الميزة تمكنك من تقديم خدمات أفضل للعملاء والشركاء التجاريين.

- تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف: إذا حصلت على إدارة لوجستية جيدة ستقلل من التكاليف وتزيد من كفاءة منتجاتك وخدماتك، فيمكنك توفير التكلفة والحفاظ على انخفاض النفقات بمراقبة كيفية إدارة كل شيء.

- تحقيق عائد أكبر: ان التحسين و التخطيط الجيد في الخدمات اللوجستية يؤدي إيرادات أعلى، و جذب المزيد من الأعمال و توسيع النشاط ، كما أن الاستعانة بشركات الخدمات اللوجستية يتيح للشركة او التاجر مزيداً من الوقت لتعالج المشاكل في منتجاتك أو تحسّنها وبالتالي ستقدّم منتجات ذات جودة أعلى للعملاء وستحصل على رضاهم .

المطلب الأول : أنواع و أقسام الخدمات اللوجستية وعوامل نموها

1- أنواع الخدمات اللوجستية:<sup>1</sup>

تعمل الخدمات اللوجستية على اختلاف أنواعها بشكل متكامل على توفير جميع الاحتياجات اللازمة؛ لضمان سير العمليات التنظيمية بالشكل المطلوب، كما يشتمل كلّ نوع من أنواع الخدمات اللوجستية على العديد من الإجراءات، وفيما يأتي أنواع الخدمات اللوجستية:

- لوجستيات المشتريات: والتي تعني شراء المواد الخام وقطع الغيار اللازمة للتصنيع من الموردين، إذ تحرص الشركات اللوجستية المعنية بلوجستيات ال مشتريات على شراء المواد الضرورية بالكميات اللازمة في الأوقات الضرورية.

- لوجستيات الإنتاج: تتمثل مهام شركات الخدمات اللوجستية المعنية بالإنتاج بإدارة المواد، والتوزيع في المصانع، وإدارة المنتجات، وشحنها إلى المستودع، وتعبئتها، وبواسطة الربط السلس بين لوجستيات المشتريات ولوجستيات المبيعات سيتم تحسين إدارة التسليم وإدارة الإرسال إلى المستودعات، وإدارة الشحن.

<sup>1</sup> <https://sotor.com> اخر تحديث 28 فيفري 2021

- لوجستيات المبيعات: في هذا النوع من الخدمات اللوجستية ت سلم المنتجات من المستودعات إلى نقاط التوزيع مثل تجار الجملة وتجار التجزئة، ولكن يشكل التسليم المباشر اليوم جزءًا كبيرًا من هذه العملي بسبب التسوق عبر الإنترنت وظهور التجارة الإلكترونية، وسواء أكان التسليم من مستودعات التسليم والمستودعات اللوجستية أو كان مباشرًا من مواقع الإنتاج فلا غنى عن الكفاءة العالية والنقل وتقليص المخزون، وتسليم الكميات اللازمة في الوقت المناسب، الأمر الذي يزيد من رضا العملاء.
- لوجستيات الاسترداد: تعني التدفق الذي يستعيد ويعيد تدوير المنتجات والحاويات ومواد التغليف التي أدت دورها في المراحل السابقة، وهذا النوع من الخدمات اللوجستية يشبه لوجستيات إعادة التدوير في أن كلاهما معنيان باسترداد البضائع من المستهلكين لإعادة تدويرها. لوجستيات إعادة التدوير: تعني استرداد وإعادة تدوير المنتجات والحاويات القابلة لإعادة التدوير، كاستعادة العلب الفارغة، والزجاجات البلاستيكية، والورق القديم، ويمكن استعادة الحاويات، وأجهزة الكمبيوتر القديمة وإعادة تدويرها بنفس الطريقة.
- الخدمات اللوجستية الإدارية: يعتبر هذا النوع مكملًا للخدمات اللوجستية المعروفة من نقل وتوريد المواد المختلفة، ويقوم على التخطيط، والتطبيق، والتدقيق، والتحكم بتخزين البضائع المختلفة بشكل مرن.
- الخدمات لوجستية للطرف الثالث: حيث يقوم الطرف الأول في هذا النوع من اللوجستيات باستلام بضاعة لشركة معينة وترتيبها، وتخزينها، وحفظها، ونقلها، وتوزيعها، ثمّ يقدّم الطرف الثاني أو الذي يعرف بإسم [ مطوّر الخدمات ] خدمات متقدمة إضافية للزبائن، مثل: البحث، والمتابعة والتغليف الخاص، أمّا بالنسبة للطرف الثالث فهو الذي يتولى النشاطات اللوجستية للشركة لكنه لا يطوّرها، والطرف الرابع فهو الذي يتولى تطوير أنشطة الخدمات اللوجستية المعمول بها في الشركة.
- خدمات لوجستية الأعمال: وهي الخدمات اللوجستية المقدمة في مجال عمل معين، مثل: شركات الطيران.
- الخدمات اللوجستية للإنتاج: وهي الخدمات المتعلقة في سلك الإنتاج من نقل البضائع، وتوريدها، وتوزيعها.
- الخدمات لوجستية للطوارئ: وهي الخدمات التي تكون في حال نقل البضائع أو المنتجات في حالات الطوارئ.
- خدمات التخزين: وهي الخدمات التي تحتاج إلى مجموعة من المتطلبات، حيث تشمل التراخيص التي تخص عملية التخزين نفسها، والتي تتناسب مع الكثير من النوعيات الخاصة والمواد المراد تخزينها، وهي تكون من الخدمات التي تتوافق مع الأحكام والقوانين.
- خدمات النقل: وهي الخدمة التي تحتاج إلى وجود العديد من وسائل النقل المتنوعة، ويجب أن تكون مرخصة لكي يتم عملية النقل لها، ولكل طريقة من طرق عملية النقل يكون لها مجموعة من الشروط والتراخيص التابعة لها، بجانب الاهتمام بالمواد الطبيعية التي يتم نقلها
- خدمات الشحن والتخليص الجمركي : حيث تتم هذه العملية وفقًا للقوانين الموضوعة لها والتي يتم الترخيص فيها.

- الخدمات اللوجستية الكاملة: تعرف بأنها واحدة من الخدمات اللوجستية الشاملة والتي لا تكون مقتصرة على نوع واحد من هذه الخدمات، وهذا لأنها تشمل عملية التوزيع والإدارة، وتكون خاصة بسلسلة التوريد بجانب خدمات الشحن التابعة لإدارة المشتريات.

- خدمات التبريد: وتكون خدمات التبريد من الخدمات التي يقصد بها عملية النقل والتخزين والتوريد التابعة لجميع البضائع والمنقولات المبردة، والتي تحتاج إلى وجود ثلاجات أو مبردات خاصة بها، لكي يتم حمايتها وتوفير درجة الحرارة المطلوبة لها.

## 2- أقسام الخدمات اللوجستية:

يمكن تقسيم الخدمات اللوجستية إلى ثلاث أقسام رئيسية وهي:<sup>1</sup>

**البريد السريع:** تستخدم خدمات البريد السريع بشكلٍ رئيسي الشحن عن طريق الجو و /أو البر لإتمام تسليم المستندات والوثائق والطرود . ويمكن أن تمتلك شركات تسليم البريد السريع بعض أو كل الطائرات والمركبات المطلوبة أو يمكن أن تدخل في عقد استئجار خاص أو طويل الأمد. وعادة لا يزيد وزنها عن 50 كجم. الشحن والتخزين: خدمات شحن المواد الأكثر حجماً والتي يزيد وزنها عادة على 50 كجم تستخدم جميع وسائل الإمداد الجوية والبحرية والبرية والسكك الحديدية.

إدارة سلسلة الإمداد: توفير عدد من الأنشطة أو الخدمات المتكاملة كامتداد لعملية التسليم المادي وقد تتضمن هذه الخدمات: إدارة المستودعات والإمداد الداخلي والإمداد الخارجي وإدارة المرتجعات وعدداً من خدمات القيمة المضافة المتنوعة مثل تجميع المنتج وتغليفها ووضع البطاقات عليها.

## أ- سوق البريد السريع

يمكن القول بان قطاع خدمات البريد السريع من أكثر القطاعات حيوية في الاقتصاديات العالمية على وجه العموم و الاقتصاديات المتنامية على وجه الخصوص ، ويعود ذلك إلى تنامي التعاملات بين الاقتصاديات المختلفة ويبلغ إجمالي قيمة خدمات البريد السريع الناتجة من هذه التجارة ما مقداره ٣٠ مليار دولار وفقاً لأخر إحصائيات العالمية [الهيئة الأوروبية للبريد السريع]

يعتبر القطاع التجاري والصناعي و خاصة قطاع المال والأعمال هي المحرك الرئيسي للطلب على خدمات البريد السريع، إضافة لتنامي التعاملات البيئية بين اقتصاديات الدول المختلفة. ويمكن الاعتبار مؤشر تنامي الصناعة الإلكترونية و صناعة التجارة الإلكترونية إضافة لخدمات المال والأعمال في منطقة ما كمؤشر على التوقعات المستقبلية للطلب على الخدمات اللوجستية وتحديدًا البريد السريع . وكمثال لذلك نجد أن الهند كدولة نامية استطاعت بناء بنية أساسية للمدن التقنية والصناعية مع زيادة حجم تعاملاتها الخارجية ورغبة الكثير من رموز الشركات

العالمية للإستيطان فيها بما تتميز به من رخص لليد العاملة و تدني للتكاليف الأساسية أدت تلك العوامل مجتمعة وعوامل أخرى إلى زيادة الطلب على خدمات البريد السريع وخدمات النقل والشحن.

## ب- سوق الشحن والتخزين:

<sup>1</sup> نظرة عامة على قطاع الخدمات اللوجستية اعداد مركز المعلومات 2008 غرفة الشرقية

يعتبر قطاع الشحن والتخزين من القطاعات ذات الأهمية العالية في عمليات نقل البضائع سواء عن طريق البر أو البحر أو الجو ، إضافة إلى لعملية شحنها. تكمن أهمية النقل و الشحن حاليا في كونه أصبح من المكونات الرئيسية التي تساعد في تحديد السعر النهائي للمنتج ، بالإضافة لما يتعلق بتخزين البضائع الشبه منتجة و المنتجة من مكانها الأصلي حتى وصولها إلى مكان المستهلك بشكل فعال و مجدي. وبالنظر لاتجاهات قطاعات الإنتاج العالمية نجد أنها تؤيد فكرة عمليات النقل والشحن لمتعهدين خارجيين والذي تتوفر فهم شروط معينة وذلك لرغبتها في تخفيض تكاليف النقل والشحن ، إضافة لاعتماد مراكز إقليمية فيما يختص بعملية التخزين و إقامة مستودعات الاقليم للتخزين البضائع من أجل ضمان سرعة وصول المنتج للمستهلك.

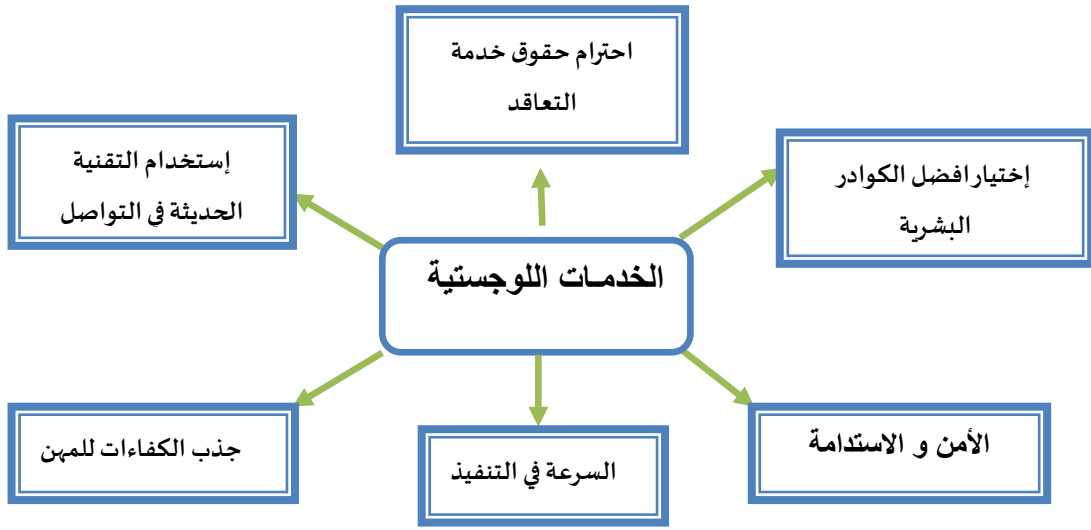
ت- ادارة سلسلة الامداد: تشير الاتجاهات العالمية في مجال إدارة سلسلة الإمداد إلى ميل الشركات بصورة متزايدة إلى اختيار الشركات القادرة على تقديم حلول متكاملة في إدارة سلسلة مداد، بحيث تشمل تنسيق ثلاثة اتجاهات للتدفق وهي البضائع والمعلومات والأموال، وسوف ينمو الطلب على خدمات إدارة سلسلة الإمداد مقابل زيادة الطلب على تحديد موردين قادرين على تقديم منتجات تنافسية.

### 3- عوامل نمو قطاع الخدمات اللوجستية:<sup>1</sup>

- المركزية في النشاط الرئيسي والاعتماد على مصادر اللوجستية الخارجية : اتجه المصنّعون وبائعو التجزئة إلى التركيز على كفاءاتهم الأساسية ونقل الخدمات اللوجستية لمتعهد خارجي بهدف الحصول على أعلى الكفاءات وتقليل التكاليف لذلك فإن شركات النقل تتحرك باتجاه توفير حلول نقل شاملة ترضي كافة احتياجات العملاء من التسليم إلى التخزين إلى التخليص الجمركي... الخ .
- تزايد النشاط الاقتصادي : هنالك علاقة متبادلة وثيقة بين النشاط التجاري العالمي والنمو في التجارة العالمية فمع زيادة الطلب على المنتجات والسلع تزداد الحاجة إلى الخدمات اللوجستية.
- الاندماج : نتيجة للمنافسة المتزايدة والحاجة لتقديم خدمة متكاملة وشاملة، فقد تحولت الشركات إلى توسيع تغطيتها الجغرافية ونطاق الخدمات المقدمة عن طريق القيام بعمليات الدمج مع شركات أخرى أو تملك الشركات العاملة في نفس القطاع .

<sup>1</sup> نظرة عامة على قطاع الخدمات اللوجستية اعداد مركز المعلومات 2008 غرفة الشرقية

شكل رقم 06 ملخص معنى الخدمات اللوجستية



المصدر: اجتهاد من الطالبين

الشركات الرائدة في العالم في مجال الخدمات اللوجستية: تظهر اهمية الخدمات اللوجستية لدى الشركات في تطور مبيعاتها و تصدرها قائمة اكبر الشركات الرائدة في هذا المجال. حيث صنف موقع إنسايدر مانكي قائمة بأكبر شركات الخدمات اللوجستية في العالم، وفقاً لإيراداتها وعدد موظفيها. وبحسب الموقع بلغت قيمة صناعة الخدمات اللوجستية، أكثر من 8 تريليونات دولار، وتُقدر صناعة الخدمات اللوجستية في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها بـ 2 تريليون دولار. ولا يقتصر عمل شركات الخدمات اللوجستية على تخزين السلع أو توصيلها فقط، لكنها تساهم أيضاً في مستويات مختلفة من سلسلة التوريد.<sup>1</sup> و الجدول التالي يظم اكبر شركات الخدمات اللوجستية في العالم حسب احصائيات عام 2019

<sup>1</sup> اكبر شركات الخدمات اللوجستية في العالم – بتاريخ 19 أكتوبر 2020 [/https://namaazone.com](https://namaazone.com)

الجدول رقم 2 : الشركات الرائدة في مجال الخدمات اللوجستية

عدد الموظفين /ألف موظف	صافي المبيعات مليار دولار 2019	الشركات	البلد
380 ألف	27.3	DHL	ألمانيا
83 ألف	25.9	KUEHNE+NAGEL	ألمانيا
72 ألف	19.3	SCHENKER	ألمانيا
32 ألف	20	NIPPON EXPRESS	اليابان
100 ألف	12.1	XPO LOGISTICS	أمريكا
55 الف	14.4	DSV	الدانمارك
481 ألف	9.3	UNITED PARCEL	أمريكا
15 الف	14.6	C.H.ROBINSON	أمريكا
110 ألف	7.1	CEVA	المملكة المتحدة
23 الف	11.2	SINOTRANS AND CSC	الصين

المصدر: اكبر شركات الخدمات اللوجستية في العالم – بتاريخ 19 اكتوبر 2020 [/https://namaazone.com](https://namaazone.com)

المطلب الثاني : نظم المعلومات اللوجستية

- ان نظم المعلومات اللوجستية أصبح من أهم نظم المعلومات التي تعتمد عليها المؤسسات والشركات بصورة كبيرة، ويرجع ذلك للعديد من الأسباب لعل من أهمها:<sup>1</sup>
- توفير الوقت والجهد المستخدم في تحليل البيانات، وهو ما يجعل مديري المؤسسات يركزون بصورة أكبر على التخطيط للنهوض بالمؤسسة .
  - المنافسة الشديدة بين المؤسسات والشركات جعلت من عملية اتخاذ القرار أمرا صعبا، ففي بعض الحالات تكون بحاجة ملحة لاتخاذ قرارات سريعة مبنية على حقائق ومعلومات مؤكدة وهو ما يوفره لك نظم المعلومات اللوجستي .
  - سهولة جمع البيانات وتخزينها نظرا لانتشار وسائل التواصل المتطورة، والتي تسمح لك بتخزين البيانات بسرعة كبيرة .
  - يمنحك هذا النظام مقدرة كبيرة على معرفة تحديات المستقبل والقيام بالتخطيط لها بالشكل المناسب .

<sup>1</sup> <https://tजारatuna.com> اخر تحديث 2021/08/21

- هذا النظام أصبح من الضروريات الملحة وخاصة مع التطور الرهيب الذي نشهده بصورة يومية في مختلف المجالات مما يجعل بيئة العمل تتغير بشكل مستمر.

#### 1- ماهية نظم المعلومات اللوجستية:<sup>1</sup>

ان الغرض من جمع البيانات و الاحتفاظ بها و معالجتها داخل الشركة هو المساعدة على الوصول الى اتخاذ القرارات و التي تشمل القرارات الاستراتيجية و القرارات التشغيلية و ان الملامح الاساسية لنظام المعلومات اللوجستية يتكون من :

- المدخلات : و تشمل بيانات الزبائن ، سجلات الشرة ، بيانات الادارة ، البيانات المنشورة.
- قاعدة البيانات و تشمل السجلات اليدوية و الملفات الحاسوبية من اجل تحليل و استرجاع و تشغيل البيانات
- المخرجات و تشمل نتائج التحليل ، تقارير عن الحالة ، الملخص ، اوامر الشراء ، الفواتير الوثائق المجهزة [rohal H Ballon 2008].

#### ماهي نظم المعلومات اللوجستية :<sup>2</sup>

- هي نظام مصمم لأداء وظائف الادارة اللوجستية المختلفة
  - هي نظام يوفر المعلومات لمتخذ القرار
  - هي نظام يعالج البيانات بواسطة الحاسب الالي
- ان المعلومات هي مجموعة من الحقائق و المفاهيم التي تخص أي موضوع و التي تكون الغاية منه تنمية و زيادة معرفة الانسان و يقصد بالمعلومات البيانات التي يتم معالجتها بحيث تصبح ذات دلالة و انواع المعلومات تتمثل في المعلومات الانجازية و الانمائية و التعليمية و الانتاجية و بناء عليه نستطيع القول بأن نظم المعلومات اللوجستية هي الأداة التي بواسطتها تتم معالجة البيانات الكترونيا بالحاسب الالي .

ويعرف نظام المعلومات اللوجستي على انه "مجموعة من الأجراء المرتبطة مع بعضها البعض تقوم بمعالجة المعلومات باستخدام الحاسب الالي و عرفه davis بأنه عبارة عن نظام متكامل من العنصر البشري والآلات لغرض تقديم معلومات لدعم عملية صنع القرار في المنشأة باستخدام الحاسب الالي."<sup>3</sup>

#### 2- مميزات نظام المعلومات اللوجستية والشروط الواجب توفرها فيها

##### 1-2 مميزات نظام المعلومات اللوجستية :<sup>4</sup>

- بني هذا النظام أساسا على الحاسب الالي بالنسبة لادخال و معالجة البيانات و تحويلها لمعلومات .
- أنه اساس البحوث العلمية في شتى الميادين

<sup>1</sup> د علي فلاح - د زكريا احمد - ادارة الاعمال اللوجستية - دار المسيرة للنشر و التوزيع ط 1 - سنة 2012 - ص 105

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق ص 105

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق ص 106

<sup>4</sup> د علي فلاح - د زكريا احمد - ادارة الاعمال اللوجستية - دار المسيرة للنشر و التوزيع ط 1 - سنة 2012 - ص 112

- نظام متكامل يربط بين مجالات وظيفية ممكنة مثل التصنيع .التسويق .الانتاج .الشراء .التمويل .
  - يدعم وظائف التخطيط و الرقابة و العمليات
  - يقدم المعلومات اللازمة لصانع القرار
  - يصف الماضي و الحاضر و يتنبأ بالمستقبل
  - يقوم بجمع المعلومات من البيئة الخارجية لكونها تؤثر على نشاط المنظمة في الداخل
  - هو نظام مرن لأنه يراجع و يحدث باستمرار و تجري عليه التغييرات
  - نظم المعلومات اللوجستية أداة لتحقيق العلاقة المتبادلة من أجل تسهيل الاتصالات بين أنظمة المعلومات المختلفة و المنشأة نفسها و محيطها الخارجي
  - يعتبر نظام المعلومات اللوجستي المركز العصبي للتنظيم داخل الشركة
- 2-2 الشروط التي يجب توفرها في المعلومة اللوجستية:<sup>1</sup>
- الأنوية (timeliness)
  - الدقة (accuracy)
  - الثبات (verifiability)
  - الانجاز (conciseness)
  - الكمال (completeness)
- 3- فوائد نظم المعلومات اللوجستية :

ان التحدث عن فوائد نظم المعلومات اللوجستية يؤكد بأن الشركة فعلا تحتاج الى هذه النظم لغرض القيام بأنشطتها و فعاليتها بغية الاهداف التي ترغب تحقيقها في مستوياتها الادارية كافة و تحقيق وظائفها في التخطيط و الرقابة و التنظيم و اتخاذ القرارات .من فوائد هذه النظم مايلي:<sup>2</sup>

- تقديم المعلومات الى مختلف المستويات الادارية عند الحاجة لغرض ممارسة وظائفها في التخطيط والتنظيم و السيطرة .
- تقييم نشاطات المنظمة و تقييم النتائج بغية تصحيح الانحرافات
- تهيئة الظروف لاتخاذ قرارات فعالة عن طريق تجهيز المعلومات بشكل مختصر و في الوقت المناسب .
- حفظ البيانات و المعلومات التاريخية الضرورية التي تعتبر أساس عملها .
- المساعدة على التنبؤ بمستقبل المنظمة و الاحتمالات المتوقعة بغية اتخاذ الاحتياطات اللازمة في حالة وجود خلل في تحقيق الأهداف .
- الاحاطة المستمرة بالمعلومات التي تخدم المستفيدين عن التطورات الحديثة في ما يخص نشاطات الشركة أو المستفيد .

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق 108

<sup>2</sup> المرجع السابق ص 112

خلاصة الفصل :

لقد تناول الفصل الثاني الخدمات اللوجستية و اهمية نظم المعلومات اللوجستية و ذلك لأهميتهما الكبيرة في تسيير أي مؤسسة او منشأة و تم تناول ذلك كأسس و مفاهيم اولية و من خلال ما تطرقنا اليه تبين لنا اهميتهما في خلق المنافع الزمنية و المكانية بالضافة الى انه يوجد مفاهيم قديمة و مفهوم حديث للأعمال اللوجستية و من خلال ما تم الإطلاع عليه ظهر لنا أن اللوجستيات هي المعبر بين الانتاج و الخدمات و مواقع الاسواق و تعبر روح التبادل و التجارة

بالإضافة الى ذلك فالخدمات اللوجستية تشارك في توفير مستويات معيشية مرتفعة اقتصاديا و قد اصبحت نظم المعلومات اللوجستية من انجح الوسائل التي تستخدمها الشركة و تجابه بها تحديات العصر و توضح المقياس الحقيقي للتقدم و التخلف و ذلك بأن معالجة البيانات و تحويلها الى معلومات تساعد القائد او المدير على ترشيد القرار .

## الفصل الثالث :

# علاقة الخدمات اللوجستية

# بالتجارة الالكترونية

### تمهيد

في الأيام الماضية و على الرغم من أن مواقع التجارة الإلكترونية التي كانت تباع من 5 إلى 10 قطع يوميًا تعتبر جيدة ، إلا أنه و مع إنتشار التجارة الإلكترونية على نطاق واسع ، و دخول الإنترنت إلى جميع المنازل والجيوب ، أصبحت مواقع التجارة الإلكترونية التي تتلقى مئات الطلبات كل يوم عادية بشكل كبير. و مع الزيادة في عدد الطلبات ، فإن العمليات مثل نقل المنتجات الجاهزة إلى شركات الشحن و إبلاغ العملاء تستغرق وقتًا طويلاً ، كما أن العمليات اليدوية تؤدي إلى حدوث العديد من الأخطاء.

و مع تطور الامر ظهرت الخدمات اللوجستية و حتى شركات خاصة بالخدمات اللوجستية التي تعتبر فرصا للتعاون وأصبح التكامل اللوجستي الشامل ممكنًا.

**المبحث الأول : دور الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية**

**المبحث الثاني: دراسة حالة لشركة امازون**

### المبحث الأول : دور الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية

يشهد العالم تطورا هائلا في ميدان التجارة الالكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا , جاء هذا التطور نتيجة لتوفر بنى تحتية توافق التعامل بالتجارة الالكترونية ومن أهم مقومات التجارة الالكترونية هي الخدمات اللوجستية المتمثلة أساسا في النقل و التخزين و التغليف و الشحن و التوصيل و التسليم

### المطلب الأول : الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية

#### 1- الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية

تفرض التجارة الالكترونية بطبيعتها على نشاط الامداد نوع جديد ليس كمثل الامداد الذي يمارس في التجارة التقليدية، يسمى هذا الامداد بالإمداد الإلكتروني ويمكن تعريفه على أنه "عملية تخطيط استراتيجي وسيطرة محكمة على جميع الخدمات اللوجستية التي تستوجب معاملتها الكترونيا من حيث الشكل الإداري والتشغيلي، و التي تضمن التدفق المادي من المنتج أو الموزع الى غاية باب الزبون و التغليف، الشحن، النقل والتسليم والتي تساهم في الاخير في الحد من مستوى المخزون، وزيادة كميات الانتاج ، وتخفيض تكاليف النقل فمن خصوصيات الامداد الالكتروني انه يمنح للزبون العديد من الامتيازات دون التنقل إلى المحل التجاري عن طريق المواقع الالكترونية مع إمكانية التسليم في الأجل القصيرة في نفس اليوم، في 24 ساعة، في 48 ساعة<sup>1</sup>.

#### 2- انواع الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية

جلب التطور القوي للتجارة الإلكترونية العديد من الفوائد والتحديات لصناعة اللوجستيات ، والتي ساعدت بدورها شركاء التوزيع اللوجستي على مواصلة تطوير وبناء طرق جديدة لصناعة اللوجستيات. إن اللوجستيات في المواقع و المتاجر الالكترونية قد تختلف في بعض تفاصيلها لكنها تسير على نفس المبدأ، وعند الحديث عن أنواع الخدمات اللوجستية فإن هناك ثلاثة أنواع رئيسية منها تلعب دورًا هامًا في طريقة وصول البضائع والخدمات من المنتج إلى العميل:<sup>2</sup>

#### 3-2 خدمات النقل والشحن :

إحدى أهم الخدمات التي تُقدم في مجال العمليات اللوجستية نظرًا للطلب الكبير عليها خاصةً من أصحاب الشركات والمنشآت الكبيرة، وهذا النوع من الخدمات في الغالب يكون لشحن البضائع والطلبات الكبيرة التي تمر من خلال شركة شحن مختصة في الخدمات اللوجستية عبر مختلف وسائل النقل، وبالطبع خدمات الشحن قد تشمل التغليف والتعبئة وغيرها من الأمور التكميلية. تكمن أهمية إجراء هذه الخدمات في تكفل الشركة بضمان وصول المنتج للعميل في الوقت المحدد مع الحفاظ على الجودة، وبشكل خاص في

<sup>1</sup> خالد بن ساسي واقع التجارة الالكترونية و الامداد في الجزائر / كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة مجلة اداء المؤسسات الجزائرية ص 10

<sup>2</sup> <https://blog.khamsat.com> اخر تحديث نوفمبر 2021

المتاجر الإلكترونية؛ لأن ذلك سيمنح العميل لدى المتجر ثقةً وولاءً أكبر، وأيضًا سيمنح شركة اللوجستيات الثقة من أصحاب المتاجر؛ لذلك هناك حرص على التعامل مع شركة لوجستيات موثوقة تراعي احتياجات العميل.

### 2-2 خدمات التخزين :

من أبرز خدمات اللوجستيات؛ خدمات التخزين التي تكون على شكل مساحات تخزين محجوزة ويُفضل الكثير من العملاء أن تستلم شركة لوجستيات المهام نيابة عنهم، ونحتاج لمثل هذه العمليات اللوجستية عند استيراد أو توريد البضائع والطرود، فيُحجز مساحة لدى شركة اللوجستيات لتخزين هذه البضائع فيه لحين استلامها من قبل أصحابها، وهي توفر الكثير من المال على العملاء وأصحاب المتاجر؛ لأنها تغني عن استئجار وحجز مستودع كامل لهم. على الرغم من كل تلك المميزات؛ لكنك قد تواجه بعض القيود بخصوص الفترة الزمنية للحجز ومدى سهولة الوصول لبضاعتك، وذلك يعتمد بشكل أساسي على شركة اللوجستيات نفسها.

### 3-2 خدمات الشحن عبر البريد السريع:

لا غنى عن هذه الخدمات خاصة إن كنا نتحدث عن متجر الكتروني، فبالتأكيد سيحتاج بعض العملاء في المتجر إلى وصول بضاعتهم في بريد سريع وهنا تكمن الأهمية، إذ إن الموعد الذي تحدده لوصول البريد مهم جدًا، وبالتالي لا يجب التأخر عنه حفاظًا على سمعة المتجر، وهذا يعود بنا الأمر إلى اختيار مصادر لوجستية ذات كفاءة.

يضاف لما ذكرنا خدمات أخرى مثل: خدمات التخليص الجمركي وإجراء المعاملات والدعم اللوجستي والتوصيل للعملاء إن كانت طبيعة العمل تتطلب ذلك.

### - إدارة الخدمات اللوجستية:<sup>1</sup>

تتم عبر عدة مراحل حتى ضمان وصول الخدمة للعميل على الوجه المطلوب، ويُعد المدير اللوجستي هو المسؤول الأول عن إدارة هذه الخدمات وما يتعلق بها من تفاصيل. وفي التجارة الإلكترونية قد تكون العمليات اللوجستية تُدار بشكل كامل أو جزئي من قبل المتجر؛ لكن غالبًا ما يتم تكليف شركة خدمات لوجستية بالمهمة.

### - أنواع إدارة الخدمات اللوجستية:<sup>2</sup>

تتنوع عمليات الإدارة من حيث مهامها وأهدافها، وأبرزها هو كالتالي :

<sup>1</sup> [/https://blog.khamsat.com](https://blog.khamsat.com) آخر تحديث نوفمبر 2021

<sup>2</sup> [/https://blog.khamsat.com](https://blog.khamsat.com) نفس المصدر

### 1- إدارة المخزون والتوريد:

لاي متجر هنالك مخزن في مكانٍ ما سواء أكانت البضاعة من صنع المتجر ومخزنة لديه أم من صنع شركات خارجية ومخزنة في مستودعات لا تتبع للمتجر، أيًا كان الحال فلا بد من وجود إدارة لهذا المخزون وعمليات تتبع مستمرة له علاوة على عمليات التوريد للبضائع، وإجراء العمليات الإدارية من عمليات حسابية وإجراءات حماية البضائع.

### 2- ادارة الفحص والتفتيش

تكمن أهمية عمليات إدارة الفحص والتفتيش في الكشف عن مدى دقة وجودة المنتجات والعناية بتخزينها بشكل صحيح، وهذا النوع من الإدارة يُجنب الخسائر المادية التي قد يتعرض لها المتجر بسبب ما تتعرض له المنتجات من تلف، وكلمة الفحص يمتد تأثيرها لتطال العمليات الأخرى غير الفيزيائية مثل: متابعة الطلبات والصادرات والواردات، فهي أيضًا جزء لا يقل أهمية.

### 3- إدارة النقل والتوزيع

تتمثل إدارة النقل والتوزيع في سلسلة الإجراءات المتخذة لنقل المنتجات من المستودعات ثم توزيعها على العملاء بناءً على تفاصيل الطلبات الواردة، وأي خطأ في عملية الإدارة هذه سيكلف المتجر الكثير من خسارة مالية وخسارة للعملاء و ثقمتهم بالمتجر، وبالتالي انهيار المتجر على المدى البعيد.

### - كيفية إدارة الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية بشكل فعال<sup>1</sup>

ان عملية الإدارة ليست بالعملية السهلة وفي ذات الوقت لن تكون معقدة إذا ما اتبعت الأسس الصحيحة والسليمة في عملية الإدارة، فإما أن يتولى المتجر هذه المهمة أو أن يُوكّلها إلى مختصين، وهناك سلسلة من الخطوات التي ترشدك للطريق الصحيح بداية من صناعة المنتج إلى غاية وصوله ليد العميل بسلام، وتتمثل في:

### 1- إدارة مخزون المتجر

تتيح لك معرفة ما يتوفر لديك من منتجات، ومن الجدير ذكره أن تتبع سلسلة عمليات الإدارة كافة تجعلك على علم بكمية الطلبات على مختلف المنتجات، وبالتالي إدارة أفضل للمخزون لديك، ومعرفة الأصناف التي يجب التركيز عليها، والكشف عن الأخطاء.

<sup>1</sup> <https://blog.khamsat.com/> آخر تحديث نوفمبر 2021

### 2- إدارة النقل والشحن

عليك توظيف أمهر الكوادر العاملة في هذا المجال؛ لأنها ستقوم على عملية مهمة تؤدي لإيصال المنتج إلى وجهته النهائية وتسليمه للعميل، مهما كانت الظروف قاسية أمام الفريق، حيث الأولوية لرضا العملاء.

### 3- إدارة تنفيذ الطلبات

وهنا تتمثل أهم مراحل الإدارة اللوجستية في الأعمال التجارية، حيث تلقي طلبات العملاء وحصص كافة الطلبات؛ لنقلها إلى قسم النقل والتوصيل، لأنه عند تلبية رغبة العملاء واحتياجاتهم، فإنك تضمن رضاهم وعودتهم للشراء من جديد وربما اقتراح المتجر لقائمة معارفهم وهو ما سيحقق نجاحًا لافتًا للمتجر.

### 4- إدارة عمليات الإرجاع

من الطبيعي أن تحدث طلبات الإرجاع من العملاء لأي سبب كان، إما لأن المنتج قد وصلهم تالف أو أنه ليس المقصود، أو قرر العميل التراجع عن الشراء، مهما كانت الأسباب. هنا، يجب على المتجر إدارة هذه العمليات بما يتناسب مع سياسته المتبعة، وعمليات الإدارة هذه تكون عكس خدمات التوزيع حيث يتم جلب المنتج من العميل وإعادته للمستودعات.

### 5- استطلاع آراء العملاء وأخذ التوصيات

استطلاع آراء العملاء خطوة لا تقل أهمية عن سابقتها فهي تساهم في تطوير أعمال المتجر، وزيادة الكفاءة وجلب التحسينات من خلال طرح الاستبيانات على العملاء والاستعلام عن تجربتهم مع المتجر فيتم التعرف على نقاط القوة والضعف ومن ثم معالجتها

### المطلب الثاني : التحديات التي تواجه الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية

تؤثر العمليات اللوجستية بشكل كبير في مجال الأعمال التجارية والمتاجر الالكترونية وبشكل أساسي طرفي العملية التجارية؛ العميل وصاحب المتجر، لأن ذلك سينعكس إيجابًا أو سلبيًا على كليهما، إذ إن هناك ما يسمى اللوجستية الإنتاجية المتعلقة بتوريد المواد الأولية للمصنع ثم توزيع المنتج النهائي بعد التصنيع، وكلما كانت الخدمات اللوجستية أفضل فذلك يعني رضا العملاء. لا تواجه صناعة الخدمات اللوجستية تحديات مختلفة تتعلق بالنقل وتدريب الموظفين فحسب ، بل يجب أيضًا تعزيز مرافق النقل / التخزين وضمان وجود فريق ممتاز لإدارة العمل اللوجستي في عمليات الشراء عبر الإنترنت ، فإن الفارق الزمني المتأصل بين الشراء والرضا يجعل كل عميل يريد بشدة تسليمه ، لذا يجب أن تكون عناصر التسليم سريعة و دقيقة في التعبئة والتغليف والتسليم. يحتاج شريك التسليم إلى التأكد من عدم وجود عدم تطابق في فئة المنتج وتسليم الطلب على العنوان الصحيح والوقت المناسب والعميل المناسب.

### 1- التحديات التي تواجه الخدمات اللوجستية

تتمثل اهم التحديات التي تواجهها الخدمات اللوجستية في:<sup>1</sup>

#### - أخطاء في إدارة المخزون وسلسلة التوريد

ان الاخطاء التي ترتكب في أولى المراحل سيعيق عمل كل المراحل المبينة عليها من نقل وتوزيع وإدارة الطلبات وغيرها، ولا بد من تجنب هذه المشاكل قدر الإمكان.

#### - المنتجات المقلدة

التجارة الإلكترونية يشوبها الكثير من العوائق فقد يكون المنتج الوارد إلى المتجر مُقلد، أو وجود منتجات مقلدة في السوق تنتحل هوية منتجك الأصلي، في كلٍ هناك تحدٍ كبير يجب مواجهته.

#### - التسليم في نفس اليوم او في وقت محدد

هناك كثير من العملاء يطلبون استلام طلباتهم على وجه السرعة، وطالما يتم تقديم هذه الخدمة فيجب تسليم المنتج لهم على وجه السرعة، وهذا يرجع إلى أساس عمليات الإدارة التي تطرقنا لها.

#### - التأخير في معالجة الطلبات

أيضاً هو تحدٍ يتعلق بعملية إدارة الطلبات، حيث يتعين على أصحاب العمل معالجة الطلبات الواردة قبل إرسالها، وهذه العملية تتطلب بعض الوقت ولا يجب أن تستغرق أكثر من الوقت المحدد لها؛ لأن أي تأخير سيؤثر في العمليات اللاحقة من تعبئة وتوصيل، ويكمن الحل في وجود فريق ذو كفاءة جدير بالاعتماد عليه.

#### - تأثير الاقتصاد

تلعب الظروف الإقليمية دوراً هاماً في عمليات البيع، حيث يشكل الارتفاع في أسعار عمليات التصنيع والمواد الخام، وزيادة السعر على المستهلك، والرسوم الضريبية تأثيراً سلبياً على عدد الطلبات وعمليات البيع والشحن.

### 2- الحلول المقترحة من اجل مواجهة التحديات

للمحافظة على سير العملية التجارية بشكلٍ سليم، يمكن ذكر مجموعة من الحلول التي من شأنها مواجهة تلك التحديات:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [/https://blog.khamsat.com](https://blog.khamsat.com) آخر تحديث نوفمبر 2021

<sup>2</sup> [/https://blog.khamsat.com](https://blog.khamsat.com) آخر تحديث نوفمبر 2021

### 1- التطوير الرقمي

قد يعد البعض أن التطوير الرقمي أحد التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية نظرًا للمخاطرة وخطر التخلف عن ركب التقدم وعدم القدرة على التزود بأخر التقنيات، إلا أنه يبدو من جانب آخر أحد أبرز الحلول لما فيه من فائدة كبيرة للمتجر وتقليل التكاليف وتقديم خدمة أفضل. على سبيل المثال، المستودعات الروبوتية التي تغني عن تكاليف الأيدي العاملة، فالمتاجر تحتاج تقليل التكاليف؛ للحصول على صافي ربح أكبر.

### 2- الاستدامة

سلاسل الإمداد والتوريد هي أبرز مجالات تطبيق الاستدامة في الخدمات اللوجستية، وذلك من خلال إيجاد طرق لإعادة استخدام الموارد في عمليات ثانوية وتقليل تكلفة الاستهلاك، وبالتالي تنافسية أعلى في السوق، علاوة على تقليل الأثر البيئي لعمليات توصيل البضائع للأعداد الضخمة من العملاء من خلال انتقاء وسائل توصيل صديقة للبيئة.

### 3- اعتماد سياسة شفافة

يجب اعتماد سياسة وقوانين شفافة مع العملاء، من تفاصيل شحن وتوصيل ووصف للمنتجات ما يجعل العميل على دراية كافية بها، ويُفضل وجود خدمة إشعارات تزودهم بأخر المعلومات، وبالتالي تحقيق خدمة أفضل للعملاء.

### 4- تحسين سير عمل سلسلة التوريد

للحصول على دقة في العمل ينبغي العمل على تحسين سلاسل الإمداد والتوريد؛ لضمان تتبع الشحنات وأنها في مسارها الجغرافي والزماني المحدد، وتفادي حدوث المشكلات خاصة في حالات الطوارئ؛ من خلال اتخاذ إجراء سريع يحول دون وقوعها.

### ما أهمية إدارة الخدمات اللوجستية لأصحاب المتاجر الإلكترونية؟

من المعلوم أن عملية الإدارة مهمة في أي مجال كان وأساس نجاح أي عمل، وفي عالم التجارة الالكترونية تتنامى فيه الأعمال بسرعة كبيرة، وهذا النمو يصاحبه حاجة متزايدة إلى خدمات إضافية، وبشكل مفصل يمكننا الحديث عن أبرز الأهداف التالية لإدارة الخدمات اللوجستية:

### 1- زيادة الكفاءة وتحسين الإنتاجية

مراعاة كافة التفاصيل على طول عملية الشراء وصولاً للتسليم، والدعم اللوجستي هو من يقوم بهذه المهمة من خلال تأمين كافة العمليات اللوجستية مما يحسن عملية الإنتاج.

### 2- تفادي الأحداث غير المتوقعة

وهذه الأحداث عادةً ما تكون متكررة، حيث أنه في منتصف سير العمل يظهر لديك عائق سيعكر صفو سير العملية الطبيعي، وهي كثيرة ومتنوعة على سبيل المثال -لا الحصر- عدم وصول المنتجات إلى وجهتها.

### 3- تقليل النفقات

وجود خدمات لوجستية جيدة يوفر الكثير من النفقات، خاصةً في حال نقص الخبرة لدى الجهة المعنية، وتوكيل كافة المهام إلى جهة مختصة يمنع وقوع المشكلات التي من شأنها جلب تكاليف إضافية مثل: وصول المنتج تالف للعميل، فذلك سيكلف ثمن المنتج علاوة على تكاليف الإرجاع.

### 4- التسليم في الوقت المحدد

هو أيضاً يندرج ضمن التحديات لكنه مهم في تلبية احتياجات العميل وعكس صورة ذهنية ممتازة عن المتجر وخدمته لعملائه.

### 5- تلبية رغبات العملاء ونيل رضاهم

تتحقق تلبية رغبات العملاء ونيل رضاهم من خلال الأمور الإدارية والأهداف السابقة يتم تحقيق هذه الرغبة، وربما هذه الأهمية تطغى على غيرها، لأن جميع العمليات اللوجستية تسعى لتحقيق احتياجات العميل.

### المبحث الثاني : دراسة حالة لشركة أمازون

نسعى من خلال هذا المبحث تحليل العلاقة بين الخدمات اللوجستية في التجارة الالكترونية للشركة العالمية أمازون Amazon و ذلك من خلال ما تم نشره على موقعها من احصائيات و تعتمد شركة Amazon على البيع بالتجزئة ، وقد قامت المؤسسة بتنوع منتجاتها من ملابس و ادوات منزلية و الالكترونيات و مؤخرا قامت بالدخول لعالم الادوية.

### المطلب الأول : لمحة عن شركة أمازون ونشاطاتها اللوجستية

#### 1- تقديم شركة أمازون<sup>1</sup>:

ينتهي موقع أمازون إلى المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية التي تمثل فضاء حقيقي للمحلات داخل الشبكة عن طريقها تستطيع الحصول على كل ما تحتاجه، تكون عموماً على شكل قوائم (كتالوجات) أو على شكل إظهار لكل ما هو معروض. و هي شركة أميركية بدأت ببيع الكتب ثم توسعت منتجاتها، لتحدث لاحقاً ثورة في عالم التسوق والمتاجر الإلكترونية، تتجاوز قيمة سلعها مئة مليار دولار سنوياً. أسس شركة "أمازون دوت كوم" يوم 5 يوليو/تموز 1994 بولاية واشنطن جيف بيزوس الذي بدأ بتأسيس شركة خاصة للبيع عبر

<sup>1</sup> 8 فيفري 2017 [/https://www.aljazeera.net](https://www.aljazeera.net)

الإنترنت عرفت باسم "متجر أمازون". وفتح الموقع رسميا في 16 يوليو/تموز 1995، وكان أول كتاب يباع لدوغلاس هوفشتادر وعنوانه " مفاهيم الموائع والمقارنات الإبداعية.. نماذج حاسوبية للأليات الأساسية للأفكار."

اختار بيزوس اسم "أمازون" إشارة إلى بنهر الأمازون الذي يعد الأكبر في العالم، مما يتوافق مع هدفه بأن يكون له أكبر متجر في العالم. ومنذ عام 2000 ظهر شعار أمازون سهما يشبه الابتسامة يمتد من حرف "الألف (A) إلى آخر حرف في الأبجدية اللاتينية(Z) ، ويشير إلى أن الشركة توفر كل المنتجات أي من الألف إلى الياء، وتهدف إلى رضا الزبون عنها.

يقع المقر الرئيسي لشركة أمازون في سياتل بولاية واشنطن الأمريكية، وله مواقع في عدد من البلدان، هي ألمانيا (1998) وبريطانيا (1998) وفرنسا (2000)، واليابان (2000) وكندا (2002) والصين (2004) وإيطاليا (2010) وإسبانيا (2011) والهند (2012) والمكسيك (2013) وأستراليا (2013) وهولندا (2014) أما المدير التنفيذي للشركة فهو مؤسسها جيف بيزوس، وهو خبير حاسوب ورجل أعمال. بدأت قصة شركة أمازون فكرة في رأس بيزوس عندما استهوتته فكرة بيع الكتب على الإنترنت، لكنه واجه في البداية صعوبات لتمويل إنجاز مشروعه الذي حدد له ميزانية بقيمة مليون دولار، وذلك بسبب ما وصفه حينها بـ"ضعف فهم المستثمرين وعدم إيمانهم بإمكانيات الإنترنت، وتشكيكهم في قدرة مشروع أمازون على النجاح".

وتشير الأرقام المالية الخاصة بالربع المالي الثاني من 2016، إلى أن شركة أمازون تفوقت على توقعات وول ستريت السابقة بقيمة 29.55 مليار لتصل إلى 30.4 مليار دولار من الدخل، وتوزعت هذه الإيرادات على الأسهم لتبلغ 1.78 دولار للسهم الواحد. ومقارنة بعام 2015، ارتفعت أسهم أمازون بنسبة 40% واستطاعت تحقيق أرباح جيدة للربع الخامس على التوالي، بفضل خفض تكاليف توصيل الطلبات للمستهلكين وزيادة العروض، كما حقق قسم التخزين السحابي مبيعات تقدر قيمتها 2.89 مليار دولار، متفوقة على التوقعات السابقة أيضا.

تقدم شركة أمازون آلاف السلع في صناعات متعددة كالملابس والإلكترونيات والسلع الرياضية والكتب ومواد التجميل وغيرها، وليس لها مكان على أرض الواقع، لكن لها مخازن تحفظ فيها للسلع حتى إرسالها إلى أصحابها على عناوين منازلهم أو عناوين مكاتب شركات الشحن.

ومن الخدمات التي تقدمها الشركة خدمة "برايم" التي يمكن الاشتراك فيها مقابل مئة دولار رسوما سنوية، واستطاعت أمازون بناء قاعدة عريضة تقدر بنحو خمسين مليون مشترك من المتسوقين الأكثر إنفاقا.

2- الانشطة اللوجستية لشركة امازون : و تتمثل في <sup>1</sup>

- التخزين : تضم بداخلها أنظمة إدارية بالغة الدقة جعلت منها واحدة من أكثر الشركات تنظيماً الأمر الذي انعكس على فعالية الموظفين و انتاجيتهم حيث انها تقوم بمراقبة اداء الموظفين من خلال برامج خاصة و مشاركة الاراء الايجابية و السلبية المتعلقة بزملاء العمل بالاضافة الى اعتمادهم على برمجيات تحدد مكان المنتج بدقة و توجيه الموظف المسؤول بجلبه و فحصه بجهاز محمول خاص بالاضافة الى تجهيز المنتج و تغليفه ووضع الملصقات عليه .

- التعبئة و التغليف : و تكون بعملية محترفة التي تضمن سلامة المنتج من الالفساد بالاضافة

- الشحن و التوصيل : او ما يسمى بخدمة التوزيع و التسليم و يكون في وقت قياسي بتقنيات متطورة مع المحافظة على سلامة المنتج .

- خدمة ما بعد البيع : و ذلك يكون اما بالتركيب ان كان المنتج يحتاج ذلك او بالضمان لمدة معينة من الزمن من الاستعمال او الضمان بالارجاع ان كان المنتج يحتوي على اي شكل من اشكال الخطأ

- الاعلانات : و تتم عبر الموقع الرسمي لشركة امازون و تحتاج الى فريق عمل يتقن عمله و له قدرات . لان الاعلانات بمثابة تسويق للمنتوج و يعتبر من اهم الانشطة لاىصال الصورة التي تجلب الزبون و ينهر بها

المطلب الثاني : مساهمة الخدمات اللوجستية في تطوير شركة امازون

في جوان 2018، أحدثت أمازون صدمة كبيرة في قطاع الخدمات اللوجستية ونقل الطرود في العالم، وخاصة في الدول المتقدمة التي تنشط فيها بقوة، حين أعلنت أنها ستبني شبكة شاحنات لتوريد بضائعها إلى عملائها في الولايات المتحدة. ورجحت حينها تعميم التجربة في دول أخرى.

1- دور الخدمات اللوجستية في تطور التجارة الالكترونية لدى شركة امازون

توفر الشركة اللوجستية المحترفة الدعم السلس والحركة السلسة للسلع عبر سلسلة التوريد. المستودعات ومراكز التوزيع ومراكز التخزين ومحطات التسليم ومرافق الشحن الجوي والبري والبحري التي تدعم حركة البضائع كلها تقع ضمن مجال الخدمات اللوجستية. عندما يفكر شخص ما في الخدمات اللوجستية ، فإن أسهل طريقة لشرح عمق الكلمة وأبعادها هي تخيل عملاق التجارة الإلكترونية أمازون. نظرًا لكونها واحدة من شركات التكنولوجيا الأربع الكبرى جنبًا إلى جنب مع قوقل وابل وفيسبوك، يقدر محترفو الصناعة أن أمازون تقدم خدمات لوجستية لحوالي 12٪ من الشحنات من الشركات إلى المستهلك في جميع أنحاء العالم. ولخدمة عملائها، فقد أنشأت أمازون شبكة هائلة من المستودعات ومراكز التوزيع بأكثر من 850 منشأة في 22 دولة تحتل 220 مليون قدم مربع! يلعب هذا النوع من الأنظمة اللوجستية والتوزيع الفعال دورًا كبيرًا في نجاح أمازون. تعد Amazon Logistics خدمة شحن جديدة نسبيًا أسستها Amazon.

<sup>1</sup> مذكرة متطلبات لنيل شهادة ماستر – ادارة سلسلة الامداد و دورها في التجارة الالكترونية امازون نموذجا – كريمة ضيف- 1019/2018

تملاً الخدمات اللوجستية الفجوات حيث تتوقف خدمات الشحن الأخرى ، مما يؤدي إلى تسليم فائق السرعة (رضا العملاء)

### 1-1. الخدمات اللوجستية لدى أمازون الخاصة بالمستهلكين :

في حين أن شركات الشحن التقليدية مثل FedEx و UPS و USPS تقدم فقط في أيام الأسبوع وأثناء ساعات العمل ، فإن Amazon Logistics تفي بالطلبات خلال الساعات التي كانت تعتبر في يوم من الأيام "خارج العمل" المتأخرة في الليل وحتى في يوم رأس السنة الجديدة. ما عليك سوى تدوين رقم التتبع الخاص بك حيث يقوم متعهدو خدمات أمازون اللوجستية بتسليم الطرود دون الحاجة إلى التوقيع . في بعض الحالات ، يلتقطون صورة الحزمة لتأكيد تسليمها. في حالات أخرى ، يتركونها في مكان منفصل مع تعليمات للعميل. يمكن للعملاء تتبع موقع حزمة Amazon الخاصة بهم عبر الإنترنت ، والحصول على فكرة واضحة جدًا عن موعد تسليمها.

### 2-1. الخدمات اللوجستية لدى شركة أمازون الخاصة بالبائعين :

هناك مهمة الظهور فعليًا في نتائج البحث وبيع المنتجات و يتطلب هذا استراتيجية تسويق فعالة من شركة أمازون ، وهوية لعامة تجارية قوية ، وأوصاف منتجات من الدرجة الأولى. و بعد ذلك ، بمجرد أن ينقر العملاء على "شراء" ، هناك من يعمل لإرضائهم يمكن أن تساعد Amazon Logistics في هذا الصدد. و من مزاياها السرعة في الايصال و هذه يعد نجاح كبير.

### 2- استراتيجيات نجاح شركة أمازون<sup>1</sup>

#### 1-2. تجربة العميل

أولى استراتيجيات نجاح أمازون هي التركيز على العميل؛ فليس لدى هذه الشركة أهم من ضمان حصول العميل على تجربة مرضية، وكل ما تفعله أمازون، وكل خطوة استراتيجية وكل استثمار.. إلخ يتم تقييمه بناءً على ما يوفره للعميل من قيمة، وأيضًا كيف ستبدو تجربة العميل حياله. وبلغ اهتمام أمازون بتجربة العميل أنها تضع كرسيًا فارغًا في غرفة الاجتماعات لتمثيل العميل، في محاولة منها لتذكير نفسها بمهمتها الأساسية التي انتدبت نفسها من أجلها. ومن وجهة نظر تسويقية، تبدو هذه الاستراتيجية على قدر كبير من الواجهة؛ فإذا ثمة تجاذب كبير بين طرفي المعادلة: الحصول على عملاء جدد أم استدامة العملاء الحاليين، فإن أمازون قررت أن تحقق تقدمًا بطيئًا لكن ممنهج؛ فهي تصرف كل تركيزها على صنع تجربة مرضية لما لديها من عملاء حاليين؛ لكي تضمن استدامتهم، هذا من جهة، ولأنها تدرك أن هؤلاء العملاء سوف يجذبون من خلال Word of Mouth\_ إليها عملاءً جددًا إنها تدخر جهدها من جهة، وتجند عملاءها الحاليين لجذب عملاء جدد، يتعلق الأمر إحدًا بتأخير فكرة التوسع، فهي لا تسعى إلى التوسع في جذب العملاء الجدد

<sup>1</sup> مقال بتاريخ 23 نوفمبر 2020 <https://www.rowadalaamal.com>

أو إطلاق المنتجات والمشروعات الجديدة، بقدر ما ترغب في التعمق، والحصول من عملائها الحاليين على أفضل وأكثر ما يمكن الحصول عليه.

### 2-2. تعتبر الابتكار قيمة للعميل

تولي شركة أمازون اهتمامًا بالابتكار، ولكن من منظور خاص، فهي تنظر إلى الابتكار كقيمة للعميل وكل ما عدا ذلك سيكون جهدًا لا طائل منه.

### 2-3. المرونة أو ما يسمى بالشركة الرشيقة

المرونة عنصر نجاح أساسي سواء طبقتها أمازون أو غيرها، وإنما نعني بالمرونة أو الرشاقة في القدرة على التجاوب مع الوقائع والتعاطي مع المتغيرات بشكل فعال وأكثر إبداعًا. تتمحور رشاقة الشركة حول سرعة التنفيذ، والقدرة على التكيف فالسوق لا يطرح الفرص طوال الوقت، كما أن الفرص نفسها سريعة الزوال. أما إذا فُرض متغير ما على الشركة فإن واجبها الأول، في مثل هذه الحالة، هو التكيف. والتكيف في حد ذاته إبداع، وأمازون ماهرة في ذلك إلى أبعد مدى.

### 2-4. التخطيط بعيد المدى

منذ البداية كانت أمازون موجهة نحو نمط التفكير طويل الأمد فهي لا تنظر تحت قدميها، وإنما تعد نفسها في الحاضر للمستقبل؛ ولذا هي، دائمًا، قادرة على اقتناص الفرص؛ حيث أعدت لها نفسها جيدًا. يقول جيف بيزوس: نشعر بالراحة عند زرع البذور ونتنظر نموها لتصبح أشجارًا وخير مثال على التخطيط طويل المدى هو Amazon Web Services (AWS) والذي بدأ مع الشركات الناشئة والمطورين؛ ثم توسع ليشمل الآن ملايين العملاء.

### 2-5 التحسين المستمر

أبرز استراتيجيات نجاح أمازون كونها لا تقنع أبدًا بما وصلت إليه من نجاح، وإيمانها بأن هناك دائمًا ما هو أفضل، وأنه ما زال هناك ما يمكنها تقديمه للعملاء. وعمليات التحسين المستمر تلك لا تتوقف على أمر أو مجال معين إنما تطال كل من التعبئة والتغليف إلى المرتجعات وغيرها. صحيح أن إجراء التحسينات بشكل مستمر وممنهج قد يستغرق وقتًا وجهدًا كبيرين، إلا أن النتيجة النهائية وجود شركة رائدة وعملاء مستدامين.

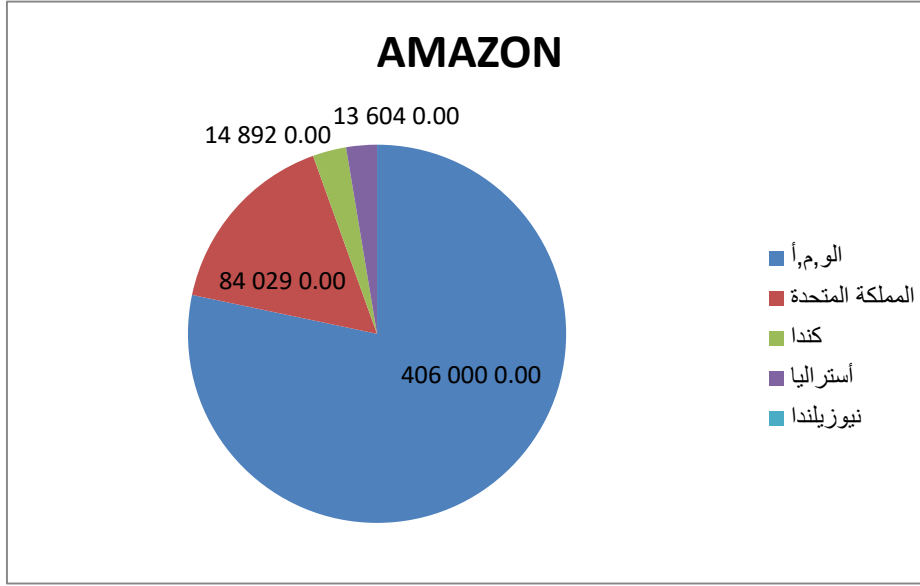
### 3- مميزات شركة أمازون :

لقد اجتمعت عوامل عديدة مع بعضها البعض لتجعل من موقع أمازون الإلكتروني موقعًا متميزًا وناجحًا منذ تأسيسه وإلى حد الآن، إذ استطاعت هذه الشركة الرائدة تحقيق مكانة قوية ومميزة جدًا لكونها تتميز بمايلي: <sup>1</sup>

<sup>1</sup> مقال بتاريخ 23 نوفمبر 2020 <https://www.rowadalaamal.com>

- يقدم موقع أمازون أفضل الأسعار و بعدة خيارات وهو لا يربط العميل بسعر واحد بل يقدم له خيارات متعددة و يتم شحن العديد من منتجات أمازون بتوقيت يتنافس مع مواقع التسوق الأخرى بإمكان العميل أن يلغي عملية الشراء بعد الدفع في حال عدم شحن المنتج
- تقدم أمازون إرشادات لجذب انتباه المشتري إلى صفحة المنتج في حالة كون المنتج رخيص الثمن حتى وإن لم تكن هي البائع لهذا المنتج
- الثقة هي ميزة أخرى من ميزات موقع أمازون حيث يمكن التواصل مع الموقع في حال حصول إشكالية معينة بخصوص المنتج ويتم حلها
- سرعة الشحن و رخص أسعاره حيث يوفر أمازون خيارات شحن عديدة منها العادي والمتوسط والسريع وكذلك خيار البرايم إذ تعتبر أسعاره رخيصة قياساً للمواقع الأخرى
- سهولة تحميل تطبيقه واستخدامه على كافة الهواتف التي تستخدم أنظمة الوندوز والآي أو إس والأندرويد
- يستطيع المشتري معرفة سعر المنتج بعملة دولته المحلية عند وضع طلبه في عربة المشتريات وقبل قيامه بعملية الدفع عن طريق أمازون لتحويل العملات و يمكن للمشتري معرفة كلفة التخليص الجمركي قبل الشراء
- و يقبل أمازون العديد من بطاقات الدفع الإلكترونية و إمكانية إرجاع البضاعة في حال وصولها تالفة للمشتري
- إمكانية إلغاء الطلب بعد الشراء واسترجاع المبلغ كاملاً وبسهولة ومن الميزات الأخرى يوجد أسفل كل منتج قسم الأسئلة والأجوبة الذي يمكن للمشتري من خلاله إرسال السؤال الذي يرغب في طرحه بخصوص المنتج وتتم الإجابة عليه.

شكل رقم 07 : نسبة شركة امazon من اجمالي حجم المبيعات في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية



المصدر: نسبة شركة امazon من اجمالي حجم المبيعات في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية [/https://naktublak.com](https://naktublak.com)

الجدول رقم 03 نسبة شركة امazon من الارباح في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية

Amazon	
406 000 000,00	الولايات المتحدة
84 029 000,00	المملكة المتحدة
14 892 000,00	كندا
13 604 000,00	أستراليا
-	نيوزيلندا
518 525 000,00	المجموع

المصدر: نسبة شركة امazon من اجمالي حجم المبيعات في مجموعة من الدول الرائدة في التجارة الالكترونية [/https://naktublak.com](https://naktublak.com)

### خلاصة الفصل :

أدرك العديد من عمالقة التجارة الإلكترونية أهمية وجود نظام لوجستي موثوق وفعال وسريع وأن نجاحهم يرتبط به. فبدأوا بالتعاون مع مزودي أحدث الخدمات اللوجستية و بناء ذراع لوجستي داخليًا لضمان تقديم خدمات موثوقة وسريعة وفي الوقت المحدد لعملائهم. على سبيل المثال، أنشأت أمازون Amazon في الولايات المتحدة مستودعاتها الخاصة، وشبكة التوصيل بالطائرات (Amazon Air) ، كما أنها تشتري مراكز تسوق مهجورة في المناطق المكتظة بالسكان لتحوّلها إلى مراكز تنفيذ لتقليص مهل التسليم.

بعكس الشركات الضخمة التي تقوم بشحنات هائلة حتى تتمكن من دعم شبكة تسليم وخدمات لوجستية داخلية، ما زالت شركات التجارة الإلكترونية المتوسطة والصغيرة الحجم تبحث عن موردين خارجيين مثل سنتشوري إكسبرس Century Express، المتخصصة في التسليم السريع لبضائع و سلع التجارة الإلكترونية.

---

# الخاتمة

## خاتمة عامة :

أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم تتوسع بصورة كبيرة في العالم إذ يعتمد كثير من المواطنين على شراء جل أو جزء من احتياجاتهم من خلال المنصات الإلكترونية محلية كانت أو عالمية، والتجارة الإلكترونية تنمو وتتطور وتحتدم فيها المنافسة بصورة كبيرة، وليس من المبالغة أن أي متجر اليوم لا يبدأ فعليا بإيجاد منصة إلكترونية للبيع مهدد بالإفلاس في المستقبل القريب، وهناك شركات عالمية وعلامات تجارية تعلن إفلاسها بوجود منصات إلكترونية تنافس منتجاتها ما جعلها غير قادرة على مواجهة هذه المنافسة الشرسة لتعلن لاحقا إفلاسها وقد يتبعها شركات أخرى غير قادرة أو أهملت في إتاحة متاجرها بشكل إلكتروني، ما سيؤدي قطعاً إلى مواجهة شرسة مع الشركات التي أصبحت تصل اليوم إلى كل بيت تقريبا في هذا العالم.

ليس هناك شك أن التجارة الإلكترونية والمعاملات الإلكترونية عموماً لها دور كبير في تحسين الظروف العامة في المجتمع بل تزيد من فاعلية المجتمع وإنتاجيته، حيث يحتاج الفرد منا إلى زيارة المواقع الإلكترونية أكثر من مرة لاحتياجاته المتنوعة، وهنا تأتي أهمية تطوير منظومة الخدمات اللوجستية للتجارة الإلكترونية، ولعله عند النظر إلى نوع الخدمات اللوجستية التي يمكن أن تدخل في التجارة الإلكترونية نجد الخدمات التقنية وخدمة الدفع إضافة إلى خدمات التوصيل. هذه الخدمات الرئيسة من المهم أن تكون على مستوى عال لنجاح التجارة الإلكترونية، حيث إن كفاءة الخدمات التقنية تساعد على تنفيذ عمليات البيع والشراء، كما أن التنوع في طرق الدفع الآمن له دور كبير في التسهيل على الأفراد في عمليات البيع والشراء، إذ إنه من المهم أن يكون للمستخدم أكثر من طريقة في عملية الدفع ما يسهل عليه المسألة، ولعل العنصر الأهم في هذه العملية الذي يتحمل العبء الأكبر في نجاح التجارة الإلكترونية هو مسألة التوصيل وهذا أمر لا بد من الاستثمار فيه بشكل كبير إذ ما زال يعد في وضع أقل من المستوى المطلوب من جهة التنوع والالتزام، فالاستثمار فيه سيكون له دور كبير في نجاح التجارة الإلكترونية.

لعل التحدي الأكبر فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية هو أنه كيف يمكن للمستثمرين والمتاجر الإلكترونية أن تنتشر بصورة أكبر في أسواق العالم، حيث إن التجارة الإلكترونية قد تكون تهديداً للمتاجر و

فالخلاصة هي أن التجارة الإلكترونية تتوسع اليوم بصورة كبيرة وتحتاج إلى خدمات لوجستية تتعلق بالدفع والخدمات التقنية وخدمات الشحن والتوصيل ومن المهم اليوم الاستثمار بصورة أكبر في هذه الخدمات اللوجستية لزيادة كفاءة التجارة الإلكترونية كما أنه من المهم أن يكون لدى رجال الأعمال والمتاجر خيارات لتعويض حصتهم من السوق التي ذهبت فعليا إلى متاجر عالمية، ومن المهم أيضا العمل والاستثمار في الخدمات اللوجستية على مستوى عالمي أو إقليمي على الأقل في المرحلة الحالية للاستفادة من حجم الانتشار للتجارة الإلكترونية. وهذا تأكيداً للفرضية المطروحة المتمثلة في أنه يوجد علاقة إيجابية بين الخدمات اللوجستية و تطوير التجارة الإلكترونية حيث خلصنا الى ان الخدمات اللوجستية الهدف منها هو تقليل التكاليف مع تقديم خدمة ذات كفاءة بالاضافة الى اختصار الوقت و التعامل المباشر مع العملاء و هذا ما

تعمل عليه الشركات في مجال التجارة الالكترونية و تطمح اليه فالخدمات اللوجستية تقوم بدور جد مهم وتعتبر داعم كبير في تطوير التجارة الالكترونية .

تمثلت نتائج الدراسة في :

- اهمية وجود نظام لوجستي فعال و سريع في تطوير التجارة الالكترونية
- توصلنا ايضا الى انه للحصول على عمل ذو كفاءة يجب تحسين الخدمات اللوجستية المعتمدة من الشركة و ذلك ما ابرزناه في اهمية ادارة الخدمات اللوجستية لاصحاب المتاجر الالكترونية
- كلما كانت الخدمات اللوجستية ذات فائدة و مدروسة دراسة صحيحة كلما زاد نشاط التجارة الالكترونية و زاد انتشارها .
- تعتبر امازون عملاق في مجال التجارة الالكترونية و تكمن قوتها في كيفية تسيير و تطوير خدماتها اللوجستية التي تعتبر اهم عنصر في تطورها حيث تمتاز بكفاءة عالية من حيث تقديم الخدمات و جودة ما تقدم من معروضات .
- يؤدي تبني المتاجر الالكترونية للخدمات اللوجستية الى تقديم خدمات ذات كفاءة و زيادة الشفافية في العمل و التعاملات ، تقليل التكاليف و تحقيق عائد اكبر و رضا الزبون الذي بدوره يؤدي الى الولاء و هذا ما تطمح اليه كل منشأة و كل تاجر او رائد اعمال .
- و هذه بعض النصائح المهمة و الاقتراحات لإدارة جيدة للخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية فلنجاح أي عمل لاسيما عملية إدارة الخدمات اللوجستية التي ذكرناها في النقاط السابقة و لتجنب المشاكل و للوصول الى رضا العملاء فلا بد من توافر بعض الأمور، والتي قد يغفل عنها أو يتجاهلها الكثير رغم أهميتها ودورها البارز في إنجاح عملية الإدارة؛ لذلك استخلصنا هذه الاقتراحات المتمثلة في :
- استخدام التكنولوجيا في إدارة الخدمات اللوجستية سيجعل المهمة أسهل، لذلك احرص دائمًا على امتلاك أحدث الوسائل التكنولوجية والتقنيات وضمها في العمل الخاص بك.
- توظيف فريق عمل ماهر سيجعل العملية ناجحة وسيسعى لتطوير الخدمات، واليوم أصبحت عملية التوظيف والعثور على كفاءات ومتخصصين أسهل من أي وقت مضى، حيث وجود الشركات المتخصصة بفرق عمل متكاملة، ووجود المستقلين عبر الإنترنت، الذين يمكنك الاستعانة بهم في عمليات الإدارة وتتبع الطلبات والدعم والاستشارات اللوجستية.
- أثناء سير العمل وعلى مدار الوقت الذي بدأ العمل فيه، راقب التغيرات والمؤشرات العملية والإدارية وتتبع أي اخطاء قد سبق حدوثها لوضعها على سلم الأولويات ثم وضع الحلول لها لتفاديها وتحسين هذه الحلول على المدى البعيد.

---

- لا غنى عن هذا الخيار حيث أن رؤية عمل واضحة وشاملة ومنظمة تجنب الكثير من المتاعب والمشكلات، خاصةً في خطط حالات الطوارئ التي تكون فيها الإجراءات البديلة المتبعة؛ لضمان استمرار سير العملية.

في ختام الدراسة و لان موضوع علاقة الخدمات اللوجستية بالتجارة الالكترونية عميق و له تشعبات و حديث نوعا ما و مع بروز في الازمنة الاخيرة الشركات اللوجستية التي تعمل على تقديم الخدمات عبر منصات لوجستية تبادر لذهننا عدة اشكاليات و مواضيع نطمح الى ان تكون محور دراسات في المستقبل و المتمثلة في:

- ماهي طبيعة العلاقة التي تجمع بين كلا من شركات الخدمات اللوجستية و الشركات التجارية و كيف تتم عملية الوصل بين الشركات التجارية و العملاء ؟
- بالاضافة الى الدور الذي تقدمه شركات الخدمات اللوجستية في تحسين رضا العملاء
- واقع شركات الخدمات اللوجستية في الجزائر .

---

# المراجع

## الكتب :

- 1- تجارة الكترونية للدكتور محمد نور صالح الجداية و الدكتورة سناء جودت خلف الطبعة 2 دار الحامد للنشر و التوزيع 2012
- 2- التجارة الالكترونية و تطبيقاتها للدكتور عامر ابراهيم قنديلجي الطبعة الاولى دار المسيرة لنشر و التوزيع 2015
- 3- التسويق الالكتروني يوسف الطائي – هشام العبادي الطبعة 1 الوراق للنشر و التوزيع 2009
- 4- لوجستيات التجارة الالكترونية للدكتور خالد ممدوح ابراهيم طبعة 1 دار الفكر الجامعي 2008
- 5- التجارة و التسويق الالكتروني الطبعة 1 دار اسامة للنشر و التوزيع 2009
- 6- ادارة الاعمال اللوجستية للدكتور علي فلاح الزعبي و الدكتور زكريا احمد عزام الطبعة 1 دار المسيرة للنشر و التوزيع 2012

## المذكرات الجامعية :

- 1- اطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية لرصاع حياة بعنوان دور اللوجستيات في تطوير الموانئ البحرية جامعة وهران
- 2- مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر لحواس فتح بعنوان النقل و الامداد جامعة باتنة 2010-2011
- 3- مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اكايمي شبرة فاطمة فلاق بعنوان واقع التجارة الالكترونية جامعة مستغانم 2017
- 4- مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير ل شيماء خالد صالح السامرائي بعنوان العلاقة بين عوامل الثقة ورضا المستخدمين في التجارة الالكترونية جامعة عمان 2014
- 5- مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر كريمة ضيف / ابتسام زربيط / منال حشيفة بعنوان سلسلة التوريد و دورها في التجارة الالكترونية 2019

## المواقع الالكترونية :

- 1- مدونة الجزيرة
- 2- مدونة مهند الالكترونية مقال بعنوان تفعيل التجارة الالكترونية [www.M2B99](http://www.M2B99)
- 3- مقال بعنوان دليلك الى ادارة الخدمات اللوجستية في مجال التجارة الالكترونية موقع 5 خمسوات الخاص لبيع و شراء الخدمات المصغرة 2021

---

4- مقال بعنوان لوجستيات التجارة الالكترونية ل STEVE SYVERSON من موقع WAREHOUSE ANY  
2021 / WHERE

المجلات :

- 1- مقال بعنوان العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الالكترونية لدكتور احمد عبد الله العوضي عميد كلية الدراسات التجارية الكويت مجلة الاقتصاد و المجتمع العدد 2010/06
- 2- مقال بعنوان اهمية الخدمات اللوجستية للتجارة الالكترونية لدكتور صلاح بن فهد الشلهوب جريدة الاقتصادية 2019

المحاضرات :

- 1- الدكتور بن زيدان ياسين مطبوعة دروس، مدخل الى اللوجستيك جامعة مستغانم

## الملخص:

تناولت المذكرة موضوع الخدمات اللوجستية ودورها في تنشيط التجارة الالكترونية و كانت شركة او موقع امazon مثلا عن تلك الهمية و تلك القيمة التي اضافتها الخدمات اللوجستية للشركة و بالتالي فان شهرتها و قدرتها على اكتساح السوق لم يأتي من فراغ بل من خلال تطوير في مجال الخدمات اللوجستية وتخطيط استراتيجي ناجح بكل المقاييس وهنا تعتبر شركة امazon خير مثال على العلاقة الوطيدة بين الخدمات اللوجستية و بين التطور القائم في التجارة الالكترونية و تعتبر شركة امazon مثال يحتدى به.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية ، الخدمات اللوجستية ، نظام المعلومات ، شركة امazon

## abstract:

This study of logistics and its role in e-commerce with Amazon company being an example of that importance value added by the company's logistics services. That its fame and ability to sweep through the market did not come from nothing but from logistics development and efficient strategic planning by any standard .

Amazon company is a good example of the strong relationship between logistics and the evolution of e-commerce and Amazon is a good example to follow.

**Keywords:** e-commerce; logistics; information system; Amazon company