



جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

من إعداد الطالبتين:

لحواسة رميساء

بسة نسرين

بعنوان:

## دور التجارة الإلكترونية في العمليات اللوجيستية والتوريد

### دراسة حالة شركة بروكسيما - برج بوعريريج -

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	استاذ مساعد ب	تبانى رندة
مشرفا	استاذ محاضر أ	مقرانى عبدالهادي
مناقشا	استاذ مساعد ب	قرعى مريم

السنة الجامعية: 2023-2024



# شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

نتقدم بأسمى عبارات التقدير والشكر والعرفان إلى من زودنا بإرشاداته وتوجيهاته بصبر وسخاء فأنازلنا  
الدرب وأضاء لنا السبيل، وكان لنا نعم المرشد والموجه ونخص بالذكر الأستاذ الكريم والفاضل " عبد الهادي

مقراني "

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أعضاء لجنة المناقشة، لتكرمهم بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا المقام هنا أن نسجل شكرنا إلى كل أساتذة كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

بجامعة محمد البشير الإبراهيمي ببرج بوعريريج.

# الإهداء



الحمد لله الذي يسر البدايات واكمل النهايات وبلغنا الغايات الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات الحمد لله ما تم جهد الابعونه وما ختم سعي الافضله اهدي هذا التخرج الى نفسي الطموحة الى عائلتي وسندي

اهدي تخرجي الى من افتقده ابي البشوش الذي رحل عنا، ولكن بقيت ذكراه وأثره حاضرين في حياتي رحم الله شيبات شعره ورائحته وضحكاته اللهم لابي جنة ومقام وسرر مرفوعة

اهدي تخرجي الى امي الحنون، التي كانت الركيزة القوية والداعم اللامحدود في حياتي " المرأة الحديدية ". الى من جعل الله الجنة تحت قدميها من سهلت لي الشدائد بدعائها والدتي العزيزة

الى من قيل فيهم (سَسُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ) الى أخواتي الأعزاء، صبرينة، نصيرة، وصورية، كنتن الدعم الثابت والملاذ الآمن في كل لحظة من حياتي.

إلى أخوتي ، صلاح الدين، ايمن بلال، عبد الحفيظ، حمزة، كنتن دعماً كنتن السند الثابت

الى عائلة لحواسة الكريمة، التي كانت دائماً بجانبتي.

اهدي تخرجي الى زملائي في فلسطين الذين منعتهم الحرب ان يكون مكاني

إلى عمي عبد المالك الذي كان لي أباً ثانياً، ولم يفرق بيني وبين بناته في الرعاية والدعم.

وأهدي تخرجي ايضاً إلى كل صديقاتي ورفيقات الدرب كل باسه ( نسرين ، سلمى ، منال ، دنيا ، اية ، سكيئة، بثثة ، اميرة ، بهيجة ، هاجر ) وكل من ساندني وشجعني خلال رحلتي الدراسية.

كلمات الشكر قليلة في حقكم، فأنتم جميعاً جزء من هذا النجاح وأساس هذا الإنجاز.

فالحمد له على البلوغ وعلى الختام

اللهم زدني علماً وتوفيقاً

رميساء

## اهداء :

{وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ} [التوبة: 105]

ما سلكتنا البدايات إلا بتيسيره، وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه، وما حققنا الغايات إلا بفضلِه. تم بحمد الله  
وفضله تخرجي، اللهم انفعني بما علمتني وزدني علماً، الحمد لله على التمام وحسن الختام.  
بكل فخر و جد بين ثنايا قلبي اهدي تخرجي و ثمره جهدي الى من كان لي مصدر دعم والعتاء الى  
بطلي الأول و الأخير لي والدي العزيز (ابي : بسة عبد الرزاق)، الذي كان لي الأب والأم، والداعم  
الأول في حياتي حفظك الله و رعاك.

والى من كانت ستفرح بتوفيقني ونجاحي الى زهرتي الراحلة امي (خبابة نجاح)  
ها قد وصلت يا أمي إلى الموعد المنتظر وأكملت طريقنا الذي بدأناه سوياً لأصل له بدونك. كم تمنيت  
عناقك بشدة لأشعر بالدفء في يوم تخرجي، ولكنها الحياة يا قرة عيني. فارقتني وتركتني، لكن روحك  
الحنونة لم تفارقني أبداً، رحمك الله يا غاليتي

إلى إخوتي الأحباء، شركاء الدرب (رضوان عماد محمد)، والذين كانوا لي خير السند والداعمين  
الدائمين. شكراً لكم على تشجيعكم المستمر وعلى كل لحظة دعمتموني فيها. أحبكم من أعماق قلبي.  
إلى أساتذتي الكرام، الذين كانوا لي نعم الموجهين والمرشدين، ولم يبخلوا عليّ بعلمهم وتوجيهاتهم.  
أشكركم من أعماق قلبي، وأدعو الله أن يبارك في علمكم وينفع بكم. {رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا} [طه: 114].  
إلى أصدقائي الأعداء (بهيجة، أميرة، هاجر، سارة، لينة)، كلمات الشكر قليلة بحقكم، فأنتم كنتم رفاق دربي  
وشركاء في كل فرح و حزن. شكراً لدعمكم وتشجيعكم المستمر.

لصديقتي دربي (ثابت ماجدة)، أشكركِ على كل لحظة قضيتها معي، فأنتِ ليس فقط صديقة، بل أخت  
عزيرة و جزء من عائلتي.

لزميلتي في المشروع (لحواصة رميساء)، أنتِ شريكة مخلصه وأخت عزيزة، شكراً لتفانيك وتعاونك  
المستمر في جعل هذه التجربة لا تُنسى بالنسبة لي.

لخالتي الحبيبتين (خبابة عفاف، خبابة فايزة) شكراً لكما على كل الحنان والدعم، أنتما مصدر إلهامي  
وسعادتي. أدعو الله أن يحفظكما ويبارك فيكما دائماً.

وإلى كل من ساهم في دعمي ولو بكلمة طيبة، أهديكم هذا الإنجاز، وأسأل الله أن يكتب لكم أجر كل خير  
قدمتموه لي. {فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ} [الزلزلة: 7].

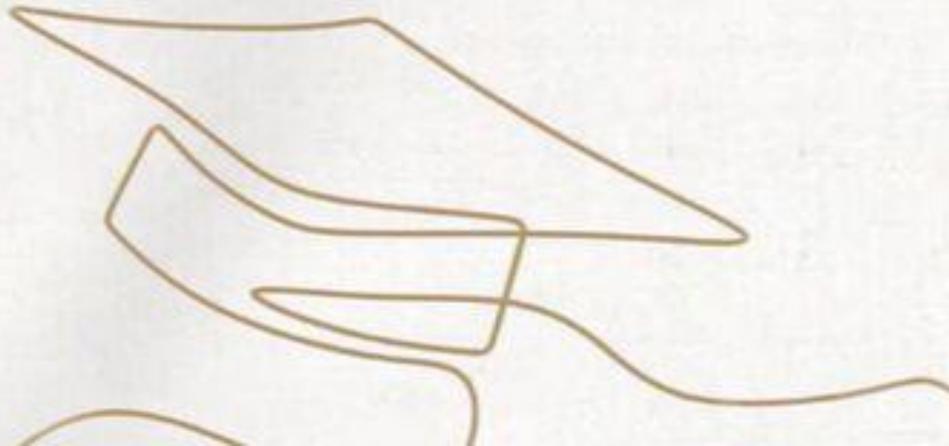
أسأل الله أن يتقبل مني هذا العمل، ويجعله خالصاً لوجهه الكريم، وأن يوفقني وإياكم لكل خير. {وَمَا  
تُؤْفِقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ} [هود: 88].

إلى أصدقائي (بهيجة، أميرة، هاجر، سارة، لينة)، هذه الكلمات قليلة لتعبر عن مدى شكري وتقديري لكم  
لكنها تحمل معها كل مشاعر الود والمحبة التي تملأ قلبي كانوا لي خير رفاق الدرب، وضحكنا وبكيننا

معاً في كل لحظة من هذه الرحلة. شكراً لكن على دعمك وتشجيعك المستمر، وعلى كل لحظة قضيناها معاً.

لصديقة دربي ( ثابتة ماجدة ) لقد كان لي الشرف والسعادة الكبيرة بأن تكوني جزءاً من حياتي. في كل مرة أرى فيها العالم من خلال عينيك اللامعتين بالطيبة والحنان، أشعر بالامتنان العميق والحب الصادق. أردت اليوم أن أعبر لك عن شكري البالغ على كل الدعم والحنان والوقت الذي قضيته معي. إنك لست فقط صديقة، بل أنت جزء من عائلتي، وأخت لي بكل معنى الكلمة. لزميلتي في المشروع (لحواصة رميساء) لا يمكنني تقديم الكلمات التي تعبر عن شكري وامتناني لك، فأنت لم تكن مجرد زميلة في العمل، بل كنت شريكة مخلصه وأخت عزيزة. من خلال تفانيك وتعاونك المستمر، ساهمت في جعل هذه التجربة تجربة لا تُنسى بالنسبة لي. أتمنى لك دوام النجاح والتوفيق في كل مسارات حياتك

## نسرین



**المخلص:**

تهدف هذه الدراسة الى تقديم مفهوم التجارة الالكترونية عموما ومنصات التجارة الالكترونية في الجزائر على وجه الخصوص، ثم التطرق الى مفهوم ادارة اللوجستيك، من اجل محاولة الربط بينهما من خلال دراسة حالة ميدانية تهدف الى استخراج دور وتأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير وتحسين ادارة اللوجستيك في مؤسسة بروكسيما برج بوعريريج.

بعد اسقاط المفاهيم النظرية على الدراسة الميدانية وتطبيق نموذج SWOT بالاضافة الى تحليل للمزيج التسويقي، خلصت الدراسة أن استخدامات مختلف البرامج والتقنيات اهمها SAP في منصتها الخاصة للبيع الإلكتروني و سلسلة التوريد والعمليات اللوجستيات، ادى الى تحسين كفاءة وجودة الخدمات المقدمة وتجربة مميزة للزبائن.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة الكترونية - سلسلة توريد - شركة بروكسيما - SAP - ادارة لوجستيك

**Abstract:**

*This study aims to introduce the concept of E-commerce in general and E-commerce platforms in Algeria in particular. Also, the concept of logistics management through a study field in order understand and explain the relationship case study to extract the role and impact ICT on the development and improvement of logistics management in Proxima's company in Borg Bou Arreridj*

*After projecting the theoretical concepts on Proxima company and applying Swot model and analyzing its 4ps. It shows that the using of different programs (SAP) in the E-sales platform and supply chain conduct to improve service quality and special experience for clients.*

**Key word:** E-commerce – supply chain – Proxima company -SAP – logistic management

## قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
-	شكر
-	اهداء
II	قائمة المحتويات
III	قائمة الأشكال
أ-ح	مقدمة
<b>الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة</b>	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية
25	المبحث الثاني: العمليات اللوجيستية والتوريد
50	خلاصة الفصل الأول
<b>الفصل الثاني: دراسة حالة شركة بروكسيما -برج بوعرييج-</b>	
52	تمهيد
53	المبحث الاول : تقديم شركة بروكسيما
61	المبحث الثاني : دراسة تحليلية
82	خلاصة
84	الخاتمة
88	قائمة المرجع
91	فهرس المحتويات

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
37	يوضح سلسلة التوريد الخارجية	01
41	سلسلة توريد داخلية	02
47	عناصر نظام المعلومات	03
57	صورة للمنصة الالكترونية لشركة بروكسيما	04
74	العلامات التجارية الشريكة لبروكسيما	05
75	سياسة التوزيع الخاصة بشركة بروكسيما	06
76	اعلان شركة بروكسيما يتعلق بمناسبة عيد الام	07
76	اعلان شركة بروكسيما لتخفيضات لمنتجاتها من <b>NARDI</b>	08
77	اعلان ترويجي لشركة بروكسيما مخصص لتجهيزات العرس	09
77	هذه الصورة تُظهر الصفحة الرئيسية لحساب " <b>Proxima Market</b> " على فايسبوك.	10
78	الصفحة الرسمية لبروكسيما على انستغرام	11

# مقدمة

## مقدمة

شهد العالم تحولاً جذرياً في طريقة إدارة الأعمال والتجارة، وذلك بفضل الثورة الرقمية والتكنولوجيا التي شهدتها العديد من الصناعات. تعد التجارة الإلكترونية واحدة من أبرز المظاهر التي نشأت نتيجة هذا التحول، حيث أصبحت واحدة من القوى الرئيسية التي تشكل الاقتصاد العالمي.

تعزز التجارة الإلكترونية الفرص التجارية وتمكن الشركات من الوصول إلى أسواق جديدة وزيادة الوصول إلى الزبائن على مستوى عالمي. مع تنامي الاعتماد على التجارة الإلكترونية، برزت الحاجة الملحة لتطوير وتحسين العمليات اللوجستية وسلاسل التوريد، وذلك بهدف ضمان تسليم المنتجات بكفاءة وفعالية.

تتيح التكنولوجيا الحديثة والتطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات) للشركات الاستفادة من تحسينات كبيرة في عملياتها اللوجستية والتوريد، مما يزيد من كفاءة خدماتها ويقلل من تكاليفها.

## ✚ إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق ومن أجل ربط المتغيرين واستنتاج العلاقة فيما بينهما تم صياغة الإشكالية الرئيسية التالية :

**كيف تساهم التجارة الإلكترونية في تحسين عمليات الإدارة اللوجيستية والتوريد في شركة بروكسيما**

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة الرئيسية نقترح الإشكاليات فرعية كالتالي:

- 1- ما هي مكانة شركة بروكسيما في سوق منصات التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟
- 2- كيف يتم تسيير المنصة الإلكترونية لشركة بروكسيما؟
- 3- كيف تتم إدارة العمليات اللوجيستية والتوريد في شركة بروكسيما؟

## ✚ فرضيات الدراسة :

للإجابة على إشكاليات الدراسة المطروحة يتم اقتراح الفرضيات الفرعية التالية:

1- تمتلك شركة بروكسيما منصة تجارة الكترونية تحتوي على مختلف المنتجات تتنافس الشركات المماثلة في السوق الجزائري.

2- يتم تسيير منصة شركة بروكسيما باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

3- تتم إدارة اللوجيستيك في شركة بروكسيما باستخدام تقنيات وبرامج فعالة في مجال سلاسل التوريد.

## ➤ اهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه المذكرة إلى تقديم دراسة شاملة حول كيفية استفادة الشركات من التجارة الإلكترونية لتحسين عملياتها اللوجستية والتوريد، وتعزيز قدرتها على تلبية احتياجات الزبائن بطرق مبتكرة وفعالة. وذلك من خلال طرح اطار نظري لكل من المتغير المستقل المتمثل في التجارة الالكترونية ومتغير تابع يتمثل في ادارو اللوجيستيم والتوريد.

## ➤ مبررات اختيار الموضوع

- تم اختيار هذا الموضوع بناءً على مجموعة من الاسباب الشخصية والموضوعية :
- الحاجة المتزايدة لفهم تأثير التجارة الإلكترونية على العمليات اللوجستية وسلاسل التوريد. فيما أن التجارة الإلكترونية تشكل جزءاً أساسياً من استراتيجيات الأعمال للعديد من الشركات في الوقت الحالي، فإن فهم كيفية تأثيرها على العمليات اللوجستية أصبح أمراً حيوياً للبقاء في سوق التنافسية.
- نقص في الدراسات التي تتناول العلاقة بين ادارة اللوجستيك و منصات التجارة الالكترونية.
- اسباب شخصية تتمثل في ميول الطالبتين لمواضيع اللوجيستيك والتوريد بحكم التخصص .

## ➤ أهمية الدراسة

- من خلال هذه الدراسة سيتم ابراز مجموعة من النقاط المهمة :
- تحديد مفهوم وواقع منصات التجارة الالكترونية في الجزائر التي تشهد رواجاً كبيراً في الفترة الاخيرة
- تقديم طرح نظري لادارة وتسيير اللوجستيك والتوريد وعلاقته بالتجارة الالكترونية
- تقديم دراسة تطبيقية توضح العلاقة بين التجارة الالكترونية وادارة اللوجيستيك والتوريد في شركة بروكسيما برج بوعريج.

## ➤ منهج الدراسة :

في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب التطبيقي الذي يتوافق مع طبيعة الموضوع من خلال التعرض لأهم الأدبيات النظرية بالتجارة الالكترونية والعمليات اللوجيستية، بالإضافة إلى المنهج التحليلي في دراسة حالة في الجانب التطبيقي عن طريق اداة المقابلة لجمع المعلومات على شركة بروكسيما بـبرج بوعريج وتفسيرها.

## حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية : من خلال هذا العمل تمت تغطية موضوع التجارة الالكترونية والادارة اللوجيستية وسلاسل التوريد من اجل محاولة الربط بينهما.

-الحدود الزمنية : تمت هذه الدراسة في الفترة الزمنية (شهر ماي 2024) وكانت مدة التريص 15 يوم.

-الحدود المكانية : تمت الدراسة على مستوى شركة بروكسيما ببرج بوعريريج الواقع مقرها في المنطقة

الصناعية برج بوعريريج

-الحدود البشرية : تم الاعتماد على المقابلة مع مدير شركة بروكسيما، وكذلك مدير القسم التجاري

وجميع الطاقم الاداري بنسب متفاوتة.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين، الفصل الاول يتضمن الاطار النظري للموضوع، حيث قسم إلى مبحثين،المبحث الأول عموميات حول التجارة الالكترونية، أما المبحث الثاني فقد تضمن العمليات اللوجيستية والتوريد، أما في الفصل الثاني فنترقنا إلى الدراسة التطبيقية التي كانت على مستوى شركة بروكسيما ببرج بوعريريج، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول تم فيه تقديم عام لشركة بروكسيما،أما المبحث الثاني تم تطبيق الدراسة النظرية على شركة بروكسيما، كما تم في النهاية إعداد خاتمة الدراسة التي تضمنت نتائج الفصلين مع توضيح اختبار صحة الفرضيات،متبوعة بجملة من الاقتراحات ، وأخيرا تم صياغة آفاق الدراسة.

📌 الدراسات السابقة :

تعتمد دراستنا على مجموعة من الدراسات السابقة والتي تعالج نفس متغيرات دراستنا بشكل كلي او جزئي،

نجزها فيما يلي :

## 1- دراسات سابقة باللغة العربية : ماجستير

أولا : دراسة وفاء نزار شفيق صلاح

أثر الشراء الإلكتروني على أداء سلسلة التوريد: الأثر المُعدّل للتعاون في سلسلة التوريد دراسة ميدانية في قطاع تجارة التجزئة الأردني - عمان هدفت الدراسة إلى التحقق في تأثير الشراء الإلكتروني على أداء سلسلة التوريد أثناء استخدام التعاون كمعدل واستخدمت المنهج الوصفي السبب/ النتيجة لوصف المتغيرات، ويختبر العلاقات بين المتغيرات، وكذلك تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع. تم جمع البيانات من خلال استبيان تم توزيع 265 استبانة على 847 إدارياً ومشرفاً يعملون في سلاسل التوريد في متاجر البيع بالتجزئة الكبيرة في مدينة عمان. وتوصلت الدراسة الى نتائج من أهمها: أن متاجر البيع بالتجزئة تطبق مكونات الشراء الإلكتروني، ومؤشرات أداء سلسلة التوريد ومقاييس التعاون. وأن العلاقة بين مكونات الشراء الإلكتروني علاقة

تتراوح من متوسطة إلى قوية، وعلاقة قوية بين الشراء الإلكتروني وأداء سلسلة التوريد أخيراً، تُظهر النتائج أن هناك تأثيراً لتطبيق المتغيرات الفرعية للشراء الإلكتروني (العطاءات الإلكترونية - الفوترة الإلكترونية - الدفع الإلكتروني على أداء سلسلة التوريد في متاجر البيع بالتجزئة الأردنية في عمان. وبناء على نتائج الدراسة فإنها توصي بضرورة قيام المنظمات بمساعدة موردي متاجر البيع بالتجزئة في عمان لتطوير قدراتهم في مجال الشراء الإلكتروني وتشجيعهم على استخدامه أكثر فأكثر. وتم إجراء هذه الدراسة على متاجر البيع بالتجزئة في عمان، الأردن، لذا يجب مراجعة النتائج المعممة على الصناعات الأخرى أو البلدان الأخرى. وتوصي هذه الدراسة بإجراء دراسات مماثلة على صناعات أخرى في الأردن ونفس الصناعة في دول أخرى خاصة الدول العربية .

اعتمدت الدراسة السابقة في جمع البيانات عبر استبانة لجمع المعلومات. في حين مذكرتنا قمنا جمع البيانات عن طريق المقابلة.

ثانيا : دراسة ياسر سعد البياتي

دراسة بعنوان:؛ أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام السوق الإلكتروني 2011.

أطروحة ماجستير في الأعمال الإلكترونية في كلية إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط عمان/الأردن أيار/2011<sup>1</sup>.

هدفت الدراسة إلى توضيح تأثير التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام السوق الإلكتروني في الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية B2B في مدينة عمان، قد أجريت الرسالة على-66- شركة تستخدم التجارة الإلكترونية في عمان، حيث وزعت -131- استبانة على المديرين التنفيذيين والمديرين الموظفين فيما يتعلق بوظيفة الشراء والأعمال الإلكترونية. و كانت نتائج الدراسة تتمثل: المستوى المعتدل من الفوائد المدركة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية B2B في عمان، و المستوى المعتدل لاستخدام السوق الإلكتروني بالإضافة إلى إدارة سلسلة التوريد لتلك الشركات، ومستوى أهمية منافع التجارة الإلكتروني كان استخدام السوق إدارة سلسلة التوريد في الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية و B2b في عمان قريبة من بعضها البعض جد، وقد أوصت الدراسة بتنفيذ وتعزيز استخدام التجارة الإلكترونية وتسهيل 13 واستخدام الأسواق الإلكترونية من خلال استخدام سلاسل التوريد وتحسين ادائها، و اعتمدت الباحثة الدراسة في تحديد دور التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على السوق الإلكتروني .

<sup>1</sup> ياسر سعد البياتي، أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام السوق الإلكتروني 2011، أطروحة ماجستير في الأعمال الإلكترونية في كلية إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط عمان/الأردن أيار/2011..

. تتشابه هذه الدراسة السابقة مع دراستنا لأنهما يتشاركان في بحث واحد المتمثل في تأثير التجارة

الإلكترونية في العمليات اللوجستية والتوريد

## 2-دراسات سابقة باللغة الأجنبية:

### أولاً: دراسة بعنوان (LOGISTIQUE ET E-COMMERCE Étude de cas Amazon)

La logistique constitue un axe majeur dans le cas du e-commerce et un point de différenciation qu'il faut prendre en compte pour pouvoir optimiser au maximum les ventes et pour se rapprocher des clients et arriver à les fidéliser.

Ce mémoire vous aidera à comprendre le rôle important que joue la logistique dans le cadre du e-commerce et sur quelle organisation logistique un e-commerçant doit se positionner pour offrir à ses clients un produit et un service de qualité qui correspond à leurs attentes.

في هذه الدراسة السابقة نجد أنها تدرس نفس المتغيرات لدراستنا إلى أنها تقوم على المستوى العالمي أما دراستنا تقوم على المستوى المحلي فقط.

### ثانياً: دراسة بعنوان: (E-commerce et E-logistique dans le monde Cas d'Amazon)

Le E-commerce désigne l'échange des biens et de services entre deux entités sur les Réseaux informatiques, notamment Internet. Par la pluralité de choix des produits, le gain de temps, la comparaison des prix, le E-commerce est favorisé. Il connaît une forte croissance et il réussit à attirer un grand nombre d'intervenants et d'acteurs économiques grâce au développement mondial d'internet et à la progression rapide de l'accès à ce réseau.

La logistique constitue un axe majeur dans le cas du e-commerce et un point de différenciation qu'il faut prendre en compte pour pouvoir optimiser au maximum les ventes et pour se rapprocher des clients et arriver à les fidéliser. Ce mémoire vous aidera à comprendre le commerce électronique et ses axes de développement ainsi que le rôle que joue la logistique dans le cadre du e-commerce.

تحتوي هذه الدراسة السابقة على نفس المتغيرات التي قمنا بتحليلها إلى أننا تطرقنا في بحثنا بدراسة متغيرات شركة ناشئة أما بالنسبة لهذه الدراسة فقامت على دراسة متغيرات شركة عالمية

## 3-مقالات علمية:

### أولاً: دراسة سينتوبيلي بيرا

دراسة بعنوان: المشتريات الإلكترونية وسلسلة التوريد الإلكترونية: ميزات التعاون الإلكتروني وتطوره 2013;

هدفت الدراسة لتقصي دور الشراء الإلكتروني داخل سلسلة التوريد وتبين من خلال المحاكاة، مزايا وصعوبات تنفيذ الاستخدام المنهجي للإنترنت وتحديد البنية الأساسية لسلسلة التوريد الإلكتروني، حيث تم

استخدام المراقبة مدتها عام واحد وتتأثر بالمتغيرات العشوائية التالية وقت التباين لإصدار 13 طلب، ووقت الشحن المتغير، ووقت التباين في الانتقاء في هذا السياق، تم اهتمام خاص للمتغيرات التي تؤثر على تدفق المدخلات والمخرجات من المستودع من أجل تحديد أي تكاليف عمياء تتعلق بتنفيذ نموذج التعاون الإلكتروني، وافترض سيناريوهات المحاكاة: بدون التعاون الإلكتروني، مع التعاون الإلكتروني وسلاسل الإمداد أمر الشراء، أمر الانتقاء غير المرحلي ومع نموذج التعاون الإلكتروني وسلاسل الإمداد أمر الشراء، أمر الانتقاء على مراحل، وتمت الإشارة إلى وثائق الشراء أحادية المركز، والتي تتميز بقيمة اقتصادية ثابتة موصوفة بوظيفة الخطوة، وتتميز سيناريوهات المحاكاة بفترة مراقبة مدتها عام واحد وزمن زمني ليوم واحد، وتتأثر بالمتغيرات العشوائية التالية: وقت التباين لإصدار الطلب، ووقت الشحن المتغير، ووقت التباين في الانتقاء ولوحة تغيير تعديل التغيير، ويتم محاكاة ظاهرة لوحة التغيير بواسطة حالة منطقية مع الإشارة إلى المتغير المسم بلوحة التغيير على وجه الخصوص، يقوم النظام بتهيئة إصدار مستند شراء جديد في حالة حصول المتغير على قيمة أقل من 1.1، مما يعرض المخزون إلى مخزونات أعلى، ويتم تحليل التكاليف من نوعين:

غرامات التكلفة: نسبة من قيمة التوريد تقدر لكل خطوة زمنية. وتكلفة المخزون: وظيفة متوسط مستوى المخزون والتكلفة القياسية للصيانة، وقد وجدت الدراسة إمكانيه دمج سلسلة التوريد بدءا من عملية اختيار الموردين وحتى عملية إعداد الفواتير وقد سمح نموذج المحاكاة بالكشف عن المدخرات التي يمكن تحقيقها من خلال اعتماد نموذج التعاون، وقد أوصت الدراسة على تنفيذ والتحقق من صحة نموذج يسمح وقادر على تحديد الطلب على البيانات التاريخية وتوسيع المشكلة لتشمل وثائق الشراء الخاضعة لتشغيل وقد اعتمدت الباحثة الدراسة العوامل التي تحدد التعاون الإلكتروني من خلال استخدام نماذج المحاكاة .

تشير هذه الدراسة إلى انه قد تم استخدام أسلوب المحاكاة بشكل مكثف لدراسة تأثير المتغيرات المختلفة على سلسلة التوريد بينما في دراستنا قد تم استخدام أسلوب المقابلة في جمع المعلومات الى أن كلا الدراستين تركزان على تأثير التجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد.

**ثانيا: دراسة بعنوان : اثر شراء الالكتروني على أداء إدارة سلسلة التوريد في Elgeyo-Marakwet**

County

هدفت الدراسة لمعرفة أثر كل من العطاءات الالكترونية والفترة الإلكترونية والدفع الإلكترونية على أداء سلسلة التوريد، وقد تم إجراء الدراسة بالاعتماد على استخدام الاستبيان و المقابلة لكي تجمع البيانات الأولية، كما اعتمد البحث على تصميم وصفي لجمع البيانات والنوعية التي تصف أثر الشراء الإلكتروني على إدارة سلسلة التوريد حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات إدارية 18 في مقاطعة Marakwet Elgeyo وغير

إدارية ثم استخدمت هذه العينات لاختيار 31 موظف و 11 موظفين من مستشفى في مقاطعة في كينيا، وقد كان الاستنتاج الرئيسي للدراسة هو أن المدفوعات عبر الانترنت أكثر ملاءمة، وتم تفسيرها على أنها تعني أن تطوير تكنولوجيا المعلومات قد عزز استخدام الدفع الإلكتروني وحسن استخدام إدارة سلسلة التوريد، كما ان تم تفسير التنفيذ الكامل الاستخدام موقع الويب كان يجب أن يمتد إلى حد كبير و وسائل توريد متكاملة وأكثر فاعلية بكثير مع شفافية كاملة للمعلومات وتخصيص مثالي لعمليات إضافة القيمة، كما أوصت الدراسة انه يجب على المؤسسات تزويد المورد ببيانات كي تصل إلى بوابة المورد مما يؤدي إلى سهولة خدمة الشراء الإلكتروني كما أوصت تعزيز الضوابط المالية المرتبطة بالفوترة والدفع الإلكتروني واخيرا يجب أن يكون الهدف من الشراء الإلكتروني في المؤسسة هو تحسين جودة تقديم الخدمات العامة في المقاطعة وتوفير معلومات مالية ومحاسبية

دقيقة وشفافة وفي الوقت المناسب عبر الحكومة الوطنية وحكومة المقاطعة. وقد اعتمدت الباحثة من خلال هذه الدراسة تحديد عناصر الشراء الإلكتروني التي تتمثل بالعطاءات الإلكتروني والفوترة الإلكترونية والدفع الإلكتروني ومدى تأثيرها على أداء سلسلة التوريد في هذه الدراسة نجد أنها تهدف إلى معرفة أثر العطاءات الإلكترونية والفوترة الإلكترونية والدفع الإلكتروني على أداء سلسلة التوريد.

اما في دراستنا تهدف إلى دور التجارة الإلكترونية في العمليات اللوجستية والتوريد.

**ثالثا: دراسة سليم صالح الشيببي**

**دراسة بعنوان: تأثير التجارة الإلكترونية على عمليات تخزين الشحن الجوي .**

**-مجلة إدارة الأعمال (2023)**

هدفت الدراسة الى : الهدف الرئيسي للباحث في هذا العمل البحثي هو تسليط الضوء على تأثير التجارة الإلكترونية على عمليات تخزين الشحن الجوي، تليها الفرص والتحديات المرتبطة بها. تعتمد هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات المختلفة المتعلقة بموضوع الدراسة. تسلط الدراسة الضوء على أن التجارة الإلكترونية تغير الطريقة التي يستهلك بها الناس. يشكل هدف زيادة سرعة التسليم مع الحفاظ على فعالية التكلفة تحديات جديدة كبيرة لسلاسل التوريد أثناء انتقالها لتلبية الطلب المتزايد وسريع التغير. ان ازدهار التجارة الإلكترونية إلى كل صناعة تقريبا و إن تأثير نموذج التجارة الرقمية الجديد هذا على قطاع الشحن الجوي بعيد المدى ومعقد. من خلال فهم كيفية تأثير التجارة الإلكترونية على العمليات التجارية لشركات الشحن الجوي التقليدية، يمكننا الاستعداد بشكل أفضل لتطورها في المستقبل.

هذه الدراسة تتناول متغير النقل البحري في دولة عمان، بينما الدراسة الخاصة بنا فتهتم بإدارة اللوجستيك في الجزائر وتحديدًا ولاية برج بوعرييج، كما سنحاول ربطها مع مميزات التجارة الإلكترونية.

رابعاً : دراسة أليسون كاسيريس غوميز - فرانسيسكو بيزيرا دي ليما جونيور

دراسة بعنوان: إدارة اللوجستيات في التجارة الإلكترونية: التحديات والفرص Revista GeSec ساو

باولو، SP، البرازيل 14، v. 5، ن. 5، ص. 7252-7272، 2023

هدفت الدراسة الى : تقدم هذه المقالة نظرة عامة شاملة على إدارة الخدمات اللوجستية في التجارة الإلكترونية مع التركيز على تحديد التحديات والفرص والاستراتيجيات والحلول التي يمكن أن تساعد الشركات على تحسين عملياتها اللوجستية والنجاح في سوق شديد التنافسية. تم استخدامه منهجية مراجعة الأدبيات، والتي تتطوي على تحليل منظم ومنظم للمقالات العلمية المنشورة المتعلقة بالموضوع. تتبع الدراسة عملية من خمس خطوات لإجراء مراجعة شاملة ونقدية للمعرفة المتعلقة بإدارة الخدمات اللوجستية. حللت مراجعة الأدبيات التي أجريت مجموعة مختارة من 70 دراسة وسلطت الضوء على العديد من التحديات الجديدة بالملاحظة في إدارة الخدمات اللوجستية التي تواجهها شركات التجارة الإلكترونية، مثل إدارة حجم الطلبات والتخزين، وتتبع المخزون بدقة، وضمان الشحن والتسليم في الوقت المناسب. للتغلب على هذه التحديات، يمكن للشركات الاستثمار في البنية التحتية، واستراتيجيات إدارة المخزون، وأنظمة إدارة النقل، وتحسين طرق التسليم، والتقنيات الناشئة مثل الطائرات بدون طيار والروبوتات للتسليم. يمكن أن يؤدي اعتماد هذه التقنيات إلى تعزيز كفاءة العمليات اللوجستية بشكل كبير وتقليل الأخطاء وتعزيز رضا الزبائن. من خلال تنفيذ ممارسات لوجستية فعالة، يمكن للشركات أن تقدم لعملائها تجربة تسوق سلسة وخالية من المتاعب، والتي يمكن أن تترجم إلى ولاء الزبائن على المدى الطويل وزيادة المبيعات.<sup>1</sup>

بعد إدارة الخدمات اللوجستية عنصراً حاسماً في نجاح الشركات العاملة في صناعة البيع بالتجزئة. مع استمرار نمو شعبية التسوق عبر الإنترنت، يجب على الشركات تنفيذ ممارسات لوجستية فعالة لإرضاء الزبائن وخفض التكاليف والحفاظ على ميزة تنافسية.

. نجد ان في الدراسة السابقة قد تتناول موضوع إدارة الخدمات اللوجستية في التجارة الإلكترونية بشكل

عام، دون التركيز على نواحٍ محددة مثل التحديات والفرص والاستراتيجيات والحلول بالتفصيل.

<sup>1</sup> أليسون كاسيريس غوميز - فرانسيسكو بيزيرا دي ليما جونيور، إدارة اللوجستيات في التجارة الإلكترونية: التحديات والفرص Revista GeSec ساو باولو، SP، البرازيل 14، v. 5، ن. 5، ص. 7252-7272.

بينما تقوم دراستنا بتحليل عميق لهذه النواح وتقديم تصور شامل لكيفية التغلب على التحديات والاستفادة من الفرص في سوق التجارة الإلكترونية.

# الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة

**تمهيد:**

في عصر التحول الرقمي، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءًا أساسيًا من الاقتصاد العالمي، حيث توفر طريقة سهلة ومريحة لشراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الإنترنت. يلعب كل من العمليات اللوجيستية وسلاسل التوريد دورًا حيويًا في نجاح هذا المجال، حيث تضمن التخطيط الفعال والتدفق السلس للبضائع من المنتجين إلى المستهلكين.

تعتمد التجارة الإلكترونية على كفاءة اللوجستيات لضمان سرعة التوصيل، وإدارة المخزون بفعالية، وتلبية توقعات الزبائن بشكل فوري. كما أن سلاسل التوريد المتكاملة تسهم في تحقيق توازن بين العرض والطلب، وتقليل التكاليف، وزيادة رضا الزبائن. بفهم وتطوير هذه العناصر، تستطيع الشركات تعزيز قدراتها التنافسية وتحقيق النمو المستدام في السوق الرقمية العالمية.

من خلال هذا الفصل النظري سيتم تناول اهم المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية عموما والتجارة الالكترونية في الجزائر تحديدا من خلال ابراز الواقع والتحديات في مبحث اول، ثم التطرق الى سلسلة التوريد وادارة اللوجيستيك في مبحث ثاني.

**المبحث الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية**

**المبحث الثاني : العمليات اللوجيستية و التوريد**

## المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية

يعتبر مصطلح التجارة الالكترونية من المصطلحات الحديثة جدا في عالم المال والأعمال وقد كان أول ظهور لهذا المصطلح في بداية السبعينيات في مجال البنوك والعمليات المصرفية بهدف التحويل الالكتروني للأموال فيما بينها<sup>1</sup>، ومع بداية الثمانينات أصبح التبادل الالكتروني للبيانات والبريد الالكتروني هما الوسيلة المستخدمة للتبادل بين وحدات الأعمال بهدف رفع كفاءة العمل من خلال تنظيم الأعمال الكترونيا والتقليل من الأعمال اليدوية.

ومع بداية التسعينيات أصبح التبادل الالكتروني للبيانات جزءا متما للعمل لدى المنظمات، وقد ساعد ذلك على انتشار الأعمال التجارية على نطاق واسع، وأصبحت التجارة الالكترونية وسيلة رخيصة لإتمام الأعمال وواقعا ملموسا لا يمكن تجاهله سواء على مستوى المنظمات أو على مستوى الدول.

وقبل التطرق إلى تعريف التجارة الالكترونية سنحاول إلقاء الضوء على الجانب التاريخي لها أي نشأة التجارة الالكترونية والتطورات التي شهدتها ابتداء من سنوات الستينات، ومن ثم نقوم بعرض أهم التعريفات التي عالجت موضوع التجارة الالكترونية وفي الأخير عرض أوجه التشابه والاختلاف بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية ومنه نقسم هذا المبحث إلى:

مطلب 1: مفاهيم حول التجارة الالكترونية

مطلب 2: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

مطلب 3: تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر .

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر 3، 2012-2013، ص 13.

## المطلب الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية

لقد غير الانترنت وجه عالم التجارة والأعمال وساهمت هذه الشبكة العالمية في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية والتي تمثل واحدة من التعبيرات الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات غير أنه مثل أي ظاهرة اقتصادية جديدة فإن مفهومها يبقى غامضا وغير محدد للعديد من الناس والباحثين فالعديد منهم يرون أن التجارة الالكترونية ما هي إلا شراء سلعة عبر شبكة الانترنت، إلا أن هذه النظرة تعتبر محدودة نظرا للإمكانيات الجديدة التي تمنحها التجارة الالكترونية على كل المستويات لذلك من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مجموعة من المفاهيم والخصائص المتعلقة بموضوع التجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

## الفرع الأول: نشأة التجارة الالكترونية

يرجع مفهوم التجارة الالكترونية إلى بداية السبعينات من القرن العشرين باستخدام شركات أمريكية شبكات خاصة تربطها بعملائها وشركائها، وفي أوائل السبعينات بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية بالتحويلات الالكترونية للأموال<sup>2</sup>، لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة 10، وبعض الشركات 10، وبعد ذلك ظهر شكل جديد للتجارة الالكترونية بفرنسا عن طريق المينتال إلا أن الفرنسيون لم يطوروه للاستعمال الدولي واقتصروا فيه على الاستعمال الفرنسي الداخلي، وفي نفس الفترة تولت الحكومة الأمريكية قيادة البحث العلمي لتطوير البنية التحتية المعلوماتية بهدف إقامة نظام المتاجرة الالكترونية حيث تم إنشاء لجنة ASC التي عرفت أيضا بلجنة 12 (x) تحت إشراف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير وذلك سنة 1979، ووصلت هذه اللجنة إلى تقنية جديدة سميت بنظام تبادل البيانات الكترونيا الذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى .

و في أوائل الثمانينات بدأ انتشار البريد الالكتروني في الأعمال وأصبح بديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس يعتمد عليه رجال الأعمال والمؤسسات أكثر فأكثر، وبدخول شبكة الانترنت في الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات ثم ظهور ونمو شبكة الويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات باستعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها منتجاتها .

وفي جوان 1997 أصدر الرئيس الأمريكي الإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلوماتية الكونية راسما فيه مستقبل التجارة الإلكترونية التي تقودها أمريكا، وفي مارس 1998 تقدمت أمريكا إلى المنظمة

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية تحدياتها وآفاقها في الجزائر، المرجع السابق، ص 13.

<sup>2</sup> قندوز فاطمة الزهراء، المرجع نفسه، ص 14.

العالمية للتجارة بطلب لإدراج التجارة الالكترونية على جدول الأعمال للتفاوض على اتفاقية متعددة الأطراف حولها وقدمت مشروعاً لذلك الغرض.<sup>1</sup>

في مايو 1998 صدر عن المنظمة العالمية للتجارة إعلان عن التجارة الالكترونية الكونية وقرر المؤتمر الوزاري في دورته الثانية حث المجلس العام على وضع برنامج عمل متكامل لدراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية الكونية، أخذاً بعين الاعتبار الآثار الاقتصادية والمالية واحتياجات الدول النامية وتقديم تقرير عن سير العمل إلى الدورة الثالثة، وتم وضع القانون النموذجي للتجارة الالكترونية لتستعين به الدول في صياغة قوانينها الوطنية بالإضافة إلى صياغة قانون نموذجي حول التوقيع الالكتروني، وأيضاً وفي سبتمبر 1998 وضع المجلس العام للمنظمة العالمية للتجارة برنامج عمل التجارة الالكترونية لكل من مجلس التجارة في الخدمات ومجلس التجارة في السلع ومجلس لجنة التجارة والتنمية في المنظمة.<sup>2</sup>

في جويلية 1999 قدمت المجالس تقريرها عن اتفاقية التجارة الالكترونية إلى المجلس العام للمنظمة، وفي 5 جويلية 2001 تم اعتماد القانون النموذجي بشأن التوقيعات الالكترونية للجنة الأمم المتحدة وهو القانون التجاري الدولي الأونسترال .

### الفرع الثاني: مفهوم التجارة الالكترونية

لقد تعددت المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية، فكل مفهوم ينظر إليها من منظور معين بعضها يميل إلى التضييق وبعضها يميل إلى التوسيع فيما يندرج تحت هذا المفهوم الاقتصادي من أنشطة ومعاملات وممارسات، وفي هذا الفرع سنقوم بعرض مجموعة من التعريفات من خلالها ستحاول الوصول إلى تعريف شامل للتجارة الالكترونية تعني التجارة الالكترونية قيام الأطراف التجارية باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كالحاسب الآلي وشبكات الانترنت لتبادل المعلومات لإتمام الأعمال وإبرام الصفقات بحيث يتم الاتفاق على المشروعات بين أطراف ومناطق منفصلة جغرافياً ولكن يتم تجميع مقوماتها من حيث الخبرة والعمالة والموارد والإمكانات من خلال الاتفاقات التجارية التي تعقد عبر شبكة الانترنت التجارة الالكترونية تتمثل في مجموعة من العمليات التجارية التي تتم عبر شبكة الويب، أي أنها استخدام للانترنت في ابتكار وإدارة وتطوير العلاقات التجارية في أي وقت وفي أي مكان عبر العناصر التالية: التعاون البيع الشراء تصميم وتطوير المنتج والتسويق.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 15.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 16.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 16.

التجارة الإلكترونية هي شراء وبيع السلع عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، ولا يقتصر مفهوم السلعة على البضائع، بل يشمل الخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر أيضا.<sup>1</sup> والتجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى ويشمل ذلك: الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات علاقات الزبائن التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع، التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري، عقد الصفقات وإبرام العقود، سداد الالتزامات المالية ودفعها عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن، تبادل البيانات إلكترونيا بما في ذلك كتالوجات الأسعار المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء الاستعلام عن السلع، الفواتير الإلكترونية التعاملات المصرفية.<sup>2</sup> التجارة الإلكترونية هي نظام تبادل الكتروني لصفقات ومعلومات تجارية ومالية باستخدام وسائل التكنولوجيا المعاصرة وأساليبها .

تعددت تعريف التجارة الإلكترونية على العموم فإن مفهوم التجارة الإلكترونية يأتي ضمن مفهوم شامل يتمثل في الاقتصاد الرقمي ، حيث يشمل هذا الأخير التجارة الإلكترونية والقطاعات المنتجة والمستخدمة لتقنية المعلومات، وأجهزة الاتصالات، وقطاعات خدمات الاتصالات عرفت جمعية التجارة والخدمات عبر الخط ACSL التجارة الإلكترونية على أنها مجموع التبادلات التجارية بحيث تكون عمليات الشراء قد قمت عبر شبكة من شبكات الاتصال.

و لم تحدد شبكة واحدة على الخصوص عند القيام بأعمال تجارية عبرها، فقد كان هذا التعريف يقصد أي استعمال لأي وسيلة اتصال من هنا نفهم انه عند استعمال شبكة الهاتف الثابت مثلا عند القيام بعملية تجارية تبادلية، فإننا نتصرف في نطاق التجارة الإلكترونية .

ومن التعريفات الرائجة للتجارة الإلكترونية أنها " ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات التعريف السابق، إلا ان كلمة الممارسة قد تقود إلى فهم انه من شروط اطلاق مصطلح التجارة الإلكترونية على أي عملية تبادلية تجارية، الممارسة هذا النشاط لعدة مرات غير أدوات الاتصال، غير أن ذكر عبارة "الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات جعلت المفهوم أكثر غموضا واتساعا .

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 17.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 18.

وتعرف المنظمة العالمية للتجارة، التجارة الإلكترونية على أنها لمجموعة متكاملة من عمليات إنتاج توزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، نذكر منها<sup>2</sup>:

1. اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية حيث تتميز التجارة الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونياً.
2. السرعة في إنجاز الصفقات التجارية حيث تساهم بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين طرفين على وجه السرعة دون الحاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين وذلك لتوفير الجهد والوقت والمال.
3. عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين حيث تتيح للمنشأة التجارية إدارة معاملتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم دون أن يؤثر ذلك على الأداء، حيث أنه لا يمكن معرفة كافة المعلومات الأساسية عن الطرفين كما هو الحال في التعاملات التقليدية.<sup>3</sup>
4. تسليم المنتجات إلكترونياً حيث أتاحت تسليم بعض المنتجات إلكترونياً أي التسليم المعنوي للمنتجات، وكذلك بعض الخدمات كالاستشارات الطبية وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة، وهذا لأنه لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب
5. وجود الوسيط الإلكتروني حيث يوجد وسيط بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية، التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الإلكترونية لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة .
6. غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدين وذلك أنه في التجارة الإلكترونية لا يوجد مجلس للتعاقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه بين الأطراف المتعاقدة، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه بألاف الأميال وقد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكاني البائع والمشتري .

<sup>1</sup> أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية الجديد في التمويل المصرفي، بدون طبعة، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002، ص- ص: 31 33

<sup>2</sup> أحمد عبد الخالق، المرجع نفسه، ص 34.

<sup>3</sup> قحماز صفاء، التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة، محمد خيضر-بسكرة، 2014-2015، ص 04.

7. التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة.

### المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تلعب التجارة الإلكترونية في العالم دورا متناميا في إحداث التحولات والتغيرات في التجارة الدولية، حيث تسارع في عملية التنمية الاقتصادية، كما أنها تأثر على اتجاهات الأسواق في ظل الإنفتاح الإقتصادي والتجاري الذي تشهده ضمن متطلبات منظمة التجارة العالمية والاتفاقيات التجارية الإقليمية الثنائية بين دولة وأخرى وبالتالي كان لابد للجزائر أن تتبنى مشروع التجارة الإلكترونية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

### الفرع الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

أصبحت الجزائر على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع الحالات بما فيها الأعمال التجارية، ولكن يعرف هذا المجال بطئ وتأخر ملحوظ راجع لأسباب مختلفة سنوضحها من خلال التطرق إلى البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، وبالتالي فإن الجزائر من الدول العربية التي لازالت تجربتها في مجال التجارة الإلكترونية متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة لاقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة وذلك نظرا للمزايا التي سينالها من خلال اعتماده التجارة الإلكترونية والمتمثلة في:<sup>1</sup>

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها وانخفاض مواردها.
  - الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر؛
  - تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم؛
  - سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه سواء على المستوى العلمي والمحلي؛
  - إعطاء نفس جديدة للتجارة الجزائرية خاصة ونحن مقبلون على المنظمة العالمية للتجارة.
- فحسب موقع MED-IT يوجد القليل من مواقع حقيقية للتجارة الإلكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الأنترنت وباستعمال وسائل الدفع الإلكتروني، ولكن يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن

<sup>1</sup> بوهكة فتيحة، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول، ذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص: مالية، جامعة ابن خلدون- تيارت-، 2015/2016، ص 101

والتي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الإلكترونية وذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز، ولكن الدفع يتم في أغلب الحالات عند الاستلام<sup>1</sup>.

من بين المواقع الناشطة في الجزائر نجد موقع مؤسسة Touring Igérie'd Club والذي من خلال موقعه نستطيع الحجز مباشرة على الانترنت.

موقع : [www.ouedknis.com](http://www.ouedknis.com) يعتبر من بين المواقع الناجحة في الجزائر والذي تلقى تجاوب مع الشعب الجزائري.

موقع [www.aieAlgéria.dz](http://www.aieAlgéria.dz) : للخطوط الجوية الجزائرية حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها الإعلامي والتنظيمي من خلال إنشاء موقعها على شبكة الانترنت والذي يسمح بالحجز مباشرة على الشبكة، كما يمكن شراء التذاكر عن طريق بطاقات الدفع الإلكترونية لبعض البنوك من AGB بنك.

موقع: [www.djelfa.com](http://www.djelfa.com) يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية والبحوث والدراسات المختلفة، ولقد تلقى هذا الموقع أكثر من 20000 زيارة يوميا، كما حظي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس ونجمة وغيرها من المؤسسات الاقتصادية.

ولكن بمقارنة حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر والدول المتقدمة وحتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تنشأ بعد وهي معدومة وذلك بالنظر إلى حجم التجارة الإلكترونية المسجلة في الدول الأخرى<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: طرق الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

أحدثت طرق الدفع الإلكتروني ثورة في معالجة المدفوعات من خلال تقليل العمل الورقي ونفقات المعاملات وتكاليف الموظفين. نظراً لأنها نمت في السنوات الأخيرة بسبب زيادة استخدام التكنولوجيا في حياتنا اليومية، فإن طريقة الدفع هذه التي لا تتضمن نقداً أو شيكات، تُعرف باسم نظام الدفع للتجارة الإلكترونية. ويشار إليه أيضاً باسم نظام الدفع عبر الإنترنت وقد تعددت طرق الدفع عبر الإنترنت للتجارة الإلكترونية، وكذلك التكنولوجيا المستخدمة لدعم معاملات الدفع الإلكتروني الأكثر أماناً .

ومن هنا نبرز الأنواع المختلفة من أنظمة الدفع في التجارة الإلكترونية بطاقة الائتمان والخصم فيزا (وماستركارد).

<sup>1</sup> بوهكة فتيحة، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص: مالية، جامعة ابن خلدون- تيارت-، 2016/2015، ص 101.

<sup>2</sup> بوهكة فتيحة، المرجع السابق، ص 102.

**بطاقات الائتمان:** هي آلية الدفع الإلكترونية الأكثر استخدامًا والأكثر شيوعًا للدفع مقابل مشتريات التجارة الإلكترونية، ومن السهل استخدامه ويمكن الزبائن من إجراء المعاملات عبر الإنترنت أو غير المتصلة بالإنترنت ببساطة التلويح ببطاقتهم أمام القارئ أو على موقع البائع، عن طريق ملء الاستمارة المطلوبة برقم بطاقته الائتمانية وتاريخ انتهاء الصلاحية وقد تمت إضافة تدابير أمنية جديدة مثل استخدام رقم التحقق من البطاقة (CVN) إلى مشتريات بطاقات الائتمان عبر الإنترنت من أجل تعزيز نظام الأمان من خلال مطابقة رقم CVN مع معلومات حامل البطاقة كما يساعد نظام CVN في اكتشاف الاحتيال. كما تحتوي هذه البطاقات على تدابير أمنية تساعد في منع الاحتيال والمعاملات غير القانونية، مثل تقنية الرقائق ورقم التعريف الشخصي وتوفر العديد من البطاقات أيضا مخططات مكافآت تشجع على الاستخدام وتفيد المستخدمين<sup>1</sup>.

**بطاقة E-Wallet :** حساب مدفوع مسبقا يمكن المستخدم من الاحتفاظ بأمان بمجموعة متنوعة من بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم وتفاصيل الحساب المصرفي. نتيجة لذلك، لم يعد إجراء المدفوعات يتطلب إدخال معلومات الحساب قطعة واحدة في كل مرة بعد التسجيل وإعداد ملف تعريف E-Wallet، يمكن للعميل إجراء المدفوعات بسرعة أكبر .

**طريقة الدفع Netbanking:** هذه طريقة نموذجية أخرى لدفع ثمن المشتريات والخدمات عبر الإنترنت وهي طريقة سهلة للعملاء لدفع ثمن البضائع عبر الإنترنت باستخدام حساباتهم المصرفية كدفع للأموال الموجودة بالفعل في الحساب المصرفي للعميل مباشرة، يستخدم تقنية مماثلة لبطاقة الخصم، لا يحتاج مستخدمو الخدمات المصرفية الصافية إلى الحصول على بطاقة لإجراء عمليات شراء عبر الإنترنت، ولكن يجب عليهم التسجيل في بلدهم من أجل استخدام الخدمة المصرفية الصافية كما يتعين على المستهلك فقط تقديم معلومات مصرفية صافية لإكمال إجراءات الشراء .

**الدفع عبر الهاتف المحمول: (الدفع الخلوي) :** الهواتف المحمولة واحدة من أحدث الطرق لإجراء المنقوعات عبر الإنترنت حيث يحتاج المستهلك فقط إلى طلب دفع من خلال رسالة نصية إلى مقدم الخدمة بدلاً من استخدام بطاقة ائتمان أو نقدية؛ ثم تتم إضافة حساب الهاتف المحمول للعميل أو بطاقة الائتمان إلى المعاملة. ويحتاج الزبائن فقط إلى تنزيل البرامج من موقع ويب مزود الخدمة الخاص بهم ورفاق معلومات فواتير بطاقة الائتمان أو الهاتف المحمول بالبرنامج، ومن ثم يكونون مستعدين لإنشاء نظام دفع عبر الهاتف

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية . العدد 16، 28 ماي 2018 ص 6.

المحمول. وهناك العديد من التطبيقات التي يمكن استخدامها مثل Samsung Pay. Google Wallet Apple Pay لإجراء هذه المدفوعات .

**بطاقة أمازون باي Amazon Pay:** هو خيار آخر بسيط وأمن وسريع للدفع مقابل المشتريات عبر الإنترنت يستخدم بيانات اعتمادك من Amazon الخاص بك لتسجيل الدخول وإجراء المدفوعات على المواقع والتطبيقات التجارية الشهيرة، تقوم أمازون بتخزين معلومات الدفع الخاصة بك بأمان، والتي يمكن الوصول إليها على آلاف المواقع والتطبيقات التي تستمتع فيها بالتسوق. وقد يستخدم عملاء Amazon خدمة Amazon Pay كلما رأوها مناسبة سواء كان ذلك بالنقر فوق زر Amazon Pay عند زيارة تجار التجزئة المفضلين لديهم الإنترنت أو عن طريق تحديث خيارات الدفع الخاصة بكم في حساباتكم ولا يلزم تسجيل دخول أو تسجيل إضافي القيام بمعاملات جديدة .

-المحافظ الإلكترونية المحافظ الإلكترونية، التي يشار إليها عادة باسم المحافظ الرقمية، هي فئة من أنظمة الدفع الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بإجراء المعاملات عبر تطبيق الهاتف المحمول أو موقع الويب أثناء تخزين معلوماتهم المالية. تقدم المحافظ الإلكترونية بديلاً بسيطاً وأمناً لاستخدام البطاقات الحقيقية أو النفود للمعاملات توفر الكثير من المحافظ الإلكترونية أيضاً للمستخدمين مكافئات خاصة وبرامج خصومات مما يجعلها خياراً مرغوباً للأفراد الذين يحاولون توفير المال<sup>1</sup> .

يدير مستخدمو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أموالهم من خلال منازلهم كما يمكنهم تحويل الأموال ودفع الفواتير ومراقبة أرصدة الحسابات وفحص سجلات المعاملات باستخدام خيار الدفع الإلكتروني هذا. يمكن إجراء الإدارة المالية بأمان وسهولة عبر الإنترنت، ولدى العديد من البنوك الآن تطبيقات للهاتف المحمول تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم أثناء تنقلهم. بالإضافة إلى ذلك تقلل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من الأثر البيئي للممارسات المصرفية التقليدية وتلغي الحاجة إلى البيانات الورقية .

يمكن ظهور أنظمة دفع إلكترونية أكثر تطوراً مع تطور التكنولوجيا. قد يتضمن التطوير المستقبلي، على سبيل المثال، استخدام المصادقة البيومترية وتكنولوجيا blockchain والعملية الافتراضية مثل Bitcoin في حين أن هناك مخاوف بشأن كيفية تأثير هذه التقنيات الجديدة على أمننا وخصوصيتنا، إلا أنها تقدم أيضاً فرضاً هائلة لتغيير كيفية تفاعلنا وإدارة أموالنا بشكل أساسي .

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية . العدد 16، 28 ماي 2018 ص 6.

## الفرع الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

لا تستطيع التحدث عن التجارة الإلكترونية في أي بلد دون أن نتحدث عن تطور نسيج شبكة المعلومات والاتصالات

## أولاً: سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر

تتوسع أعمال التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنها لا تزال بعيدة عن الوصول إلى إمكاناتها الكاملة وسارها وراء اقتصاد شمال إفريقيا المجاورة، حيث لا توجد أرقام رسمية عن مبيعات التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومع ذلك، وفقاً للجمعية وفقاً للجمعية الوطنية الجزائرية للتجار والحرفيين، تقدر إمكانات السوق بنحو 5 مليارات دولار أمريكي. بقصد تعزيز التجارة الإلكترونية في البلاد، تسعى الحكومة لزيادة معدلات انتشار الإنترنت. بينما ظهرت أول لسواق عبر الإنترنت في الجزائر في عام 2009، بدأت التجارة الإلكترونية في الانطلاق في عام 2014 مع وصول متجر جوميا إفريقيا. في فبراير 2018، أقر البرلمان الجزائري تشريعاً ينص على أول لوائح التجارة الإلكترونية في البلاد. نتيجة لذلك، يجب على الأسواق عبر الإنترنت استضافة مواقعها الإلكترونية في الجزائر والتسجيل في السجل التجاري للبلاد .

حيث يحظر القانون جميع عمليات شراء التبغ والمشروبات الكحولية عبر الإنترنت بالإضافة إلى المنتجات الصيدلانية وخدمات المراهنات والمقامرة عبر الإنترنت. وقد ذكرت الحكومة مؤخراً أنها لا تهدف إلى فتح أسواقها الإلكترونية أمام الشركات الدولية من أجل حماية اقتصاد البلاد وسيادتها الوطنية وبينما لا يوجد حضور للمواقع العالمية كأمازون وعلى إكسبريس في الجزائر، تقدم العديد من الشركات الوسيطة خدمات إعادة الشحن للطلبات القادمة من هذه المواقع وفقاً لمؤشر التجارة الإلكترونية B2C ، تحتل الجزائر المرتبة العاشرة من بين 97 دولة أفريقية من حيث الاستعداد للتجارة الإلكترونية<sup>1</sup> .

## ثانياً: مبيعات التجارة الإلكترونية والزبائن

بلغ إجمالي التجارة الإلكترونية 2.45 مليون في عام 2017، وهو ما يمثل 6% من سكان البلاد. يوجد في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية توازن مثالي بين الجنسين تعد الإلكترونيات والهواتف ومستلزمات التنظيف والملابس من بين أكثر أنواع الأشياء شيوعاً في الأسواق عبر الإنترنت.. تم إنشاء أنظمة الدفع الإلكتروني في البلاد في نهاية عام 2016، ومنذ ذلك الحين تطور التسوق عبر الإنترنت بسرعة على هذا النحو، تخطط Algeria Poste الخدمات البريدية الوطنية الجزائرية لإطلاق محفظة عبر الإنترنت في عام

<sup>1</sup> حداد سفيان، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الجزائر 3 العدد الثاني/ جوان 2020، ص 28.

2018 لتسهيل عمليات الشراء عبر الإنترنت، وبالتالي تعزيز التجارة الإلكترونية، كما يعتبر النقد عند التسليم

هو طريقة الدفع المفضلة بين الجزائريين كما هو الحال في معظم البلدان في العالم العربي وشمال إفريقيا .

ثالثا: نظام مصرفي ضعيف التطور في الجزائر، تظل غالبية المؤسسات المالية جامدة وغير فعالة،

حيث تدير البنوك العامة جميع الأصول<sup>1</sup>.

والفروض المصرفية تقريبا. ونتيجة لذلك، تعمل المؤسسات المالية الجزائرية بطريقة تقليدية للغاية. علاوة

على ذلك، يعد النظام المصرفي الجزائري أحد أكثر القطاعات التي يواجهها القطاع غير الرسمي تحديا. عندما

لا يتم التعامل مع الاقتصاد، يظل الدفع الإلكتروني مهمة صعبة .

رابعا المواقع الإلكترونية في الجزائر

ومن بين المواقع والتطبيقات الأكثر انتشارا في الجزائر تذكر منها :

موقع جوميا : Jumia.dz

موقع تسوق الكتروني ضخم يضم آلاف المنتجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة، تأسس سنة 2013

من طرف مجموعه انترنت أفريقيا المعروفة في مجال الكتروني والمالكة لموقع Kaymu و Jovago

المعروفين، ومن مميزاته شكل موقعه الأنيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على ما تريد وهو موقع

مضمون وموثوق ويتوفر على كل المنتجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة رابط موقع جوميا الجزائر

www.jumia.dz

موقع اشري لي Echriily :متجر الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حيث يضم

جميع انواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل انواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد

التنظيف ومنتجات تخص الاطفال الصغار ويتميز الموقع بدعمه اللغة العربية وسهولة الشراء وهو يدعم عده

طرق دفع حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجانا الى كل ولايات الجزائر وهو اول سوق جزائري خاص بالمواد

الغذائية.<sup>2</sup>

رابط موقع اشري لي www.echriily.com

موقع واد كنيس : تأسس سنة 2006 وهو شركة جزائرية مختصة في اعلانات البيع والشراء عبر

الانترنت توفر حولا للمجتمع الجزائري لبيع السلع وشراؤها ابن يعتبر سوق افتراضية جزائرية يتلقى زيارات

يوميه تفوق 800الف زائر أغلبهم من الجزائر .

<sup>1</sup> حداد سفيان، التجارة الإلكترونية في الجزائر، المرجع السابق، ص 29.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص30.

## المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

من خلال دراسة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، سجلنا مجموعة من العوائق والتحديات التي تقف أمام ظهور وتطوير مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية على مستويات مختلفة، حيث لا بد على السلطات المعنية أن تعمل على تجاوز هذه التحديات حتى تستطيع الجزائر اللحاق بالدول الأخرى في هذا المجال، وتتمثل هذه العوائق فيما يلي :

تواجه التجارة الإلكترونية العديد من التحديات والعوائق سواء على مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو على مستوى التشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم عمل التجارة الإلكترونية أو على مستوى البنية التحتية البشرية وتكمن هذه التحديات فيما يلي :

الاتصالات في الجزائر عوائق وتحديات لا بد من ضعف والنقص الواضح للمؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات البنية المؤسسية الحكومية ففي تونس مثلاً قامت الدولة بوضع عدة وكالات وهيئات حكومية تشرف على السير الحسن لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من بينها الوكالة الوطنية للانترنت الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية والوكالة الوطنية للترادات بالإضافة إلى الهياكل الاستشارية والتنسيقية والتي تضم اللجنة الوطنية للانترنت المجلس الأعلى للإعلامية والاتصالات ولكن في الجزائر يوجد فقط اتصالات الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية واللجنة الإلكترونية التي يترأسها رئيس الحكومة وتظم الوزراء المعنيين<sup>1</sup>.

غياب النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المناطق الداخلية والمناطق الجنوبية ونقص اهتمام السلطات بهذه المناطق بحيث أنه كلما اتجهنا شرقاً أو غرباً فإن نسبة المشاركة في الهاتف الثابت أو الانترنت تنقسم إلى اثنين مقارنة بالمناطق الوسطى وكلما اتجهنا نحو الجنوب الشرقي أو الغربي فإن نسبة المشاركة تنقلص ولا تتجاوز ربع نسبة المشاركة في المناطق الشمالية الوسطى؛

ضعف انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث أن عدد مستخدمي الانترنت والذي يعتبر من أهم مؤشرات البنية التحتية الرقمية ضعيف جداً، لأنه هو الآخر يعتمد على عوامل عديدة منها مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها وصيانتها وتعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية ورخص أسعار الاشتراك في الهاتف والاشتراك في الانترنت وتوفر الهواتف والخطوط لتأمين سرعة انتقال المعلومات للاستفادة منها إضافة إلى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشة القدرة الشرائية العالية للفرد)، وكل هذه العوامل

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2012-2013، ص 209.

تتميز بالقصور في الجزائر. وبالتالي النظر إلى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في الجزائر يكشف وجود هوة رقمية بيننا وبين البلدان التي طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها .

جودة الخدمات المقدمة للمواطن خاصة فيما يتعلق بشبكة الانترنت نظرا لبطئ الشبكة وتأخر مشروع الإنترنت ذات النطاق العريض<sup>1</sup>. (G3)

ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بتكنولوجيا المعلومات دورا هاما في انتشارها وتطورها على كل المستويات.

ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني وفي هذا الصدد تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن انتشار الحاسبات الآلية، وبالتالي فرص الدخول في الإنترنت، في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر تعد محدودة كما أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تنمويا ؛

ضعف القدرة الشرائية للمواطنين الكفيلة بتزويدهم بالمعدات اللازمة للنفذ إلى الشبكة العنكبوتية التي تعتبر المحرك الأساسي لتنشيط التجارة الإلكترونية ضعف تجهيز المؤسسات والإدارات بالتجهيزات التكنولوجية من حواسيب وشبكات الانترنت وعدم إدماج التكنولوجيات الحديثة فيها ؛

جهل فئة مهمة من المجتمع الجزائري لمزايا استعمال التكنولوجيات الحديثة واستخداماتها ؛

ضعف اليد العاملة المؤهلة والمتحكمة فيها، وهروب عدد هائل من خريجي الجامعات

الجزائرية ذو مستوى تعليمي متميز إلى الخارج نظرا لإهمال السلطات هذه الفئة وعدم تحفيزها من أجل الاحتفاظ بها والاستفادة من طاقاتها ؛

-ضعف الإعلام فيما يخص استخدامات التكنولوجيات الحديثة من خلال المؤتمرات والمعارض وخاصة على مستوى التلفاز الذي يعتبر من أهم وسائل الإعلام في الجزائر ؛

-ضعف الاستثمارات الوطنية والدولية في الانترنت والخدمات الرقمية الشيء الذي يزيد من احتكار المؤسسات القليلة التي تعمل في الجزائر وبالتالي تبقى الأسعار مرتفعة نظرا لقلّة المنافسة، كما أن مناخ الأعمال والاستثمار في الجزائر حسب تقدير البنك العالمي في مؤخرة الدول في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؛ حيث لا تتوفر على العناصر الضرورية التي تكفل لها استقطاب الاستثمارات وتسهيل الأعمال بفعل استفحال ظاهرة البيروقراطية والرشوة والتعقيدات الإدارية.

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها و آفاقها في الجزائر، مرجع سابق، ص 210.

ويكشف التقرير عن الصعوبات التي تواجه المستثمر ورجل الأعمال منذ قراره إنشاء مؤسسة أو الشروع في تجسيد مشروعه الاستثماري إلى غاية تصفية الشركة أو إنهاء المشروع مما يبين البطء في تجسيد الإصلاحات الفعلية في الميدان، إذ لم تتغير المؤشرات الأساسية كثيرا بالنسبة للجزائر، خاصة بالنسبة لطول المدة التي تستغرقها كل مرحلة من المراحل أو كلفة كل خطوة من الخطوات أو عدد الوثائق التي تطلب من المستثمر ورجل الأعمال.<sup>1</sup>

ويتعين على أي مستثمر ورجل أعمال يرغب في الشروع في إقامة مشروع أو تجسيده في الجزائر المرور عبر العديد من الإجراءات وتوفير عدد مهم من الوثائق .

غياب المبادرات الوطنية الرامية إلى توفير أجهزة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وعلى وجه الخصوص الحاسبات، بأسعار وشروط ميسرة

<sup>1</sup> قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، مرجع سابق، ص 211.

## المبحث الثاني: العمليات اللوجيستية والتوريد

تعد العمليات اللوجيستية والتوريد أساسية لنجاح الأعمال، حيث تساهم في تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف وزيادة رضا الزبائن. تشمل اللوجيستيات إدارة تدفق المواد والمنتجات والمعلومات من الموردين إلى المستهلكين، بينما يركز التوريد على تأمين الموارد اللازمة للإنتاج. يعتمد تحسين هذه العمليات على التقنيات الحديثة وإدارة سلسلة التوريد المتقدمة، مما يحقق ميزة تنافسية للشركات.

ففي هذا المبحث قبل الشروع في تعريف العمليات اللوجيستية سنسلط الضوء على تاريخها وبذلك نشأتها وأهميتها . وبعد ذلك سنتطرق الى انواع العمليات اللوجيستية في سلاسل التوريد وبعدها تطرقنا الى اتجاهاتها الحديثة وأخيرا نظام المعلومات اللوجيستي, فوائده بناءا على ذلك سيتم تقسيم المبحث الى ثلاث مطالب كما يلي :

- 1: مطلب : مفهوم العمليات اللوجيستية النشأة و الأهمية .
- 2: مطلب: أنواع العمليات اللوجيستية في سلاسل التوريد.
- 3: مطلب: الاتجاهات الحديثة في العمليات اللوجيستية.

## المطلب الأول: مفهوم العمليات اللوجيستية النشأة والأهمية

العمليات اللوجيستية تشمل تخطيط وتنفيذ تدفق المواد والمنتجات من الموردين إلى المستهلكين، ونشأت مع تطور التجارة والثورة الصناعية. تكمن أهميتها في تحسين كفاءة سلاسل التوريد، تقليل التكاليف، وزيادة رضا الزبائن من خلال توفير المنتجات في الوقت والمكان المناسبين، مما يحقق ميزة تنافسية للشركات.

## الفرع الأول: مفهوم اللوجستيك و سلاسل الإمداد

## أولاً: مفهوم اللوجستيك

نظراً لكون أول ظهور لمصطلح الإمداد كان في الميدان العسكري لذلك يمكن توضيح التعريف العسكري الذي يعتبر الأصل لهذا المصطلح " يكمن الإمداد في توفير ما يلزم أين ومتى يلزم <sup>1</sup> ". بعد ذلك انتقل هذا المفهوم إلى الميدان الاقتصادي مع نهاية الحرب العالمية الثانية نتيجة النجاحات التي حققتها في الميدان العسكري حيث اعتبر فن من فنون الإدارة ذو الأثر الاقتصادي البالغ ومن تم فقد تباينت التعاريف لهذا المفهوم تذكر منها على سبيل المثال :

"التسيير الفعال للتدفق الفيزيائي والمعلوماتي للعمليات الإنتاجية للسلع والخدمات إلى غاية توصيلها للزبون النهائي " تحريك ومناولة المواد من نقطة الإنتاج إلى نقطة المستهلك النهائي اللوجستيك هو عملية توصيل المنتج أو الخدمة المناسبة إلى المكان المناسب في الوقت المناسب بالصورة والحالة المناسبة مع تحقيق أعلى عائد للشركة <sup>2</sup> " .

ووظيفة الإمداد هي أكثر من مجرد عملية تتم لمرة واحدة أو عدة مرات محدودة، بل تتضمن كوظيفة مستمرة التخطيط لعمليات الإمداد (وخاصة عمليات الشراء من الأسواق ) وتنظيم إدارة أو قسم الإمداد وتحديد إجراءات وسياسات الإمداد، إضافة إلى إجراء الأبحاث اللازمة لتحديد الخصائص والمواصفات المرغوب بها قبل القيام بأية عملية توريد وتلك المتعلقة باختيار مصادر التوريد المناسبة وكيفية التفاوض معها وشروط الشحن والنقل والتأمين على البضاعة وإجراءات المعاينة والفحص اللازمة للاستلام إذاً يشير كل ما سبق أن وظيفة الإمداد يجب أن تؤدي النشاطات التالية:

1. توفير الاحتياجات من المواد اللازمة للعمليات الإنتاجية والبضائع اللازمة للبيع .
2. التوفير وفقاً للجودة المناسبة والكمية الاقتصادية وهي الكمية التي تضمن تحقيق مبدأ كفاءة الإمداد.

<sup>1</sup> أ.قارة إبتسام، مداخلة بعنوان: واقع إدارة اللوجستيك في مؤسسة ميناء مستغانم، العدد رقم 15 جوان 2016، ص 78.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 78.

3. عدم غض النظر عن الأسعار والمصادر البيعية المناسبة .

4. معالجة مسائل النقل والتأمين والاستلام والتخزين .

وتجدر الإشارة إلى أن وظيفة الإمداد تمارس في مختلف أنواع المنظمات سواء كانت عامة أو خاصة أو مشتركة كبيرة أو صغيرة، إنتاجية أو خدمية هادفة للربح أو غير ربحية .

#### ثانياً: ماهية سلاسل الإمداد

أصبحت سلاسل الإمداد ظاهرة هامة تسبب تخفيض التكلفة ويمكن من خلالها تحقيق ما ترغب المنظمة فيه والموجات الجديدة والكبيرة القادمة من الفرص تقع في احتراق الجدران بين المنظمة وعملائها وبين المنظمة والموردين.<sup>1</sup>

#### \* تعاريف سلاسل التوريد

في الوقت الحالي لا بد على المؤسسات أن تتأقلم مع ديناميكية السوق لتأمل في الاستمرارية في محيط جو منافس الزبائن أصبحوا أكثر تشدد وكثيري المطالب نتيجة لكم الهائل للعروض والخيارات المتاحة لهم وأصبحت معادلة إرضاء الزبائن وتخفيض التكاليف جد صعبة ومعقدة التحقيق بالإضافة إلى التطور التكنولوجي للمعلومات والاتصالات التي يشهدها العالم والتي غيرت طريقة تسيير المؤسسات هذه الأخيرة أصبحت أكبر حجماً وتضم المزيد من الفروع والأقسام وذات أبعاد دولية هذه الحالات الجديدة أدت إلى خلق تحديات جديدة والتأقلم مع العولمة من أجل الحصول على الفائدة خلال السنوات الأخيرة أصبح تصميم الشركات أو العمليات التي تؤدي إلى إنشاء أو إنتاج أو تطوير منتجات أو خدمات جديدة في سلسلة التوريد ضروري في المنظمات واسعة النطاق فتسيير العادي أو الكلاسيكي ترك مكانه لتسيير سلاسل التوريد لمواجهة توقعات السوق المنافسين الجدد، والعلاقات الجديدة مع الشركاء، كل هذه التغييرات تجبر المؤسسة على تفاعلية أعلى بكثير .

- تخفيض كبير في التكاليف .
- تحسينات واضحة المقدمة للعملاء
- أداء أفضل .

<sup>1</sup> بطاهر بخت، إدارة سلاسل الإمداد الخضراء كتوجه استراتيجي في بلدان آسيا - الصين؛ تيلاند؛ الهند؛ ماليزيا، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 04 - العدد: 07 ديسمبر 2019. ص 22.

يشمل مفهوم سلسلة التوريد مصطلح اللوجستيات التي تأتي من كلمة يونانية وتعني فن التفكير والحساب.<sup>1</sup>

ظهرت اللوجستيات في المجال العسكري، يهمله كل ما هو ضروري لتطبيق على أرض الواقع القرارات الإستراتيجية والتكتيكية وتسيير سلاسل التوريد العسكرية ثم ظهرت اللوجستيات الصناعية دعم الإنتاج في أواخر الحرب العالمية الثانية ثم تطور مفهوم اللوجستيك مع تطور الأسواق وتخص أنشطة والأنظمة الصناعية .

يغطي مصطلح اللوجستيك اليوم تفسيرات مختلفة ويعتقد البعض أن مفهوم اللوجستيك يمثل مشكلة في حد ذاته .

يمكن القول أن اللوجستيك تعني تسيير التدفقات ولكن يمكن أن يكون المفهوم غير محدود على تسيير التدفقات بل من الضروري تصميم أنظمة التي تعمل على خلق وتحريك هذه التدفقات في نفس مكان الإنتاج داخليا أو عدة أماكن مختلفة خارجيا، يضم شبكة من المؤسسات المؤسسات .

في سياق اقتصادي غير مستقر ضغوطات تزايد المنافسة دورات إنتاج قصيرة بشكل متزايد ونظام معلوماتي وإداري ومالي معقد على تحسين العروض بتوفير المصادر وإنقاص التكاليف الضمان منتج أو خدمة للعملاء حسب الطلب في أقرب الأجل بأسعار تنافسية وجودة فعالة ويعتبر هذا مصدر الفلق الرئيسي لكل مؤسسة محلية أو دولية مهما كان نوع نشاطها (نقل صناعة، صحة..).

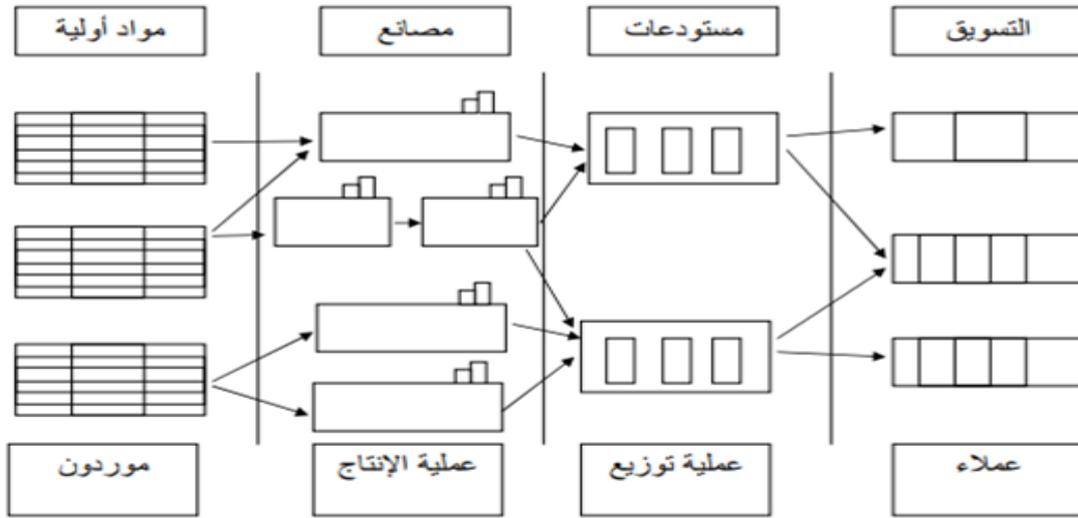
بما أن العولمة أصبحت واقع لا مفر منه يظن الأخصائيون أن في المستقبل القريب لن تكون المنافسة بين المؤسسات بل بين سلاسل التوريد.

تشمل سلسلة التوريد جميع العمليات التي يتم إجراؤها لتصنيع منتج أو خدمة من الحصول على المواد الأولية حتى توصيل المنتج النهائي منتج أو خدمة للعميل النهائي عبر مراحل التحويل التخزين. والتوزيع. وكذلك تدفق المعلومات والتدفق المالي التي يرافق عملية التصنيع .

كل مرحلة لتحويل أو التوزيع يمكن أن تتطلب تدخل أطراف جدد موردين جدد وعملاء، ووسطاء ويرافق ذلك أيضا تدفق جديد للمعلومات .

<sup>1</sup> بلحاج محمد الأمين، الخدمات اللوجستية ودورها في تمييز المؤسسة، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم علوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2019-2020، ص 06.

الشكل رقم (1) : سلسلة التوريد الخارجية



1

المصدر : Zerouk Mouloua Ordonnqnements coopératifs pour les chaines logistiques thèse : doctorat de l'institut national polytechnique de lorraine (spécialité informatique) page 10 21/11/2007.

### الفرع الثاني: أهمية العمليات اللوجيستية

#### أولاً: أهمية اللوجستيك

تتمثل أهمية وظيفة الإمداد والتخزين من خلال تأثيرها في نجاح أو إخفاق عمليات المنظمة وتحقيق أهدافها بأقل ما يمكن من الجهد والتكلفة .

وبوجه عام يمكن تلخيص أهمية وظيفة اللوجستيك فيما يلي<sup>2</sup> :

1-تحقيق استمرارية وانتظام عمليات المنظمة دون أي خلل أو توقف في أنشطة الإنتاج والبيع .

2-يشكل الاستثمار في الموارد المادية وتخزينها نسبة لا يستهان بها في حجم الاستثمار الإجمالي في

المنظمة، لذا فإن أي قصور في أداء الأنشطة اللوجستية سيؤدي إلى ارتفاع تكلفة الاستثمار وتعطيل جزء من رأس المال المستثمر .

<sup>1</sup> المصدر : Zerouk Mouloua Ordonnqnements coopératifs pour les chaines logistiques thèse doctorat de l'institut national polytechnique de lorraine (spécialité informatique) page 10 21/11/2007.

<sup>2</sup> أ.قارة إيتسام، مرجع سابق، ص 80.

3- إن عدم ممارسة المبادئ والأصول العلمية للوجستيك وخاصة من حيث الجودة والكمية والأسعار وشروط التوريد والإمداد سيؤثر سلبا على كفاءة وفعالية الإدارات أو الأقسام الأخرى في المنظمة، وذلك لوجود الترابط والتكامل بين إدارة الإمداد والتخزين وبقية إدارات المنظمة .

4- تخفيض تكاليف التخزين فيما إذا تم توفير الاحتياجات المادية بالكميات المناسبة، أي عندما يتم إمداد المخازن بالحجم المناسب من المواد والمنتجات .

وتشمل هذه الفوائد كل من الزبائن والموردين كما يلي " :

- شكل من أشكال تجارة الشركاء
- تحقيق الاتصال بصورة أفضل .
- تقوية العلاقات مع الزبائن

كما تتبع أهمية إدارة سلسلة التوريد من ضرورة الحاجة إلى تطبيقها بصورة فعالة ومن ثم فهناك عدة قضايا تدفع المنظمات إلى ضرورة تبني منهج إدارة سلاسل التوريد وهي :

- 1- الحاجة إلى تحسين العمليات.
- 2- رفع مستويات الشراء الخارجي .
- 3- تخفيض تكاليف النقل .
- 4- زيادة أهمية التجارة الإلكترونية
- 5- زيادة ضغوط المنافسة واتساع مدى العولمة
- 6- تعقيد سلاسل التوريد ومن ثم الحاجة لإدارة فعالة للمخزون .

#### ثانيا: تعريف سلسلة "الإمداد"

هي مجموعة من الطرق والأساليب الراسية إلى تحقيق التكامل بين الموردين والتصنيع والمستودعات والمخازن لإنتاج سلع وتوزيعها بالكمية المطلوبة، وفي الوقت المناسب، وبالوقت الملائم، بهدف والمستودعات، والمخازن لإنتاج سلع وتوزيعها بالكمية ال خفض التكاليف ضمن مستوى الخدمة المطلوبة."

وتتحقق أهمية إدارة سلسلة الإمداد للعملاء عندما يحدث تخفيض في المخزون من خلال نقل المنتجات مباشرة إلى مكان الشراء ثم بعد ذلك يقوم بتخزينه ويكون مسئولا عنه، أما الأثر على المورد فيكون أكثر صعوبة في تصنيفه بصورة مبدئية كأرباح كما يمكن أن تشمل فوائد لكل من الزبائن والموردين كما يلي:

وتعد تقليل لتكلفة واحا أهم الفوائد الرئيسة التي تنتج عن إدارة سلسلة التوريد في المنظمات والتي تساعد في خلق ميزة تنافسية بين المنظمات ورفع القدرة الشرائية لدى الزبائن عن طريق تخفيض الأسعار. ولأجل

الوصول إلى هذه النتيجة وجدت المنظمات كافة أنها ومن الضروري العودة إلى مزيجها التسويقي وملاحظة العناصر التي يمكن التحكم بها والسيطرة عليها هادفة تخفيض الكلف وزيادة الفاعلية، حيث من المعروف لدى جميع المختصين أن هناك مزيجا تسويقيا مؤلفا من أربعة عناصر أساسية، وهي المنتج، السعر الترويج وأخيرا المكان. والحقيقة أن العنصر المتمثل بالمكان يعني التوزيع المادي أو حيث كلف الأخير تتمثل في كلف النقل، كلف المحازن كلف العمليات المتعلقة بالطلب وكذلك المعلومات كلف متعلقة بالتجزئة، كلف نقل أو مناولة المحزون.<sup>1</sup>

إن عملية تحضير المنتجات والخدمات وتجهيزها من أصلها كمواد أولية إلى أن تصبح جاهزة للاستهلاك ما جانب الزبون، تحتاج إلى مراحل عدة وهذا ما تؤديه إدارة سلسلة الإمداد في الواقع العملي، وحتى تتمكن الشركة من تحسين جودة المواد أو الخدمات المشتراة لا بد أن تمتد مراحل سلسلة الإمداد بدها بالموردين الرئيسيين وصولا إلى الزبون النهائي، وهذا المنظور المعاصر للسلسلة الإمداد يؤدي إلى تحقيق منافع إستراتيجية وعملية، وبذلك يمكن تحقيق ميزة تنافسية لكلى شركاء سلسلة الإمداد .

وتعد سلسلة الإمداد حلقة تبدأ وتنتهي مع العميل، فكل المواد والمنتجات التامة والمعلومات والصفقات تتدفق غير هذه الحلقة، وتعد أيضا شبكة متحركة من الشهيالات لجميع الشركات مع اختلافها وتناقض أهدافها. وتمثل إدارة سلسلة التوريد مزيجا من العلم والفن وذلك لتحقيق التحسين في طريقة حصول الشركة على المواد الخام اللازمة لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة وتسليمها أو شحنها للعملاء، وتستخدم كوصف لكل العناصر والعمليات المتداخلة واللازمة لضمان الكمية المناسبة من المنتج في الأماكن المناسبة وفي الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة.<sup>2</sup>

### 1. أنشطة سلسلة الإمداد:

تسعى المؤسسة الاقتصادية جاهدة من خلال التنسيق بين مختلف وظائفها إلى تحقيق رضا الزبون مع تعظيم أرباحها، ومن بين هذه الوظائف تجد وظيفة الإمداد؛ والتي تضم أنشطتها المختلفة معظم أنشطة تشغيل المؤسسات الاقتصادية كالشراء، النقل، التخزين والتوزيع والتي تنقسم إلى أنشطة أساسية وأخرى مدعمة، حيث تشكل في الأخير سلسلة الإمداد وهي:

<sup>1</sup> بطاهر بخت، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، مرجع سابق. ص 23.

<sup>2</sup> مرجع نفسه. ص 23.

## 2. الأنشطة الأساسية:

تمثل أنشطة الإمداد الأساسية في <sup>1</sup> :

- خدمة الزبائن تمثل مجموعة من الأنشطة التي تتفاعل الشركة من خلالها مع المستهلك شخصياً، أو من خلال الاتصال الغير مباشر، وهذه الأنشطة يتم تصميمها وأدائها بناء على هدفين رئيسيين هما رضا العميل، وتقديم الخدمة بكفاءة عالية؛

- نظام المعلومات : يعتبر نظام المعلومات المتعلق بالإمداد أحد الأنظمة الفرعية لنظام المعلومات الإدارية؛ وهو النظام الذي يهدف إلى توفير للمعلومات اللازمة للإمداد، وذلك من خلال نقلها من أماكن توفرها إلى المستويات الإدارية المناسبة. وتكمن القرارات الملازمة لهذا النشاط في تحليل البيانات والإجراءات، الرقابية؛

-التخزين : يمكن تعريف التحرين على أنه الاحتفاظ بالأشياء لحين الحاجة إليها؛ وبالتالي فإن هذه الوظيفة تحقق المنفعة الزمانية، التي تعني توفر المنتجات حين حدوث الطلب عليها؛

النقل: طبقاً للمفهوم الشامل للإمداد هو : " تحريك المواد والمستلزمات من الموردين إلى المشروع ومناولة المواد،

ثم من المشروع إلى الزبائن . وتمثل نفقات النقل النسبة الأكبر لإجمالي نفقات الإمداد؛

-التوزيع المادي : التوزيع هو الوظيفة التي تجعل السلع والخدمات تحت تصرف المستعمل، وهذا بانتقالها من المنتج إلى المستهلك، في المكان والوقت وبالجم المناسب، مع الأخذ بعين الاعتبار أنواع وحاجيات المستهلك مع تدخل الوسط .

## 3. الأنشطة المدعمة:

الشراء: تمثل وظيفة الشراء أوجه النشاط الملازمة لتوفير احتياجات المنشأة من المواد والمعدات والآلات والخدمات، وضمان تدفقها للمحازن ومواقع الإنتاج بالكمية التي تحتاجها المنشأة، وبأقل تكلفة تتناسب مع المواصفات المطلوبة وفي الوقت المناسب بما يضمن استمرار الإنتاج والمساهمة في تخفيف تكاليف المنشأة الكلية؛

-التنبؤ بالطلب : هو علم التوقع بالأحداث المستقبلية وللتنبؤ بالمتطلبات اللوجستية أهمية تتمثل في :

-أساس عملية التخطيط لجميع أوجه نشاط المنظمة؛

<sup>1</sup> بطاهر بخت، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، مرجع سابق. ص 25.

-التنبؤ بالطلب مهم للقرارات التسويقية

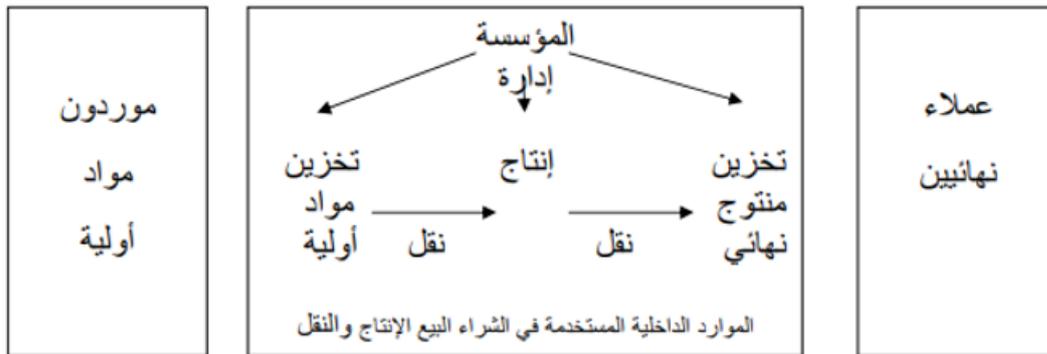
-يعتبر الأساس الذي يمكن المنظمة من إعداد موازنتها التقديرية، ومنه تقدير حجم الأرباح والتكاليف الربحية المناولة هي الوظيفة المختصة بإعداد وشحن وتفريغ المواد وكذلك الرفع والوضع لتسهيل عملية تحريكها أو تخزينها؛

-التعبئة والتغليف : لغرض زيادة كفاءة عملية المناولة فيتم وضع معظم المنتجات عادة في عبوات مختلفة الشكل والحجم، ويساعد الغلاف على حماية البضائع من التلف وتسهيل عملية المناولة والحركة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أنواع العمليات اللوجيستية في سلاسل التوريد

كما لاحظنا سلسلة التوريد تتكون من مجموعة من الفاعلين أو شركاء الذين يقومون بعمليات الشراء الإنتاج تطوير وتحويل) تخزين، نقل وبيع السلع والخدمات بطريقة تكون تحت قيود بشرية اجتماعية قانونية وبيئية وبالتالي يتم تصنيف سلاسل التوريد حسب طبيعة تدخل الفاعلين<sup>2</sup>.

الشكل رقم (2) : سلسلة توريد داخلية



المصدر : Zerouk Mouloua Ordonnqnements coopératifs pour les chaines logistiques thèse doctorat de

Institut national polytechnique de lorraine (spécialité informatique) page 10 21/11/2007

1-2 سلسلة توريد عالمية إذا كان الفاعلين المتدخلين يتموقعون في بلدان مختلفة هنا نحن تحت أمام

سلسلة توريد عالمية هذه الأخيرة تتأثر بعدة عوامل منها عمليات التصدير والاستيراد سعر الصرف الضرائب الجمركية. التأمينات والقوانين الخاصة بكل دولة .

<sup>1</sup> بطاهر بخت، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، مرجع سابق، ص 25

<sup>2</sup> بلحاج محمد الأمين، الخدمات اللوجستية ودورها في تمييز المؤسسة، مرجع سابق، ص 06.

2-2 سلسلة توريد داخلية إذا كان المتدخلين في عملية سلسلة التوريد ينتمون إلى نفس الهيئة القانونية نفس الدولة ولو كانت المؤسسة متعددة المواقع هما نتكلم على سلسلة توريد داخلية .

## المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في العمليات اللوجيستية

## أولا : اللوجيستيات العكسية

من وجهة نظر المنظومة اللوجيستية فان دورة المنتج تنتهي بمجرد وصوله إلى المستهلك<sup>1</sup>. غير انه قد يتعرض للتلف أو تم يكون هذا المنتج غير مطابق للمواصفات المتفق عليها لذلك يتم إعادته لأجل استبداله أو إرجاعه للحصول على ثمنه وهو ما يعرف باللوغيستيك العكسي ويأخذ اللوجيستيك العكسي اتجاهين

الاتجاه الأول : يركز على ادارة المواد التي تغطي كافة الوظائف من الحصول على المادة الخام حتى الوصول الى المصنع وتضيف اللوجيستيات العكسية اتجاه ثالثا فهي تتعامل مع المناولة والتخزين وحركة المواد تتدفق عكسيا من المستهلك إلى المنتج، وتتضمن عودة الوحدات المعيبة أو الصناديق ومواد التعبئة ويكمن دور اللوجيستيك العكسي عندما يشتري العميل منتج أو سلعة ما من تاجر التجزئة ثم يجده ليس وفقا للمواصفات المتفق عليها او به عيب يتحتم إرجاعه للتاجر لأجل استعادة ثمنه، تاجر التجزئة بدوره يقوم بإرساله إلى مركز المرتجعات وتعد الفاتورة وسيلة للكشف عن الرمز العالمي للمنتج للتعرف عليه في قواعد البيانات بمركز المرتجعات التي تظهر بان المنتج قد تم إرجاعه ليمتحم المصنع تكلفة إرجاع المنتج وبعدها يقوم التاجر باسترجاع تكلفة المنتج التالف، ويقوم الصانع بفحصه في قاعدة بياناته ليقوم بعد ذلك بتصليحه وإرساله للبيع في سوق ذو درجة ثانية للحصول على قيمته فاللوغيستيات العكسية : تشمل عودة المنتجات المعيبة، والحاويات والصناديق ووسائل التعبئة فهي تهتم بالتخزين والمناولة وحركة المواد التي تتدفق عكسيا من الزبون إلى المورد تصرفات الشركات تجاه اللوجيستيات العكسية مختلفة، فمنها من يتقاضي تغليف السلع ونقلها دون تغليف او استعمال الحاويات التي يمكن استرجاعها. أو تعبئة السلع قرب الأسواق وإعادة تصميم العبوات اللوجيستيات العكسية تسمى بـ لوجيستيات المسؤولية البيئية لأنها تقوم بإعادة تصنيع المنتجات والمواد غير المستعملة كالزجاجات والعبوات جمع وتفكيك وإجراء العمليات على المنتجات المستعملة وأجزاء المنتجات للحفاظ على البيئة .

قدر متوسط نسبة المردودات ما بين 5 و10% من إجمالي المبيعات، وترتفع إلى حوالي 35 فيفي حالة البيع بالكاتالوك.

<sup>1</sup> ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجيستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مذكرة مقدمة لإستكمال شهادة الماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوغريج، 2021-2022، ص 24.

### ثانيا : تنفيذ اللوجستيات من خلال التحالفات وموردي الطرف الثالث

كبدل للحيازة المطلقة للقدرة اللوجيستية والحاجة لوجود هيكل تنظيمي لوجيستي بديل، فان المؤسسات تختار المشاركة بقدراتها اللوجيستية مع مؤسسات أخرى. أو أن تتعاقد كي تؤدي الوظائف اللوجيستية بواسطة مؤسسات متخصصة في توريد مثل هذه الخدمات والتي تسمى مورود الطرف الثالث. وتقر العديد من المؤسسات بإمكانية تحقيق استراتيجيات ومزايا من وراء المشاركة اللوجيستية أهمها<sup>1</sup>

تقليل التكلفة ومتطلبات اقل لرأس المال

الدخول للتكنولوجيا ومهارات الإدارة .

خدمة متطورة للعملاء<sup>2</sup>

الميزة التنافسية من خلال اختراق أفضل الأسواق .

تزايد الدخول للمعلومات لأغراض التخطيط

تقليل المخاطر والغموض

#### 1. الشراكة والتحالفات :

هناك بعض المؤسسات تختار المشاركة اللوجيستية مع منشآت أخرى بغرض الاستفادة من بعض المزايا الممكن تحقيقها، كتخفيض التكاليف كتخفيض التكاليف، تقديم أحسن خدمة للعملاء، استخدام التكنولوجيا وتحقيق الميزة التنافسية، تقليل المخاطر، فالشراكة أو تكوين تحالف لوجيستي يعود بالفائدة على كلا الطرفين، فالشركة التي لديها قناة لوجيستية قوية تكون قادرة على الإدارة اللوجيستية الداخلية وهذا راجع للجهود الذاتية المبذولة على المستوى الداخلي واتخاذ القرارات بشأن الوظيفة اللوجيستية يكون داخليا على مستوى المؤسسة والذي يتوقف على موازنة عاملين هما<sup>3</sup> :

مدى حيوية اللوجيستيات لنجاح المؤسسة، ومدى كفاءة المؤسسة في إدارة الوظيفة

اللوجيستية وتلجأ الشركات إلى التحالفات في الحالات التالية :

إذا كانت الشركة تريد تقوية وضعها التنافسي ولكن لا ترغب في تكوين إدارة لوجيستية فتلجأ إلى شركة

اقوي منها لوجيستيا إذا قامت الشركة باستثمارات ضخمة في معدات النقل والمخازن وتكنولوجيا اللوجيستيات

فتبحث عن الشراكة لتخفيض التكاليف

<sup>1</sup> ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجيستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> ، مرجع نفسه، ص 25.

<sup>3</sup> مرجع نفسه، ص 25.

إذا كانت اللوجيستيات ليست ذات أهمية بالنسبة لإستراتيجية المنشأة ولديها كفاءات قوية في الإدارة اللوجيستية فتسعى إلى البحث عن شركاء في النظام اللوجيستي لتقليل التكاليف، ويقوم أهداف محددة لتحقيق التحالف الاستراتيجي على تقاسم المعلومات والثقة المتبادلة مع وضع مستوى اعل من الأداء اللوجيستي يفوق المستوى المحقق على المستوى الفردي، مع وضع قواعد صارمة بالنسبة لكل شريك .

ويقوم التحالف اللوجيستي على الثقة وتقسام المعلومات التيسر تنهض بالأداء اللوجيستي مع وضع أهداف محددة لتحقيق مستوى أعلى من الأداء اللوجيستي يفوق المستوى الذي يتحقق على المستوى الفردي مع وضع قواعد صارمة بالنسبة لكل شريك مع نصوص تحكم الكيفية التي يجري بها لانتهاء مثل هذه الشراكة ورغم المزايا المحققة من هذه الشراكة إلا انه هناك بعض المخاوف لدى الشريك المستهدف بشأن الدخول في تحالف بعدما يتم اندماج قنوات الإمداد والتي من بينها وبشكل أساسي فقدان السيطرة على القناة اللوجيستية .

- زيادة الخوف من الإخفاق اللوجيستي وعدم توافر طريقة مباشرة للتصرف في حالة حدوث مثل هذه الإخفاقات صعوبة التحديد لشكل الاقصاديات المطلوب تحقيقها مقارنة بالتكاليف اللوجيستية الحالية التي يتكبدها الشريك قيام نظام لعمل التقارير، والذي لا يماثل النظام الموجود لدى الشريك أو ظهور نظام لا يكفي لتقليل الغموض الناشئ .

- صعوبة تحديد المزايا المطلوب اقتسامها مع الشريك، خاصة اذا كان الشريك يتمتع بنوع من الملكية في النظام اللوجيستي

-صعوبة إدراك الكيفية التي يمكن ان تحقق بها الثقة والنوايا الطيبة والتعاون في ظل هذه الترتيبات.<sup>1</sup>

## 2. تنفيذ اللوجستيات من خلال طرف ثالث :

بالرغم من أن معظم المؤسسات تؤدي وظائفها اللوجيستية بنفسها إلا أن هناك تزايد في عدد الشركات التي تعتمد على المؤسسة المتخصصة خصوصا المؤسسة المتخصصة خصوصا المؤسسة التي تفترق إلى الكفاءة العالية في الإدارة اللوجيستية فتلجأ الى طرف ثالث يكون أكثر كفاءة في هذا الجانب لتنفيذ بعض أو كل اللوجيستية، والذي يعتبر وسيطا بين الطرف الأول وهو المورد والكرف الثاني وهو المستهلك أو المستعمل. هي عبارة عن شركات لوجيستية خاصة وتسمى بالشركات اللوجيستية المتكاملة أو موردي الطرف الثالث أو أخصائي التعاقدات اللوجيستية .

<sup>1</sup> ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجيستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مرجع سابق، ص 26

حيث تقوم ببيع خدمات لوجيستية متكاملة عوض القيام بالتحالفات مقابل سعر متفق عليه في العقد، وبالتالي فهي تدير العمليات اللوجيستية للمؤسسة العميلة<sup>1</sup>.

حيث تركز المؤسسات على أنشطتها الرئيسية وتترك لموردي الخدمات اللوجيستية عمليات النقل والتخزين .. وباقي الأنشطة اللوجيستية بغية تخفيض التكاليف وتقديم أحسن خدمة للمستهلك وكذا تعزيز الوضع التنافسي اقل، ومؤسسات الخدمات اللوجيستية منها من يقدم جميع الخدمات اللوجيستية ومنها من يتخصص في البعض منها حيث تنقسم هذه المؤسسات إلى ثلاث أنواع :

أ- مؤسسات تقوم بتوزيع السلع مرتفعة القيمة .

ب مؤسسات تقدم خدمات النقل .

ج - مؤسسات تقدم الأنشطة اللوجيستية الداخلية بشكل متكامل.

و هناك بعض الصناعات تتحول إلى التعاقد مع شركات لوجيستيات الطرف الثالث أكثر من الأخرى، فمثلا صناعات التكنولوجيا المتقدمة والالكترونيات تستخدم شركات لوجيستيك الطرف الثالث على نطاق أوسع من صناعات السيارات والكيمياويات وتجارة التجزئة و تنفيذ الخدمات اللوجستية من خلال طرف خارجي يتطلب المرور بأربعة مراحل :

أ-المرحلة الأولى : يتم تحديد الخدمة اللوجستية التي يتم اسنادها الى مورد خارجي وتشمل تحديد الخدمات اللوجستية المطلوب اسنادها لمورد خارجي تحديد احتياجات العميل للخدمات اللوجستية التي سيؤديها الطرف الثالث.

ب-المرحلة الثانية : تحديد واختيار الموردين من خلال :

-عن طريق البحوث والانترنت والتي يتم من خلالها تحديد الموردين المحتملين واعداد قائمة بأسمائهم لتأدية الخدمات اللوجستية يتم اختيار عدد من الموردين للقيام بالخدمة اللوجستية وذلك حسب احتياجات المؤسسة وبناءا على تقييم العروض المقدمة من الموردين والاستفسارات والزيارات الميدانية

ج-المرحلة الثالثة : يتم فيها التعاقد والتنفيذ من خلال :

ابرام العقد الذي يتضمن الخدمات اللوجستية المطلوبة، السعر، طريقة الدفع، مدة العقد وطريقة الغاء العقد

<sup>1</sup> ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجيستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مرجع سابق، ص 26.

**د- المرحلة الرابعة : الإدارة والتوجيه :**

يتم في هاته المرحلة قياس اداء كل من المورد والشركة حسب الشروط المدونة في العقد من خلال الاجتماعات او التقارير

**ثالثا : نظام المعلومات اللوجستي :**

يتم تجميع المعلومات والاحتفاظ بالبيانات ومعالجتها من اجل اتخاذ القرارات الإستراتيجية وكذا التنفيذية وبتوفر الحاسبات عالية السرعة وزيادة طاقة تخزين البيانات . وأساليب تناول البيانات فهذا يولد نظام معلومات في ذلك المجال<sup>1</sup>.

و نظام المعلومات اللوجستي يعتبر جزءا من نظام المعلومات الكلي للمنظمة. حيث يوجه إلى المشاكل الخاصة بإتخاذ القرارات اللوجستية.

**1. مفهوم نظام المعلومات اللوجستية وفوائده:**

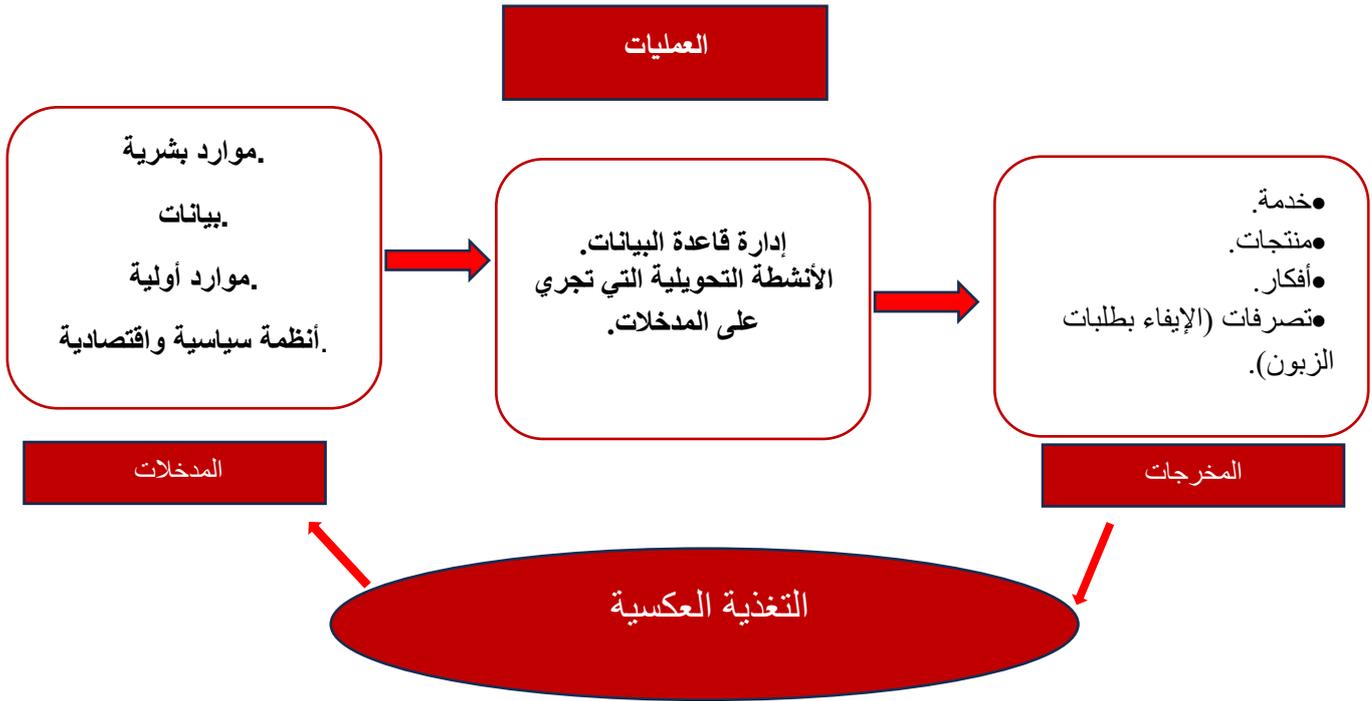
نظام المعلومات اللوجستي هو نظام متكامل يعمل على معالجة المعلومات إلكترونياً لدعم عملية صنع القرار في منظمة الأعمال، بحيث تتسم المعلومات بالدقة والثبات والإيجاز والكمال. يتكون هذا النظام من عدة نظم فرعية منها: نظم المعلومات التسويقية، ونظام معلومات المحاسبة، ونظام معلومات التمويل، ونظام معلومات التصنيع والعمليات، ونظام معلومات الموارد البشرية، وغيرها. يسهم نظام المعلومات اللوجستي في:

- تقديم المعلومات إلى مختلف المستويات الإدارية في المنظمة لدعم متخذي القرار في الوقت المناسب خدمة للزبون.
- تحديد قنوات الاتصال في المنظمة وتقييم النتائج بغية تصحيح الانحرافات.
- الإحاطة المستمرة بالمعلومات التي تساعد على التنبؤ المستقبلي بحاجة الزبون وأعمال الشركات المنافسة.

إن نظام المعلومات اللوجستية كأى نظام يتألف من مدخلات وعمليات ومخرجات وتغذية عكسية. تختلف النظم بطبيعة مدخلاتها وعملياتها وأنماط مخرجاتها وخصائصها، كما هو موضح في الشكل التالي:

<sup>1</sup> ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مرجع سابق، ص 26.

الشكل رقم (3): عناصر نظام المعلومات



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع

### 1.1 المدخلات: (Inputs)

تشمل المدخلات جميع العناصر والبيانات التي تدخل إلى النظام، والتي يتم جمعها من العملاء من خلال أنشطة المبيعات. هذه البيانات توفر معلومات قيمة لعملية التخطيط، وتُحصل من خلال إدخال الأوامر (طلبات العملاء)، مما يساهم في التنبؤ واتخاذ قرارات التشغيل مثل تحديد حجم المبيعات وتكاليف النقل.

### 1-2 العمليات: (Processes)

تشمل العمليات مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تحويل المدخلات من شكلها الأصلي إلى شكل جديد. يتم تحويل البيانات إلى معلومات مفيدة لاتخاذ القرارات، وهذه العمليات تعتبر الجزء الأساسي من نظام المعلومات. تتضمن إدارة قاعدة البيانات عمليات اختيار البيانات، جمعها، واختيار أساليب تحليلها.

### 1-3 المخرجات: (Outputs)

بعد عمليات الإدخال والمعالجة أو التحويل، يقوم النظام بتزويد البيئة المحيطة بمخرجاته. هذه المخرجات قد تكون عبارة عن مدخلات خضعت لعمليات تحويلية لتصبح منتجات أو خدمات، أو أشكال أخرى.

## 1-4 التغذية العكسية: (Feedback)

يتيح النظام إمكانية الحصول على معلومات بشكل عام حول المراحل الثلاث السابقة، حيث يمكن لأي منها إجراء التعديلات المطلوبة.

## 2- أهداف نظام المعلومات اللوجستية:

يهدف نظام المعلومات اللوجستية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحقيق إدارة فعالة للبيانات من خلال استخدام أحدث التقنيات والمعدات للحصول على المعلومات بأمان وسلامة.
- توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب لمتخذي القرار، وتوفير مرونة في معالجتها وتخزينها واستخدامها المستقبلي.
- توفير دعم بريدي يساعد على اتخاذ القرارات التكتيكية والاستراتيجية.
- تحسين أداء المنظمة من خلال استخدام البيانات وتحليلها بشكل فعال.
- تكامل نظام المعلومات اللوجستي مع أنظمة المنظمة الأخرى لضمان سلاسة العمليات والتنسيق بين الأقسام المختلفة.

تمثل العمليات اللوجستية العمود الفقري لنجاح سلاسل التوريد في أي منظمة. فهي ليست مجرد عمليات تقليدية لنقل وتخزين المواد، بل هي استراتيجية متعددة الأبعاد تؤثر على جميع جوانب العمل التجاري. يترتب على الاستثمار في عمليات اللوجستيات تحقيق الكفاءة، وتقليل التكاليف، وتحسين جودة الخدمة، وتعزيز رضا الزبائن.

من خلال فهم أهمية العمليات اللوجستية، نجد أنها تلعب دوراً حيوياً في تحقيق الاستدامة والتنافسية للمنظمة. فهي تساهم في تحقيق استمرارية عمليات الشركة وتقليل المخاطر، وتحقيق أفضل قيمة للعملاء والمساهمين.

من جهة أخرى، فإن فهم أنواع العمليات اللوجستية في سلاسل التوريد يمثل جزءاً أساسياً من بناء استراتيجية فعالة للإمداد. حيث تشمل هذه العمليات العديد من الأنشطة التي تتضمن الشراء، والتخزين، والنقل، والتوزيع، وغيرها، وكلها تهدف إلى ضمان تدفق سلس للمواد والمنتجات من الموردين إلى الزبائن بأقل تكلفة ممكنة وفي الوقت المناسب.

بالتالي، يمكن القول إن الاستثمار في تحسين العمليات اللوجستية وفهم أنواعها يعد خطوة حيوية للشركات التي تسعى لتحقيق التميز التنافسي والنمو المستدام في السوق. إن تطبيق أفضل الممارسات في مجال

اللوجستيات يمكن أن يساهم بشكل كبير في تعزيز كفاءة العمليات وتحسين أداء الشركة بشكل عام، مما يعزز مكانتها في السوق ويسهم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية بنجاح.

## خلاصة الفصل الأول:

يختتم هذا الفصل النظري بتسليط الضوء على جوانب مهمة في مجالي التجارة الإلكترونية والعمليات اللوجستية والتوريد. استكملنا استكشاف مفهوم التجارة الإلكترونية وأهميتها، وفحصنا واقعها في الجزائر وتحدياتها، مما يوفر رؤى قيمة حول التطورات والاحتياجات في هذا القطاع المتنامي. بالإضافة إلى ذلك، ناقشنا مفهوم العمليات اللوجستية وأهميتها في سلسلة الإمداد، واستعرضنا أنواع العمليات اللوجستية المختلفة والاتجاهات الحديثة في هذا المجال. وتوضح هذه الخاتمة النقاط الرئيسية التي تم التركيز عليها خلال هذا الفصل، مما يمهد الطريق للدراسة الميدانية التحليلية المقبلة. باختتام هذا الفصل، نتطلع بشغف إلى الفصل التالي حيث سنقوم بتطبيق المفاهيم والمعرفة التي اكتسبناها على واقع شركة بروكسيما للبيع الإلكتروني، والتحليل العملي لعمليات اللوجستيات التي تنفذها. ونأمل أن يسهم هذا التحليل في تحسين أداء الشركة وتعزيز تنافسيتها في سوق التجارة الإلكترونية.

# الفصل الثاني: دراسة حالة شركة

بروكسيما - برج بو عرييج -

**تمهيد:**

في هذا الفصل قمنا بتقديم دراسة تحليلية شاملة لشركة بروكسيما، مبتدئين بتقديم عام عن الشركة ومكانتها في السوق الجزائري.

تضمنت هذه الدراسة استخدام نموذج SWOT لتقييم نقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات التي تواجهها بروكسيما. بالإضافة إلى ذلك، قمنا بتحليل مزيجها التسويقي (Marketing Mix) من خلال دراسة العناصر الأربعة الأساسية: المنتج، السعر، المكان، والترويج.

كما تناولنا تحليل البنية اللوجيستية لشركة بروكسيما، مع التركيز على نظام SAP وكيفية دمجها في عملياتها اليومية لتحسين الكفاءة وتعزيز القدرة التنافسية. واختتمنا المبحث بتحليل نتائج هذه الدراسات لتقديم رؤية متعمقة وشاملة حول الأداء الاستراتيجي والتشغيلي للشركة ولهذا قسمنا هذا الفصل الى مبحثين :

**المبحث الأول : تقديم عام لشركة بروكسيما.**

**المبحث الثاني : دراسة تحليلية لشركة بروكسيما.**

## المبحث الاول : تقديم شركة بروكسيما

في هذا المبحث، قمنا بتقديم عام عن شركة بروكسيما ومكانتها في السوق. تضمنت بنيتها التنظيمية كما تناولنا أهمية العوامل الأساسية المساهمة في نجاحها من خلال دراسة العمليات اللوجيستية ومنصة التجارة الإلكترونية المتطورة التي تعتمدها بروكسيما، تمكنا من الحصول على رؤية شاملة وفهم بدايتها ودخولها في السوق الجزائري. ولهذا قسمنا هذا المبحث الى:

مطلب 1: التعريف بشركة بروكسيما .

مطلب 2: المنصة الإلكترونية و اللوجيستك لشركة بروكسيما .

مطلب 3:

### المطلب الأول : التعريف بشركة بروكسيما

**1. شركة بروكسيما** هي شركة تجارية تأسست في جانفي 2024، متخصصة في مجال التجارة الإلكترونية تسعى للريادة في السوق الجزائري، وتقدم خدمات التسوق عبر الإنترنت. يقع مقرها الرئيسي في ولاية برج بوغريج.<sup>1</sup>

تهدف بروكسيما إلى توفير تجربة تسوق مريحة وآمنة لزيائها من خلال منصتها الإلكترونية الحديثة . تتميز الشركة بتوفير مجموعة متنوعة من المنتجات عالية الجودة والتي تلبي احتياجات الزبائن المختلفة. بروكسيما تسعى دائماً للابتكار وتطوير خدماتها لتلبية تطلعات الزبائن، تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات مثل الأجهزة المنزلية الكبيرة، الإلكترونيات، ومنتجات العناية الشخصية. تسعى الشركة لتوفير تجربة تسوق مميزة عبر الإنترنت مع خدمات التسليم السريع، وكذلك خيارات الدفع المتعددة .

<sup>1</sup> معلومات مستخرجة اثناء المقابلة من قبل مسير شركة بروكسيما 2024/05/07

## 2. البطاقة التقنية لشركة بروكسيما :

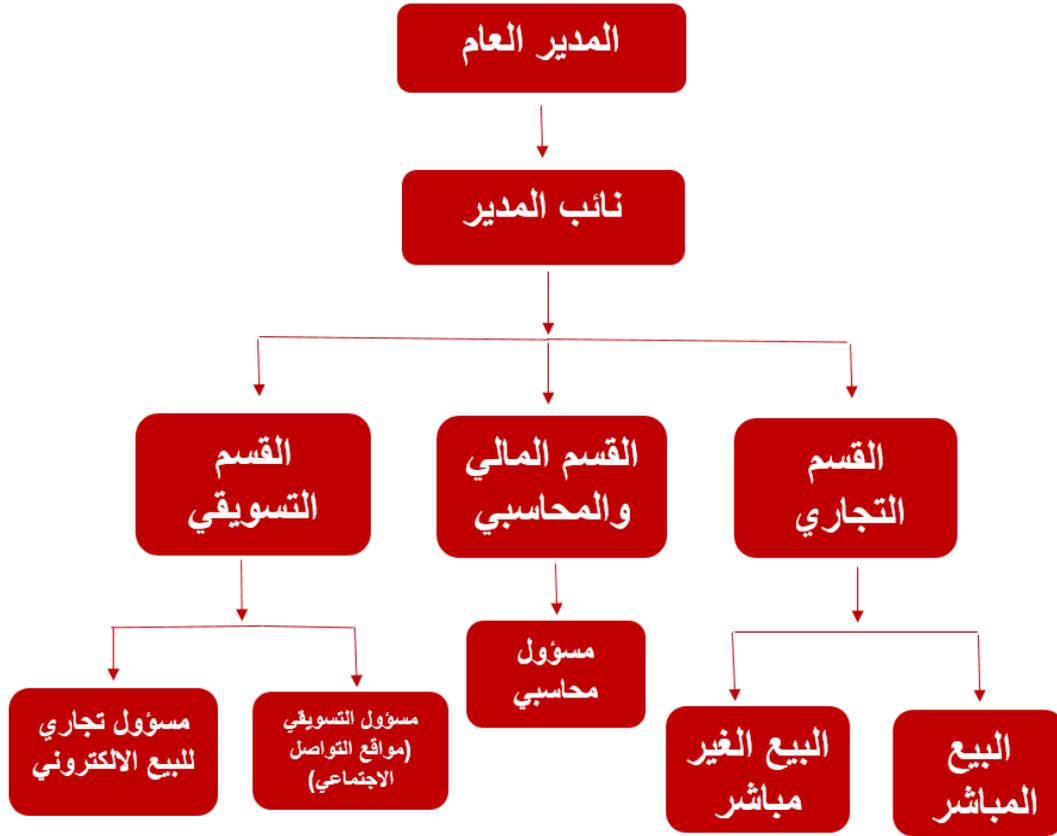
الشكل رقم(4): يوضح البطاقة التقنية لشركة بروكسيما

بروكسيما proxima	الاسم :
جانفي 2024	تاريخ التأسيس :
	الشعار التجاري :
تجارة الكترونية	المجال :
SPA PROXIMA ELECTRONICS Rue HOUARI BOUMEDIENE N° 51 BORDJ BOU ARRERIRIDJ, 34002 Proxima market, Adresse	الموقع :
<a href="https://proxima.market/">https://proxima.market/</a>	الموقع الالكتروني :
3075	رقم الهاتف :
أجهزة كهربائية، إلكترونيات، أدوات المطبخ، منتجات العناية الشخصية، وغيرها	المنتجات :
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تسليم سريع وآمن</li> <li>• خيارات دفع متعددة</li> <li>• ضمان شامل على المنتجات</li> <li>• دعم عملاء مخصص</li> </ul>	الخدمات :
9 مليار دينار جزائري	رقم الأعمال المصرح

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على معلومات مستخرجة اثناء المقابلة

2- الهيكل التنظيمي لشركة بروكسيما : نظرا لان شركة بروكسيما هي شركة حديثة النشأة ولم يكتمل هيكلها التنظيمي بعد. توجب علينا وضع هيكل تنظيمي مبدئي حسب المعلومات المقدمة من خلال المقابلة سنوضح ذلك في الشكل التالي :

الشكل رقم (5): الهيكل التنظيمي لبروكسيما



المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على معلومات مستخرجة اثناء المقابلة

## 1-2 القسم التجاري:

- يشمل هذا القسم المسؤوليات المتعلقة بجميع الأنشطة التجارية لشركة بروكسيما ينقسم على فرعين:
- فرع البيع المباشر: يتولى هذا الفرع التعامل مباشرة مع الزبائن لبيع المنتجات أو الخدمات. يركز على البيع مباشر أو من خلال القنوات المباشرة الأخرى و عبر المنصة الالكترونية الخاصة بشركة بروكسيما
- فرع البيع غير المباشر: يتولى هذا الفرع البيع من خلال الوسطاء أو الشركاء التجاريين مثل الموزعين أو البائعين بالتجزئة المتعاملين مع شركة بروكسيما يهدف إلى توسيع نطاق الوصول إلى الزبائن بطرق غير مباشرة.

## 2-2 القسم المحاسبي:

- مسؤول عن جميع العمليات المالية للشركة، بما في ذلك إعداد الميزانيات، وإدارة الحسابات، وإجراء التحليل المالي، وضمان الامتثال للمعايير المحاسبية لبروكسيما.

## 2-3 القسم التسويقي:

- يتولى هذا القسم وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويق لشركة بروكسيما يحتوي على:
- مسؤول التسويق الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي: مسؤول عن إدارة حضور شركة بروكسيما على منصات التواصل الاجتماعي. يقوم بإنشاء المحتوى، والتفاعل مع الجمهور، وتحليل أداء الحملات الإعلانية على هذه المنصات.
- فرع المسؤول التجاري للبيع الإلكتروني: يركز على إدارة وتطوير عمليات البيع عبر الإنترنت. يتولى تحسين تجربة الزبائن على المنصات الإلكترونية وضمان تحقيق المبيعات عبر القنوات الرقمية الخاصة ببروكسيما.

## المطلب الثاني : التجارة الإلكترونية و اللوجيستك لبروكسيما

في ضوء التطور التكنولوجي والرقمي، أصبحت التجارة الإلكترونية واللوجيستك عنصرين أساسيين في نجاح الأعمال التجارية. يلقي هذا المطلب الضوء على دور التجارة الإلكترونية في شركة بروكسيما وكيف يساهم اللوجيستك في تحقيق الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات للمستهلكين، بالتعاون مع شركة باليدين للتوصيل السريع.

## 1. أهمية التجارة الإلكترونية واللوجيستك

## 1.1 أهمية التجارة الإلكترونية لبروكسيما

- تتيح التجارة الإلكترونية لشركة بروكسيما الوصول إلى جمهور واسع دون قيود جغرافية، مما يزيد من قاعدة عملائها.
- تعزز تجربة المستهلك من خلال توفير خيارات تسوق متنوعة وسهولة في الوصول إلى المنتجات، مما يساهم في زيادة رضا الزبائن وولائهم.
- تقلل التكاليف التشغيلية لبروكسيما من خلال تقليل الحاجة إلى متاجر تقليدية واستبدالها بمنصة إلكترونية فعّالة.

## 2.1 أهمية اللوجستك لبروكسيما

- من خلال مقابلة مع المدير التنفيذي لشركة بروكسيما تم تقديم مجموعة من النقاط التي توضح أهمية ادارة اللوجستك في شركة بروكسيما كالتالي:
- تضمن اللوجيستك إدارة المخزون بشكل فعّال، مما يساعد بروكسيما في تجنب نفاد المخزون وتخفيض تكاليف التخزين.

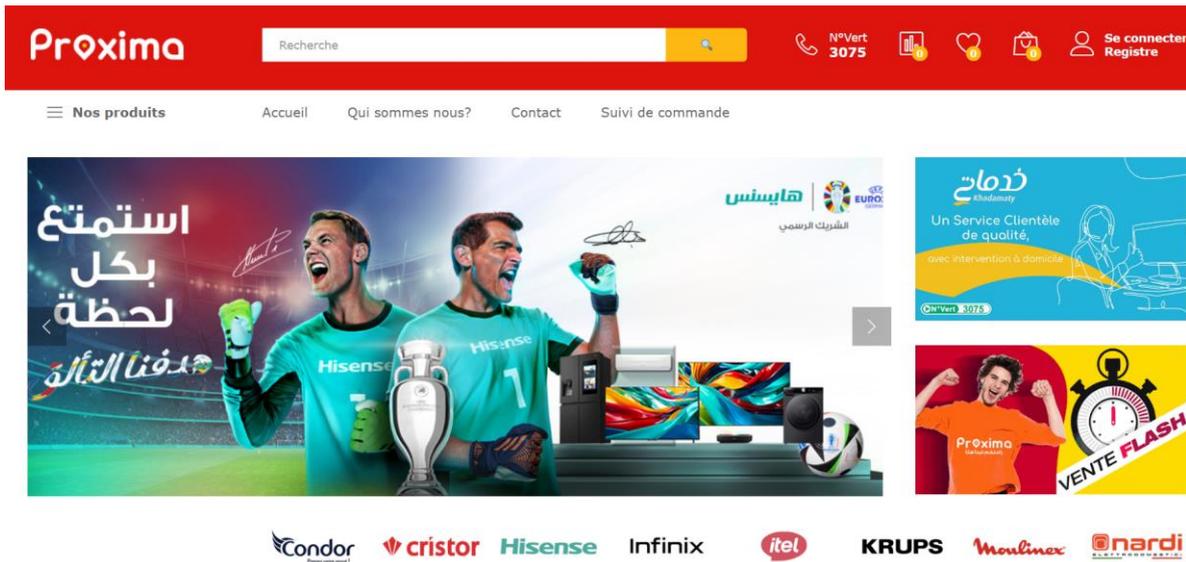
- يلعب دورًا حيويًا في تحسين خدمة الزبائن من خلال ضمان تسليم المنتجات في الوقت المناسب وبجودة عالية، خاصة مع الاعتماد على خدمات ياليدين السريعة.
- تساعد في تحسين كفاءة العمليات وتقليل التكاليف التشغيلية من خلال تخطيط المسارات وتحسين استخدام الموارد.
- شركة بروكسيما هي شركة جزائرية تسعى للريادة في مجال التجارة الإلكترونية، تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات الكهرومنزلية عبر منصتها الإلكترونية.
- تجدر الإشارة الى أنه شركة بروكسيما، بدورها شركة ناشئة في مجال التجارة، تسعى إلى تعزيز قدراتها التنافسية من خلال تحسين البنية التحتية اللوجستية لديها. حاليًا، تعتمد بروكسيما على شراكة مع شركة ياليدين اكسبريس لتلبية احتياجاتها اللوجستية، بما في ذلك التوصيل السريع. ولكن، مع تطلع الشركة إلى المستقبل، تسعى بروكسيما إلى الاستقلال اللوجستي من خلال إنشاء نظام لوجستي خاص بها<sup>1</sup>.

### 1-3 منصة بروكسيما :

• المنصة الإلكترونية : BOUTIQUE EN LIGNE PROXIMA MARKET – Proxima

- تعتمد بروكسيما على منصة إلكترونية متطورة تتيح للعملاء تصفح المنتجات وشراؤها بسهولة، مما يعزز من تجربة التسوق عبر الانترنت كما توفر المنصة معلومات تفصيلية عن المنتجات، خيارات دفع متعددة، ونظام متابعة الطلبات، مما يساهم في تحسين رضا العمال.

الشكل رقم (04): صورة للمنصة الإلكترونية لشركة بروكسيما



المصدر: <https://Proxima.Market/> - Boutique En Ligne Proxima Market - Proxima

<sup>1</sup> معلومات مستخرجة اثناء المقابلة من قبل مسير شركة بروكسيما 2024/05/10

## البنية التحتية اللوجستية:

- تعتمد بروكسيما على بنية تحتية لوجستية متطورة تدعم عمليات التخزين والشحن والتسليم.
- تشمل هذه البنية التحتية مستودعات متطورة وأنظمة إدارة مخزون متقدمة، مما يساهم في تحسين كفاءة العمليات اللوجستية.
- نظام إدارة الموارد (SAP) تعتمد بروكسيما على نظام SAP في جميع عملياتها، مما يساعدها في تحسين الكفاءة التشغيلية وتنسيق العمليات المختلفة.
- يمكن لنظام SAP إدارة جميع جوانب العمليات من إدارة المخزون والمبيعات إلى اللوجستك وخدمة الزبائن.
- يتيح نظام SAP لبروكسيما الحصول على بيانات دقيقة في الوقت الفعلي، مما يساعد في اتخاذ قرارات مستنيرة وتحسين الأداء العام للشركة.

## الشراكة مع شركة ياليدين:

- تتعاون بروكسيما مع شركة ياليدين لتقديم خدمات توصيل سريعة وفعالة، مما يساعد في تعزيز رضا الزبائن وسرعة توصيل الطلبات.
- تساهم ياليدين في تحسين الكفاءة اللوجستية لبروكسيما من خلال توفير خدمات توصيل موثوقة وسريعة تشمل جميع الولايات الجزائرية تقريبًا، مما يعزز قدرة بروكسيما على تلبية احتياجات الزبائن في جميع المناطق.
- تعريف شركة ياليدين: شركة ياليدين **Yalidine** للتوصيل السريع في الجزائر تعد أفضل الشركات الناشطة في هذا المجال، كونها تقدم خدمات ذات احترافية عالية مقارنة مع شركات التوصيل السريع الأخرى. مؤخرًا ازدهرت التجارة الإلكترونية في الجزائر بشكل واسع والكثير من المتاجر الإلكترونية حققت نجاحات كبيرة ومما ساعد في نجاحهم هو وجود شركات التوصيل السريع .
- شركة ياليدين **Yalidine** تعد الخيار الأول لأصحاب المتاجر الإلكترونية نظرا لخدمتها المتميزة في نقل وتوصيل الطرود إلى مختلف الولايات الجزائرية .هي شركة تقدم خدمات التوصيل السريع لجميع الولايات بما في ذلك المدن الصغيرة والقرى ماعدا واليات الجنوب الكبرى تمن ارست، إليزي و تندوف وتتميز عن غيرها بسرعة التوصيل والاحترافية في التعامل مع الزبائن، وتوفر خدمة الدفع عند الاستلام والتي يفضلها جميع الناشطين في مجال التجارة الإلكترونية . لديها مكاتب في 48 ولاية , وذلك لتضمن توصيل المنتجات لجميع المناطق، من

خالل هذه المكاتب يمكن استقبال أو إرسال الطرود . لديها موقع إلكتروني يمكن من خلاله رفع عمليات إرسال الطرود و من ثمة متابعتها باستخدام أرقام التعقب<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : المقابلة (اداة جمع المعلومات)

#### 1. تعريف المقابلة :

المقابلة هي أحد أدوات البحث المهمة التي يمكن من خلالها قياس الاتجاهات وفهم الأسباب الكامنة وراء سلوك معين. تتميز المقابلات بقدرتها على التعمق في التفاصيل الشخصية والاستجابة للمواقف المحددة المراد دراستها، مما يجعلها أداة فعالة لفهم مدى استجابة الأفراد لمواقف معينة او للحصول على المعلومات اللازمة وذلك بطرح مجموعة أسئلة مباشرة أو غير مباشرة .

بعد تنمية الإطار النظري لموضوع الدراسة بالاعتماد على الكتب والدراسات السابقة ومواقع الإنترنت المختلفة، تم الاعتماد على بعض الأدوات الأخرى لغرض جمع المعلومات (الأولية) حول الشركة محل الدراسة.

تمت المقابلة على مستوى شركة بروكسيما، حيث قمنا بإجراء مقابلات مع مجموعة مختارة من الموظفين في الشركة. تم تحديد هؤلاء الموظفين بناءً على دورهم وخبراتهم ذات الصلة بموضوع الدراسة، بناءً على الافتراض بأنهم قادرين على الإجابة على الأسئلة الموجهة لهم وذلك لضبط المعلومات الخاصة بموضوعنا.

#### 2. حدود الدراسة الميدانية :

##### 1.2 الحدود المكانية:

- الموقع: ولاية برج بوعرييج.
- المؤسسة: شركة بروكسيما.

##### 2.2 الحدود الموضوعية:

- الموضوع: دور التجارة الإلكترونية أو المنصات الإلكترونية في تحسين العمليات اللوجستية والتوريد في شركة بروكسيما.
- المتغيرات:
- تأثير تطبيق التجارة الإلكترونية على عمليات اللوجستية داخل الشركة.
- تقييم فاعلية المنصات الإلكترونية والبرامج والتقنيات المستخدمة في الشركة في تسهيل عمليات التوريد وإدارة المخزون.

<sup>1</sup> <https://www.yalidine.com/12/05/2024>

## 3.2 الحدود الزمانية:

- فترة التريص: من 7 ماي 2024 إلى 22 ماي 2024.

## 4.2 الحدود البشرية:

- المشاركون: مدير الشركة، مدير القسم التجاري، وجميع أعضاء فريق بروكسيما.
- طريقة التعامل: إجراء مقابلات ومناقشات مع المشاركين لجمع البيانات والملاحظات حول دور التجارة الإلكترونية في عمليات اللوجستية والتوريد في شركة بروكسيما .

## 3. أسئلة المقابلة :

خلال المقابلة قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة الشاملة و المعمقة على موظفين شركة بروكسيما للوصول الى المعلومات التي تخص دراستنا، تمثلت الأسئلة فيما يلي :

- 1-كيف تم تطبيق وتطوير شركة بروكسيما من فكرة الى تحقيقها الواقع ؟
- 2-ما هو النشاط الرئيسي لشركة بروكسيما ؟
- 3-ما هي الرؤية والأهداف التي تسعى اليها بروكسيما ؟
- 4-ما هو رقم الاعمال الذي حددته شركة بروكسيما كهدف للوصول اليه؟
- 4-ما هي المنتجات الأكثر مبيعاً لدى بروكسيما؟
- 6-فيما تتمثل استراتيجية بروكسيما والاجراءات التي تتبعها لتحقيق اهدافها ؟
- 7-فيما تتمثل الميزة التنافسية التي تقدمها شركة بروكسيما وتميزها عن غيرها في السوق؟
- 8-كم تقدر نسبة الزبائن عبر الإنترنت لبروكسيما ؟
- 9-كيف تتم ادارة الاعمال اللوجيستية في بروكسيما؟
- 10- كيف تتم إدارة المخزون وضمان توافر المنتجات وفقاً للطلب؟
- 11- ما هي الخدمات التي تقدمها بروكسيما وكيف يتم استعراضها لزيائنها وشركائها ؟
- 12-هل لشركة بروكسيما تحالفات وشراكات وكيف يتم الموافقة عليها ؟
- 13-كيف تدير بروكسيما سلسلة توريدها وهل تستخدم احدى التقنيات المتطورة لضمان سرعة وجودة وفعالية العمليات ؟
- 14-هل لشركة بروكسيما لوجيستيك خاص بها ؟
- 15-كيف يتم تسيير منصة بروكسيما الالكترونية؟

## المبحث الثاني : دراسة تحليلية

يُعتبر تحليل SWOT واحدًا من الأدوات الاستراتيجية الرئيسية التي تساعد الشركات على تقييم القدرات والمواقف الداخلية والخارجية لها. في هذا السياق، قام فريقنا بإجراء تحليل SWOT لشركة بروكسيما، مع التركيز على التداخل بين هذا التحليل ونظام المعلومات SAP، والذي يُعد أحد أنظمة المعلومات الإدارية الرائدة عالميًا.

يهدف هذا التحليل إلى فحص القوى والضعف الداخلية لشركة بروكسيما، بالإضافة إلى استكشاف الفرص والتهديدات الخارجية التي تؤثر على أدائها. سنركز أيضًا على كيفية تكامل نظام المعلومات SAP مع عمليات الشركة وكيف يمكن أن يساهم في تحسين الكفاءة وتعزيز التنافسية.

من خلال هذا التحليل، سنقدم نظرة شاملة عن موقع شركة بروكسيما في السوق وكيف يمكنها الاستفادة من قدراتها الداخلية والفرص الخارجية المتاحة، بالإضافة إلى كيفية التعامل مع التحديات والتهديدات المحتملة. سيساعد هذا التحليل في وضع استراتيجيات فعالة تعزز من أداء الشركة وتساهم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية. ولذلك قمنا بتقسيم المبحث كالتالي :

مطلب 1: تحليل SWOT لشركة بروكسيما .

مطلب 2: المزيج التسويقي لشركة بروكسيما.

مطلب 3: نظام SAP

### المطلب الاول : تحليل swot لشركة بروكسيما

#### أولاً: تحليل Swot:

يعتبر تحليل سوات SWOT الرباعي أداة بسيطة للمساعدة في معرفة العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على المؤسسة، كما تعتبر من أكثر أدوات تحليل الأعمال واتخاذ القرار شيوعًا. سيتم من خلال هذا العنصر محاولة من طرف الطالبتين للقيام بتحليل لاهم نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات الخاصة بشركة بروكسيما انطلاقًا من المعلومات المستخرجة خلال المقابلة مع مسؤولي المؤسسة، وذلك من أجل اخذ فكرة عن وضعيتها وفرصها مقارنة بمنافسيها في السوق الجزائري .

**1-نقاط الضعف:**

من الجيد تحديد نقاط الضعف لدى كل مؤسسة من اجل الوقوف عليها ومحاولة تطويرها وتجنبها في اطار الاهداف المسطرة، و من ابرز نقاط الضعف التي تم الوصول اليها من خلال تربصنا في مؤسسة بروكسيما توصلنا الى النقاط التالية.

1.عدم توفر الخدمات اللوجيستية الخاصة بشركة بروكسيما :

عدم امتلاك شركة بروكسيما لخدمات لوجستية خاصة بها واعتمادها على شركة توصيل خارجية (شركة يالدين) يؤثر سلباً على اللوجستيات الخاصة بها بالطرق التالية:

**1-1 قلة التحكم :**

عندما تعتمد بروكسيما على شركة توصيل خارجية، تفقد جزءاً كبيراً من السيطرة على جودة وموعد التوصيل. قد تواجه تأخيرات أو مشاكل في الخدمة دون القدرة على التدخل المباشر لحلها.

**1-2 زيادة التكاليف :**

قد تكون تكلفة الاعتماد على خدمات لوجستية خارجية أعلى بالمقارنة مع تطوير بنية تحتية لوجستية داخلية. تشمل هذه التكاليف رسوم التوصيل وعقود الخدمات الإضافية.

**1-3 محدودية المرونة :**

الشركات الخارجية قد لا تكون قادرة على تلبية احتياجات بروكسيما الخاصة بشكل كامل أو قد لا تكون قادرة على التكيف بسرعة مع تغييرات مفاجئة في الطلب أو متطلبات السوق.

**1-4 التبعية :**

الاعتماد على مزود خارجي يجعل بروكسيما عرضة للمشاكل التي قد يواجهها هذا المزود، مثل إضرابات العمال أو مشكلات في الشبكة اللوجيستية الخاصة به.

**1-5 الجودة و الخدمة :**

مستوى الخدمة المقدمة من شركة التوصيل قد لا يتماشى دائماً مع معايير الجودة التي تسعى بروكسيما للحفاظ عليها، مما يمكن أن يؤثر سلباً على تجربة الزبائن ورضاهم.

**1-6 بيانات الزبائن والمعلومات الحساسة:**

التعامل مع طرف ثالث يتضمن مشاركة معلومات حساسة قد يعرض شركة بروكسيما لمخاطر أمنية أو فقدان السيطرة على بيانات الزبائن.

بالتالي، غياب البنية التحتية والخدمات اللوجستية المخصصة يجعل بروكسيما تعتمد على مزود خارجي، مما يقلل من قدرتها على التحكم في جوانب هامة من سلسلة التوريد والتوصيل، ويؤثر على تكاليفها وكفاءتها التشغيلية وقدرتها على المنافسة في السوق.

#### 7-1 . بعد المخازن على موقع الشركة شركة بروكسيما :

إذا كان المخزن بعيداً عن موقع شركة بروكسيما، فإنه يمكن أن يؤثر سلبيًا على الشركة بالشكل التالي:

##### - تكاليف النقل و التخزين :

قد تزيد تكاليف النقل والتخزين بشكل كبير عندما يكون المخزن بعيداً، مما يؤدي إلى زيادة التكاليف الإجمالية للشركة.

##### - التأخير في التسليم :

قد يتسبب المخزن البعيد في تأخيرات في التسليم نتيجة لمشاكل النقل أو العوائق اللوجستية الأخرى.

##### - ضعف الاستجابة :

يصعب على اشركة بروكسيما الاستجابة بشكل سريع لاحتياجات الزبائن أو التغييرات في الطلب عندما يكون المخزن بعيداً، مما قد يؤثر على مستوى رضا الزبائن.

##### - زيادة مخاطر الفقدان و التلف :

قد يزيد المخزن البعيد من مخاطر التلف أو الفقدان خلال عمليات النقل، مما يؤثر على جودة المنتجات وسمعة الشركة.

#### 8-1 تحديات الإدارة :

يمكن أن تواجه بروكسيما تحديات في إدارة المخزون بشكل فعال وتنظيم العمليات عندما يكون المخزن بعيداً، مما قد يؤثر على كفاءة العمليات الداخلية.

#### 9-1 نقص في التسويق الإلكتروني :

نقص التسويق الإلكتروني يمكن أن يكون عاملاً سلبياً على أداء شركة بروكسيما من الناحية الاقتصادية. فهو يمكن أن يؤدي إلى تقليل الوعي بالعلامة التجارية والمنتجات، وبالتالي يقلل من الطلب عليها ومن الإيرادات. كما أنه يمكن أن يؤدي إلى زيادة تكاليف التسويق التقليدية مثل الإعلانات التلفزيونية أو الطباعة، دون الحصول على العائد المأمول بسبب عدم استهداف الجماهير المناسبة بشكل فعال. هذا يمكن أن ينعكس سلباً على الربحية والنمو المستقبلي للشركة.

**2- نقاط القوة :**

نقاط القوة حسب تحليل سوات يشير الى الجوانب التي تتميز بها المؤسسة دون منافسيها، الامر الذي يمكن استغلاله للحصول على ميزات تنافسية، ومن ابرز النقاط التي يمكن اعتبارها كنقاط قوة في شركة بروكسيما نذكر:

**1-2. خدمة عملاء جيدة وتكنولوجيا متطورة :**

خدمة عملاء جيدة واعتماد على تكنولوجيا متطورة يمكن أن يكون لهما تأثير إيجابي على أداء شركة بروكسيما من الناحية الاقتصادية. فالخدمة الزبائن الجيدة تساهم في جذب الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن الحاليين، مما يزيد من الإيرادات عبر زيادة حجم المبيعات وزيادة التكرارية. بالإضافة إلى ذلك، تقنيات التكنولوجيا المتطورة يمكن أن تزيد من كفاءة العمليات داخل الشركة وتقلل من التكاليف الإدارية والإنتاجية، مما يعزز الربحية ويسهم في تحسين الأداء المالي العام للشركة.

**2-2 . تعاونات استراتيجية: قوة بروكسيما في شراكاتها مع ساب والكوندور :**

أحد نقاط القوة الرئيسية لشركة بروكسيما هو تعاونها مع شركات قوية مثل ساب والكوندور. هذه الشراكات توفر لبروكسيما وصولاً إلى أحدث التقنيات والابتكارات، مما يعزز من قدراتها على تقديم منتجات وخدمات متقدمة ويزيد من رضا الزبائن. كما أن الارتباط بشركات رائدة يعزز من مصداقية بروكسيما في السوق، مما يسهل جذب عملاء جدد وتوسيع قاعدة الزبائن الحالية.

علاوة على ذلك، هذه الشراكات تتيح لبروكسيما توسيع شبكة علاقاتها المهنية والتجارية، مما يفتح أبواباً جديدة للتعاون مع مزيد من الشركات والموردين. التعاون مع شركات كبيرة قد يتضمن أيضاً دعماً مالياً واستراتيجياً، مما يساعد بروكسيما في تنفيذ مشروعات كبيرة وتوسعات استراتيجية دون تحمل كافة الأعباء المالية بمفردها. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه الشراكات في تحسين قدرة بروكسيما التنافسية في السوق من خلال تقديم منتجات وخدمات محسنة ومتنوعة، مما يعزز من قدرتها على التميز أمام المنافسين وجذب المزيد من الزبائن.

**3-2 فريق من الموظفين الموهوبين ذو خبرة :**

استخدام فريق من الموظفين الموهوبين وذوي الخبرة يعتبر استثماراً اقتصادياً فعالاً للشركة. فالموظفون الموهوبون يمتلكون المهارات والقدرات اللازمة لتحقيق الأهداف بكفاءة عالية، مما يقلل من الأخطاء ويزيد من

الإنتاجية. بالإضافة إلى ذلك، فإن خبرة هؤلاء الموظفين تساعدهم على التعامل مع التحديات بفعالية والعمل بذكاء في اتخاذ القرارات الاقتصادية المهمة، مما يسهم في تحسين توجهات الشركة وتحقيق أهدافها بنجاح.

## 2-4 استخدام بروكسيما لأحدث التقنيات SAP :

برنامج إدارة النقل SAP هو جزء أساسي من استراتيجية بروكسيما لتحسين وتطوير عمليات اللوجستيات وإدارة النقل. يعتبر هذا البرنامج جزءًا لا يتجزأ من منصة SAP الشهيرة لتخطيط موارد المؤسسات (ERP)، حيث يوفر مجموعة واسعة من الوظائف والأدوات لتسهيل وتنظيم العمليات اللوجستية داخل الشركة. يهدف استخدام هذا البرنامج في بروكسيما إلى تحقيق الكفاءة والفعالية في إدارة الأسطول واللوجستيات، مما يساهم في تقليل التعقيد وزيادة الإنتاجية. بالإضافة إلى ذلك، يتيح التكامل مع إدارة الأسطول واللوجستيات داخل شبكة الشركة بالكامل إمكانية تعزيز المرونة والاستدامة في سلسلة التوريد، مما يزيد من قدرتها على التكيف مع المتغيرات والتحديات الخارجية والداخلية.

بالتأكيد، بروكسيما كشركة تقنية متقدمة تسعى دائمًا إلى استخدام أحدث التقنيات لإدارة البيانات. SAP بدورها تعتبر من الحلول الرائدة في إدارة الأعمال المؤسسية (ERP) وتقنية المؤسسات الكبيرة. لذا، من المنطقي أن تكون بروكسيما قادرة على تكامل واستخدام نظام SAP مع حلولها لإدارة البيانات بشكل أكثر فعالية وذكاء. يمكن استخدام التكامل بين بروكسيما و SAP للعديد من الأغراض مثل تحليل البيانات الضخمة، وإدارة العمليات التشغيلية، وتحسين الإنتاجية، وتوفير الرؤى الاستراتيجية للشركة. هذا التكامل يسمح بتبادل البيانات بين النظامين بسلاسة، مما يعزز قدرة الشركة على اتخاذ قرارات أفضل مدعومة بالبيانات وتحسين أدائها بشكل عام.

## 2-5. قاعدة عملاء أوفياء :

وجود قاعدة زبائن ودية يُعتبر ميزة قوية لشركة بروكسيما. هذا يعني أن الزبائن يظلون ملتزمين بالشركة ومنتجاتها أو خدماتها على المدى الطويل، مما يسهم في نجاح الشركة واستمرارها في السوق. طبعًا هاته النقاط تم تحصيلها من خلال المزايا التي تقدمها شركة بروكسيما والجودة العالية التي تركز عليها في تقديمها لخدماتها.

## 3- التهديدات :

طبعًا، ما دامت شركة بروكسيما تنشط في سوق التجارة الإلكترونية فهي ليست السبابة لمجال ارضيات التجارة الإلكترونية في الجزائر، مما يعني انها تواجه مجموعة من التحديات يمكن ايجازها فيما يلي:

## 3-1. تواجد وظهور منافسين جدد في السوق :

تواجد وظهور منافسين جدد في السوق يمكن أن يؤثر بشكل كبير على الأداء الاقتصادي لشركة بروكسيما حيث يؤدي دخول منافسين جدد إلى زيادة المنافسة، مما قد يؤدي إلى انخفاض الحصة السوقية للشركة وتقليل قدرتها على تحديد الأسعار. كما قد تضطر بروكسيما إلى زيادة نفقاتها على التسويق وتحسين منتجاتها وخدماتها للحفاظ على تنافسيتها. هذه التهديدات قد تؤدي إلى انخفاض في هامش الربح وزيادة الضغط لتحقيق الابتكار المستمر والتكيف مع متطلبات السوق المتغيرة.

### 3-2 التغيير في السياسة التنظيمية :

التغيرات في السياسات الحكومية والتنظيمات قد تؤثر سلبًا على أعمال شركة بروكسيما، مثل فرض رسوم جمركية جديدة أو تغييرات في قوانين البيئة، على اعتبار أن بروكسيما تسوق لمختلف المنتجات في مختلف المجالات منها ما هو محلي (منتجات كوندور) ومنها ما هو مستورد. كما أن استحالة توفير منتجات معينة يمكن أن يؤثر سلبًا على سمعة المؤسسة الأمر الذي يعتبر تهديدًا حقيقيًا خصوصًا وأن بروكسيما في بدايتها ومن المهم أن تقدم صورة ممتازة لزيائنها.

### 3-3 دعاية سلبية أو تهديد تشويه سمعة العلامة التجارية لشركة بروكسيما :

الدعاية السلبية وتشويه سمعة العلامة التجارية يمكن أن يكون لهما تأثيرات اقتصادية كبيرة وسلبية على أعمال شركة بروكسيما يمكن شرح هذه التأثيرات على النحو التالي:

#### - انخفاض المبيعات:

- الدعاية السلبية تؤدي إلى تراجع ثقة الزبائن في العلامة التجارية، مما قد يؤدي إلى انخفاض حاد في المبيعات. الزبائن المحتملون قد يتجنبون شراء المنتجات أو الخدمات من الشركة بسبب السمعة السيئة.

#### - تراجع الحصة السوقية:

- تشويه سمعة العلامة التجارية يمكن أن يؤدي إلى فقدان الحصة السوقية لصالح المنافسين الذين قد يستفيدون من تراجع سمعة الشركة. هذا يقلل من التواجد التنافسي للشركة في السوق.

#### - زيادة التكاليف الترويجية:

- قد تحتاج الشركة إلى زيادة نفقاتها على حملات الترويج والعلاقات العامة لتحسين صورتها واستعادة ثقة الزبائن، مما يزيد من تكاليف التسويق والإعلان

### 3-4 تحديات في جذب المواهب:

السمعة السيئة يمكن أن تجعل من الصعب جذب الموظفين الموهوبين والاحتفاظ بهم، مما يؤثر على جودة العمل والأداء العام للشركة.

**3-5 زيادة تكاليف الدعم القانوني:**

• في بعض الحالات، قد تحتاج الشركة إلى التعامل مع دعاوى قضائية أو نزاعات قانونية نتيجة للدعاية السلبية، مما يزيد من تكاليف الدعم القانوني ويؤثر على الأرباح.

**3-6 تراجع رضا الزبائن:**

الزبائن الحاليون قد يفقدون الثقة في العلامة التجارية ويعبرون عن استيائهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أو المواقع التقييمية، مما يزيد من انتشار الدعاية السلبية.

**3-7 أثير طويل الأجل على العلامة التجارية:**

• استعادة السمعة بعد تعرضها للتشويه يمكن أن تكون عملية طويلة ومكلفة. الدعاية السلبية يمكن أن تترك تأثيراً طويلاً الأمد على العلامة التجارية، مما يؤثر على جاذبيتها للمستثمرين والشركاء التجاريين والزبائن. باختصار، الدعاية السلبية وتشويه سمعة العلامة التجارية يمكن أن يؤديان إلى انخفاض المبيعات، زيادة التكاليف، تراجع الحصة السوقية، وتأثيرات سلبية على الأداء المالي العام للشركة. من المهم أن تكون لدى الشركة استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمات والحفاظ على سمعتها.

**4- الفرص:**

حسب تحليل سوات الرباعي يمكن اعتبار التهديدات بمثابة فرص إذا ما تم استغلالها ووالاستثمار فيها والتركيز عليها لتصبح فيما بعد بمثابة فرص تقدم للمؤسسة اضافة مهمة مقارنة بمنافسيها. ومن خلال هذا العنصر سنتطرق الى ابرز الفرص التي يمكن ان تستغلها بروكسيما.

**4-1 توسيع نقاط البيع :**

توسيع نقاط البيع هو استراتيجية اقتصادية تهدف إلى زيادة تواجد شركة بروكسيما في السوق وتحسين قدرتها على الوصول إلى الزبائن. هذا التوسع يمكن أن يكون له تأثيرات إيجابية كبيرة على الأداء الاقتصادي للشركة، بما في ذلك زيادة الإيرادات، تحسين الحصة السوقية، وتعزيز رضا الزبائن.

في حالة الارضيات الرقمية يمكن اختصار هذه الجهود والتركيز على التواجد الرقمي ومحاولة الوصول الى اكبر قدر من الزبائن من خلال استراتيجيات تسويقية رقمية تعمل المؤسسة على تطويرها والتركيز عليها من خلال الاهداف الاستراتيجية المسطرة بناءا على تصريحات مدير المؤسسة والمكلف بالتسويق اثناء المقابلة.

**4-2 انشاء ادارة لوجيستيك خاص بشركة بروكسيما :**

إنشاء لوجيستيك خاص بشركة بروكسيما يمكن أن يمثل فرصة استراتيجية كبيرة لتحسين الأداء الاقتصادي وتعزيز التنافسية في السوق. هذا النظام يمكن أن يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية من خلال

تحقيق وفورات الحجم وتحسين الكفاءة، كما يتيح للشركة التحكم بشكل أفضل في جودة النقل والتخزين، مما يقلل من مخاطر التلف أو الفقد.

علاوة على ذلك، يمكن أن يسهم في تحسين رضا الزبائن عبر تسليم أسرع وأكثر دقة وتقديم خدمات مخصصة بشكل أفضل. النظام الخاص يعزز من مرونة الشركة في التكيف مع التغيرات في الطلب أو السوق والاستجابة الفعالة للأزمات. كما يتيح الفرصة للابتكار في العمليات وتطوير منتجات جديدة بمرونة أكبر، مما يمنح بروكسيما ميزة تنافسية فريدة في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، يساعد النظام اللوجستي الخاص على تحسين العلاقات مع الموردين والشركاء التجاريين وتقليل المخاطر المرتبطة بأمان البيانات واستدامة الأعمال. بشكل عام، إنشاء لوجيستك خاص لبروكسيما يعزز من قدرة الشركة على تحقيق نمو مستدام وتحقيق أداء اقتصادي أفضل.

#### 4-3 تنوع مصادر الإيرادات :

تنوع مصادر الإيرادات يعد استراتيجية اقتصادية مهمة تعزز استقرار شركة بروكسيما ونموها. من خلال الحصول على إيرادات من مصادر متعددة بدلاً من الاعتماد على مصدر واحد فقط، يمكن تقليل المخاطر وزيادة فرص النمو والربحية. هذا التنوع يوفر تدفقات نقدية مستمرة وثابتة، مما يعزز من استقرار الشركة المالي ويمكنها من التخطيط بشكل أفضل للمستقبل ومواجهة الأزمات المالية.

علاوة على ذلك، يسهم تنوع الإيرادات في تحسين القدرة التنافسية لشركة بروكسيما عبر الدخول إلى أسواق جديدة وتقديم منتجات أو خدمات جديدة، مما يساعد في الحصول على حصة سوقية أكبر وتوسيع قاعدة الزبائن. كما يعزز من الابتكار، حيث تتيح الإيرادات المتنوعة للشركة استثمار المزيد في البحث والتطوير وتحسين المنتجات والخدمات الحالية.

الإيرادات المتنوعة تمنح شركة بروكسيما مرونة أكبر في مواجهة التغيرات في السوق أو الاقتصاد، مما يمكنها من التحول بسرعة إلى أسواق أو منتجات أكثر ربحية إذا تغيرت الظروف. كما تجعل بروكسيما أكثر جاذبية للشركاء والمستثمرين، حيث يُنظر إليها على أنها أقل عرضة للمخاطر وأكثر استقراراً مالياً. هذا بدوره يفتح فرصاً جديدة للنمو من خلال دخول أسواق جديدة أو تقديم خدمات ومنتجات جديدة، مما يساعد الشركة على التوسع والنمو بشكل مستدام.

بالإضافة إلى ذلك، الشركات التي تحقق إيرادات من مصادر متعددة قد تُعتبر أكثر ابتكاراً وتقديراً للسوق، مما يعزز من سمعتها وصورتها العامة. باختصار، تنوع مصادر الإيرادات يعزز من استقرار الشركة المالي، يقلل من المخاطر، يحسن من قدرتها التنافسية، ويزيد من فرص النمو والابتكار.

ومن هنا نستخلص ان :

تحليل سوات (SWOT) هو أداة شائعة لتحليل العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على المؤسسة، تُستخدم لاتخاذ القرارات الاستراتيجية. في حالة شركة بروكسيما، تم تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات بناءً على مقابلات مع مسؤولي الشركة. تشمل نقاط الضعف الاعتماد على خدمات لوجستية خارجية وبُعد المخازن ونقص التسويق الإلكتروني. أما نقاط القوة فتشمل خدمة عملاء جيدة، وتكنولوجيا متطورة، وتعاونات استراتيجية مع شركات قوية، وفريق موظفين ذوي خبرة. من التهديدات التي تواجهها بروكسيما تواجد منافسين جدد وتغيرات في السياسات التنظيمية. أما الفرص فتشمل توسيع نقاط البيع وإنشاء إدارة لوجستية خاصة وتنويع مصادر الإيرادات.

### المطلب الثاني : المزيج التسويقي لشركة بروكسيما

في ظل تطور التكنولوجيا وتزايد استخدام الإنترنت، أصبحت التجارة الإلكترونية تلعب دورًا مهمًا في عالم الأعمال. تسعى الشركات لاستغلال هذا التطور وتوسيع نطاق عملياتها التجارية من خلال منصات البيع عبر الإنترنت. تعتبر شركة بروكسيما واحدة من الشركات الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية، حيث تسعى جاهدة لتقديم تجربة تسوق فريدة ومميزة لعملائها.

من خلال هذا المطلب، سيتم تحليل المزيج التسويقي لشركة بروكسيما، مع التركيز على كيفية تحقيقها لمزيج مثالي من المنتجات ذو جودة عالية، والأسعار التنافسية، والتوزيع الفعال، والترويج الفعال. سيتم استعراض كل عنصر من هذه العناصر بتفصيل، مع التركيز على كيفية دمجها بشكل متناغم لتحقيق أهداف الشركة التسويقية وتعزيز مكانتها في سوق التجارة الإلكترونية.

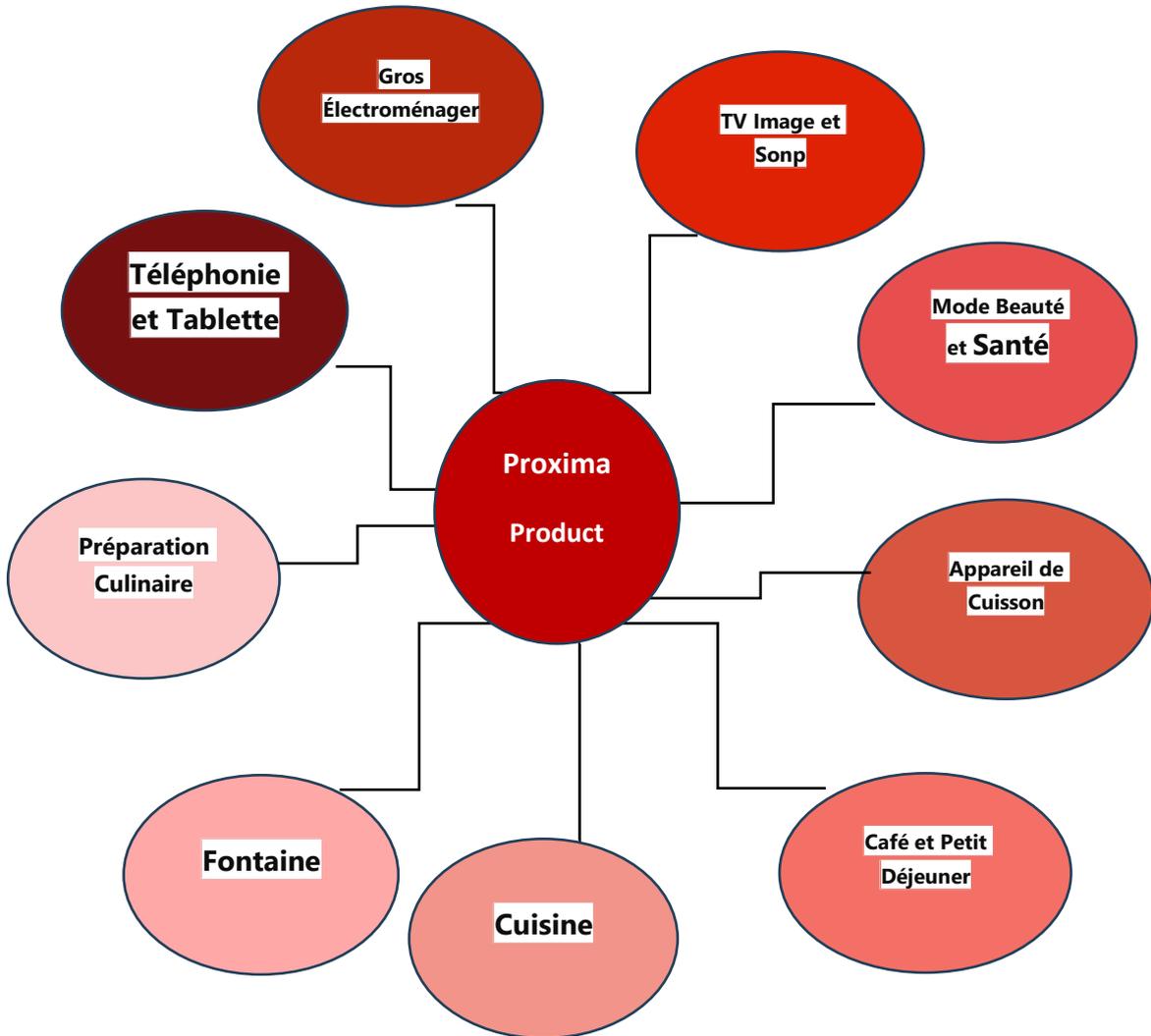
تستهدف هذه الشركة العائلة بمختلف فئاتها العمرية، ليشكلوا جمهورها المستهدف، حيث يتكون المزيج التسويقي لبروكسيما من أربعة عناصر

#### 1 المنتج عند شركة بروكسيما :

تجدر الإشارة هنا الى نقطة مهمة وهي ان المنتج الاساسي الذي تقدمه بروكسيما هو خدمة البيع عن بعد مع خدمة التوصيل لمختلف ربوع الوطن لمختلف المنتجات بداية بالمنتجات الكهرومنزلية كخطوة اولية في خطة المؤسسة لتنتقل فيما بعد الى منتجات اخرى.

تقدم شركة بروكسيما مجموعة واسعة من المنتجات والأجهزة الكهربائية المنزلية، والتي تتمتع بجودة عالية. يشمل مجموعة المنتجات الخاصة بالشركة كل من الأجهزة الكهربائية الكبيرة والصغيرة، مما يلبي احتياجات مختلف الزبائن.

الشكل رقم 6: تشكيلة المنتجات الخاصة بشركة بروكسيما



المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على معلومات مستخرجة اثناء المقابلة

التشكيلة الكاملة في بروكسيما ماركت Proxima Market

1- الأجهزة المنزلية الكبيرة: (Gros Électroménager)

- Machine à Laver (غسالة)
- Lave-Vaisselle (غسالة الصحون)
- Réfrigérateur (ثلاجة)
- Congélateur (فريزر)
- Climatiseur (مكيف هواء)

- Chaudière (غلاية)

- Chauffage (جهاز تدفئة)

- Chauffe-Bain (سخان مياه)

- Cuisinière (موقد)

- Four (فرن)

## 2- الأجهزة الإلكترونية والصوتيات: (TV Image et Son)

- تلفاز ذكي (SmartTV)

- (أجهزة عرض الفيديو) Vidéoprojecteurs

## 3-الصحة والجمال: (Mode Beauté et Santé)

العناية بالمرأة: (Soins Femme)

- (فرشاة مجففة) Brosse Soufflante

- (مكواة لتجعيد الشعر) Fer à Boucler

- (مملس شعر) Lisseur

- (مجفف شعر) Sèche-Cheveux

## 4- أجهزة الطهي: (Appareil de Cuisson)

- (طاجن) Cocotte

- (طبّاخة) Cuiseur

- (قلاية) Friteuse

- (صانع بانيني) Panini

- (صانعة الوافل) Gaufrier (Gaufière)

## 5- القهوة والإفطار: (Café et Petit Déjeuner)

- (كبسولة القهوة) Capsule à Café

- (ماكينة قهوة) Cafetière

- (مطحنة قهوة) Moulin à Café

- (غلاية ماء) Bouilloire

- (محمصة خبز) Grille-Pain

- (عصارة) Centrifugeuse

- (مستخرج عصير) Extracteur de Jus

- (عصارة حمضيات) Presse-Agrumes

6- أدوات المطبخ: (Cuisine)

- (طاجن وأواني الطبخ) Cocotte et Plats de Cuisson

- مجموعة أواني المطبخ: قدور، مقالي طناجر (Batterie de Cuisine Casseroles, Poêles, Faitouts)

(نافورة: نافورة ماء بارد) Fontaine: Fontaine d'Eau Fraîche

7- التحضير للطهي: (Préparation Culinaire)

- (خفاق) Batteur

- (خلاط) Blender

- (فرامة) Hachoir

- (مخففة) Mixeur

- (روبوت متعدد الوظائف) Robot Multifonction

- (عجانة) Robot Pétrin

8- الاتصالات والأجهزة اللوحية: (Téléphonie et Tablette)

- (هاتف نكي) Smartphone

📱 الرؤية والرسالة

تتلخص رسالتها في بيع اجود الاجهزة الكهرومنزلية المتنوعة، تناسب مختلف الفئات، والأعمار.

بينما تسعى من خلال رؤيتها إلى التميز في كل ما تقدمه؛ بما يضمن ولاء الجمهور لها، وتحقيق الريادة

في الأسواق .

شعار " راحتكم تبدأ هنا "

"هنا تبدأ": هذه العبارة توحى بأن شركة بروكسيما هي نقطة البداية للحصول على الراحة، مما قد يشير

إلى بداية رحلة تسوق سهلة ومريحة.

الكلمة الأساسية - "راحتكم": تشير إلى أن شركة بروكسيما تهدف إلى تقديم تجربة مريحة للعملاء. هذا

مهم في التجارة الإلكترونية حيث يسعى الزبائن إلى تجارب تسوق خالية من المتاعب الشعار "هنا تبدأ راحتكم"

هو شعار قوي وفعال يعبر عن رسالة واضحة للعملاء. يركز على الراحة، مما يجعله مناسباً لشركة تجارة

إلكترونية تسعى لتوفير تجربة تسوق سهلة ومريحة. هذه الرسالة يمكن أن تساهم في زيادة رضا الزبائن وثقتهم، وتشجيعهم على البدء في استخدام خدمات الشركة.

### العلامات التجارية :

تُعد شركة بروكسيما إحدى الشركات الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية، حيث تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات لعملائها من خلال منصتها الإلكترونية المبتكرة. تلتزم الشركة بتقديم تجربة تسوق مريحة وآمنة للمستخدمين.

تتعاون شركة بروكسيما مع شركة **SEB** الفرنسية، وهي شركة متخصصة في إنتاج الأجهزة المنزلية الصغيرة. تأسست **SEB** عام 1857 وتتمتع بسمعة طيبة في السوق العالمية بفضل جودة منتجاتها المتميزة. من جهة أخرى، تتعاون بروكسيما مع شركة **Condor** الجزائرية، التي تعد من أبرز الشركات في مجال الإلكترونيات والأجهزة المنزلية في الجزائر يشمل التعاون بين بروكسيما وشركة **SEB** توفير مجموعة واسعة من الأجهزة المنزلية عالية الجودة على منصة بروكسيما، مما يتيح للعملاء الوصول إلى منتجات **SEB** بسهولة. يساهم هذا التعاون في تعزيز مكانة بروكسيما كشركة رائدة في تقديم الأجهزة المنزلية الموثوقة.

أما التعاون مع شركة **Condor** الجزائرية، فيهدف إلى توسيع نطاق المنتجات الإلكترونية المتاحة على منصة بروكسيما، مما يتيح للعملاء الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة التي تقدمها **Condor**. يشمل هذا التعاون توفير الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية، والأجهزة المنزلية الذكية تستفيد شركة بروكسيما من هذه التعاونات بزيادة تنوع منتجاتها وتلبية احتياجات مجموعة أوسع من الزبائن، مما يعزز من حصتها في السوق. بدورها، تستفيد **SEB** و **Condor** من الوصول إلى قاعدة عملاء بروكسيما الواسعة، مما يعزز مبيعاتهم ويزيد من انتشار علاماتهم التجارية في الأسواق المختلفة.

تعد التعاونات بين بروكسيما وشركتي **SEB** و **Condor** مثلاً بارزاً على كيفية تحقيق الشراكات الاستراتيجية النجاح والنمو المشترك. من خلال هذه الشراكات، تواصل بروكسيما التزامها بتقديم أفضل المنتجات والخدمات لعملائها، مما يعزز من تجربة التسوق الإلكتروني ويحقق رضا الزبائن.

## الشكل رقم (5) : العلامات التجارية الشريكة لبروكسيما



المصدر: <https://proxima.market/>

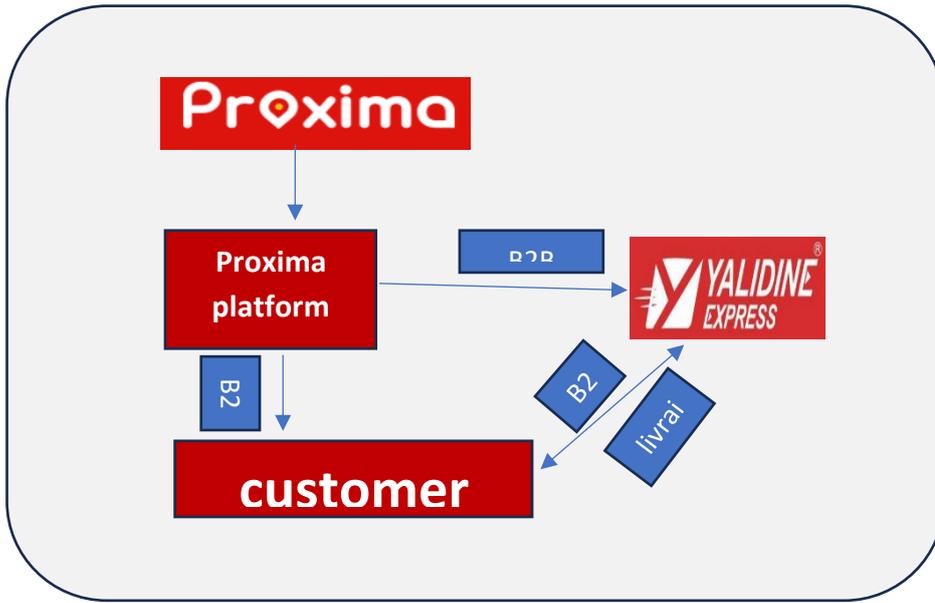
## 2. سياسة التسعير (Price)

تعتمد سياسة التسعير في شركة بروكسيما على العديد من العوامل، بما في ذلك التكلفة الإنتاجية للمنتجات، والأسعار المعروضة من قبل المنافسين في السوق، وتوقعات الطلب والعرض. تتميز منتجات بروكسيما بأنها تقدم جودة عالية بأسعار معقولة ومناسبة لجميع الفئات، مما يجعلها ملائمة لمختلف شرائح الزبائن. تقدم الشركة أيضًا عروضًا ترويجية دورية وخصومات للعملاء، مما يساهم في زيادة جاذبية منتجاتها وجذب المزيد من الزبائن. بالإضافة إلى ذلك، توفر بروكسيما خيارات متنوعة للدفع، بما في ذلك الدفع النقدي عند التسليم وخيارات الدفع الإلكتروني، مما يضمن مرونة أكبر للعملاء في اختيار طريقة الدفع التي تناسبهم أكثر. هذه التوسيعات تسلط الضوء على أهمية سياسة التسعير لدى بروكسيما وكيفية توافقها مع استراتيجيتها التسويقية واستهدافها لزيائنها حيث تقدم منتجات عن بعد بأسعار أقل من المحلات وبتوصيل مجاني في ولاية برج بوغريج.

## 3. سياسة التوزيع (Place)

تعتمد شركة بروكسيما على شراكة مع شركة توصيل تسمى "Yalidine Express" لتوفير خدمات التوصيل السريعة والموثوقة للعملاء. تقدم Yalidine Express خدمة التوصيل للعملاء ليس فقط بعد الشراء ولكن أيضًا أثناء عمليات الشراء، حيث يمكن للعملاء استخدام الرقم الأخضر المجاني 3075 للحصول على المساعدة والدعم أثناء عمليات البيع. يوفر الرقم الأخضر للعملاء وسيلة سهلة للتواصل مع فريق بروكسيما والحصول على المساعدة اللازمة أثناء عمليات البيع والشراء.

الشكل رقم ( 6 ) : سياسة التوزيع الخاصة بشركة بروكسيما



المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على معلومات مقدمة من الشركة

الترويج (Promotion) :

تتبنى استراتيجية الترويج لدى بروكسيما مزيجاً متنوعاً من القنوات التسويقية لزيادة وعي العلامة التجارية وجذب الزبائن المحتملين. تعتمد هذه الاستراتيجية على استخدام الإعلانات التلفزيونية للتواصل مع جمهور واسع، بالإضافة إلى الإعلانات عبر الإنترنت لاستهداف الجمهور الذي يتصفح الويب بشكل يومي. كما تستغل بروكسيما قوة وسائل التواصل الاجتماعي في بناء تفاعل مع الزبائن وتعزيز التفاعل الاجتماعي حول العلامة التجارية.

تنفذ الشركة حملات تسويقية محددة ومستهدفة للمناسبات الخاصة مثل العروض الفصلية والمناسبات الاحتفالية، حيث يتم التركيز على تقديم عروض مغرية وتنافسية لجذب انتباه الزبائن. كما تخطط بروكسيما للتعاون مع مؤثرين وشركاء إعلاميين في المستقبل لتعزيز العلامة التجارية وزيادة وعي الزبائن بمنتجاتها وخدماتها.

يُعتبر هذا المزيج التسويقي جزءاً أساسياً من الجهود التسويقية الشاملة لشركة بروكسيما، حيث يسعى الفريق التسويقي جاهداً لتحقيق أقصى استفادة من كل قناة تسويقية ولضمان تغطية شاملة وفعالة للسوق.

بروكسيما تستخدم جميع انواع الترويج ولذلك سنعطي مثال عن كل نوع كالآتي :

التسويق الالكتروني : اعلانات عبر منصة بروكسيما الالكترونية

تمارس شركة بروكسيما مجموعة من الانشطة التسويقية الالكترونية عبر منصاتها ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي سنحاول الاشارة الى بعض منها في الاشكال التالية:  
الشكل رقم (7): اعلان شركة بروكسيما يتعلق بمناسبة عيد الام



المصدر: الموقع الالكتروني لشركة بروكسيما [proxima.market](http://proxima.market)

الشكل رقم (08): اعلان شركة بروكسيما لتخفيضات لمنتجاتها من NARDI



المصدر: الموقع الالكتروني لشركة بروكسيما

الشكل رقم(9): اعلان ترويجي لشركة بروكسيما مخصص لتجهيزات العرس



المصدر: الموقع الالكتروني لشركة بروكسيما

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الشكل رقم(10): حساب "Proxima Market" على فايسبوك.

facebook



المصدر: <https://www.facebook.com/proximamarketdz/>

تمتلك شركة بروكسيما 10 الاف متابع في حسابها على فايسبوك وهذا يعتبر نجاح لاستراتيجيتها التسويقية باعتبارها شركة ناشئة حديثة .

الشكل رقم (11): الصفحة الرسمية لبروكسيما على انستغرام

Instagram

Log In Sign Up



proximamarketdz

Follow

Message

144 posts

1,161 followers

1 following

Proxima Market

Votre partenaire privilégié pour une expérience d'achat en ligne proche de vos besoins.

Proxima pour votre confort !

www.proxima.market

POSTS

REELS

TAGGED



المصدر: حساب شركة بروكسيما على منصة انستغرام

<https://www.instagram.com/proximamarketdz/>

تمتلك شركة بروكسيما 1161 متابع على حسابها في انستغرام وحقت هذا رقم في مدة شهر وكما انها

نشرت 144 منشور فهذا يدل على نشاطها عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

### المطلب الثالث: نظام SAP

سننظر في هذا المطلب الى تعريف نظام SAP بشكل عام مع التطرق للمجالات التي ينشط فيها والتعرف على خصائصه ومميزاته .

#### 1- تعريف نظام SAP:

SAP هي واحدة من أكبر شركات برمجيات إدارة العمليات التجارية في العالم، تقدم حلولاً تتيح معالجة البيانات بكفاءة وتدفق المعلومات داخل الشركات.

تأسست الشركة في عام 1972 تحت اسم Systemanalyse Programmentwicklung (تطوير برنامج تحليل النظام)، ولاحقاً أصبحت SAP. بدأت كشركة صغيرة مكونة من خمسة أشخاص، ثم نمت لتصبح شركة

متعددة الجنسيات تضم أكثر من 105,000 موظف في جميع أنحاء العالم. يقع مقرها الرئيسي في فالدورف، ألمانيا.

ببرنامجها الأول، SAP R/2 وSAP R/3، وضعت SAP المعيار العالمي لتخطيط موارد المؤسسات (ERP). اليوم، مع SAP S/4HANA، ينتقل تخطيط موارد المؤسسات إلى المستوى التالي باستخدام قوة تقنية الذاكرة الداخلية لمعالجة كميات كبيرة من البيانات ودعم التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي. تربط التطبيقات المتكاملة للبائع جميع مكونات المؤسسة في مجموعة ذكية على منصة رقمية بالكامل، لتحل محل النظام الأساسي السابق القائم على العملية. واليوم، لدى SAP أكثر من 230 مليون مستخدم سحابي، وأكثر من 100 حل يغطي جميع وظائف الأعمال، وأكبر مجموعة من العروض.

### 3- مجالات عمل SAP:

تساعد SAP الشركات والمؤسسات من جميع الأحجام والصناعات على تحسين الربحية والتكيف المستمر والنمو بشكل مستدام.

تقوم الشركة بتطوير حلول برمجية للشركات الصغيرة والمتوسطة. تساعد التطبيقات القياسية وحلول الصناعة والأنظمة الأساسية والتقنيات في تخطيط وتصميم كل عملية تجارية. تجمع حزمة البرامج البيانات وتعالجها على منصة واحدة، من شراء المواد الخام إلى رضا العملاء والإنتاج. يمكن نشر حلول SAP "محليا" في مقر المستخدم أو استخدامها من السحابة، مما يسمح للشركات بتحليل وتصميم سلسلة القيمة بأكملها بشكل فعال. يمكن أيضا استخدام حلول SAP لإنشاء تنبؤات، مثل متى يحتاج الجهاز إلى الإصلاح أو كيف ستتطور الإيرادات في الأشهر الستة المقبلة.

بالإضافة إلى ذلك، تساعد SAP العملاء على ربط البيانات التشغيلية من العمليات التجارية ببيانات الخبرة بناء على العوامل العاطفية، مثل تجربة التسوق وتعليقات العملاء. يتيح ذلك للشركات فهم عملائها بشكل أفضل وتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل.<sup>1</sup>

تغطي حلول SAP مجموعة واسعة من المجالات:

- تخطيط موارد المؤسسات والتمويل
- إدارة علاقات العملاء وتجربة العملاء
- إدارة الشبكة والإنفاق

<sup>1</sup><https://www.sap.com/france/products/scm/transportation-logistics.html#:~:text=L'application%20SAP%20Transportation%20Management,durable%20et%20r%C3%A9siliente%20aux%20risques>

- سلسلة التوريد الرقمية
- الموارد البشرية وإشراك الأفراد
- إدارة الخبرة
- منصة تكنولوجيا الأعمال
- التحول الرقمي
- الشركات الصغيرة والمتوسطة
- حلول الصناعة

#### 4-مميزات SAP:

#### 4-1الثقة على نطاق عالمي :

توفر حلول SAP تجربة محلية ومفتوحة عالميا وتضمن الامتثال للوائح المحلية للبلد من خلال ربط العمليات الرئيسية من البداية إلى النهاية

- محليا: عمليات عالمية ومحلية متكاملة، بهدف تحقيق نتائج مستدامة.
- متوافق: الامتثال التنظيمي للضرائب وإعداد التقارير القانونية والمهام بين الشركات والحكومة.
- في كل مكان: تغطية جغرافية في أكثر من 130 دولة مع أكثر من 1000 نسخة محلية بأكثر من 40 لغة.

#### 4-2 شبكة SAP للأعمال تقود الشفافية والمرونة والاستدامة:

-ربط الأشخاص والعمليات والأنظمة من شركات متعددة لرقمنة المعاملات وإنشاء سلاسل توريد شفافة ومرنة ومستدامة.

- أكبر وأشمل شبكة من الشركات التي تختارها ملايين الشركات حول العالم
- 5.3 تريليون دولار في المعاملات السنوية على شبكة SAP للأعمال
- 190 دولة يتعامل فيها المشترون والموردون على شبكة SAP Business Network
- 746 مليون معاملة B2B تديرها شبكة أعمال SAP على مدار 12 شهرا.

#### 5-خصائص SAP:

- تكامل مع SAP ERP: يتمتع بالقدرة على التكامل بسلاسة مع منصة SAP ERP، مما يسمح بتبادل البيانات بين مختلف الأقسام داخل المؤسسة بشكل فعال.

- 2. إدارة الأسطول واللوجستيات: يوفر البرنامج وظائف متقدمة لإدارة الأسطول وعمليات اللوجستيات، بما في ذلك تخطيط الطرق وتوزيع البضائع وتتبع الشحنات.
- 3. تحسين الكفاءة والتكلفة: يساعد في تحسين كفاءة عمليات النقل وتقليل التكاليف اللوجستية من خلال تحسين تخطيط الطرق واستخدام الموارد بشكل أكثر فعالية.
- 4. تقارير وتحليلات متقدمة: يوفر البرنامج إمكانية إنشاء تقارير مفصلة وتحليلات عن أداء عمليات النقل، مما يساعد في فهم الأداء وتحديد الفرص لتحسين العمليات.
- 5. مرونة وتكامل مع الوسائل الخارجية: يسمح بتكامل مع مزودي خدمات النقل الخارجيين، مما يسهل إدارة الشحنات عبر مجموعة متنوعة من وسائل النقل.
- 6. دعم الامتثال والأمان: يضمن الامتثال للقوانين واللوائح الخاصة بالنقل ويوفر ميزات أمان متقدمة لحماية البيانات والعمليات اللوجستية.

## خلاصة :

يمثل تحليل المزيج التسويقي لشركة بروكسيما مثالا على كيفية دمج التكنولوجيا والابتكار لتحقيق النجاح في عالم التجارة الإلكترونية. من خلال التركيز على تقديم منتجات عالية الجودة، واعتماد سياسة تسعير تنافسية، واستخدام استراتيجيات توزيع فعالة، وتنفيذ حملات ترويجية متنوعة، تسعى بروكسيما لتحقيق التميز في السوق وتلبية احتياجات عملائها بشكل مثالي. هذه الاستراتيجية المتكاملة تعزز مكانة بروكسيما كقائدة في مجال التجارة الإلكترونية، مما يمكنها من تقديم تجربة تسوق استثنائية وجذب ولاء الزبائن.

باستخدام هذا المزيج التسويقي المتكامل، تسعى بروكسيما لتحقيق أهدافها التسويقية وتعزيز مكانتها في سوق التجارة الإلكترونية من خلال تقديم تجربة تسوق فريدة ومميزة لعملائها. استراتيجية بروكسيما تتمحور حول تقديم منتجات ذات جودة عالية بأسعار تنافسية، مع توفير خدمة توصيل سريعة وموثوقة للعملاء، بالإضافة إلى تنفيذ حملات ترويجية محددة لزيادة وعي العلامة التجارية. يمكن تسمية هذه الاستراتيجية "استراتيجية التسويق المتكاملة" أو "الاستراتيجية الشاملة للتسويق الإلكتروني".

# الختامة

باختتام هذه الدراسة، يظهر واضحاً أن فهم تأثير التجارة الإلكترونية على عمليات اللوجستيات وسلاسل التوريد أمر بالغ الأهمية في العصر الرقمي الحالي. من خلال تحليل الحالة لشركة بروكسيما واستخدام برنامج SAP في تسير عملياتها، توضح الدراسة كيف يمكن للشركات الجديدة في هذا المجال الاستفادة من التجارة الإلكترونية لتحسين الأداء وزيادة التنافسية.

يجب أن نفهم أن التجارة الإلكترونية ليست مجرد وسيلة للتسوق، بل هي تأثير عميق يمتد إلى جميع جوانب الأعمال بما في ذلك اللوجستيات وسلاسل التوريد. ومن خلال تبني استراتيجيات تحسين العمليات واستخدام التكنولوجيا المناسبة مثل برنامج SAP، يمكن للشركات الاستفادة بشكل كبير وزيادة فعالية أعمالها وتحقيق النجاح في سوق التجارة الإلكترونية.

ختاماً، يجب على الشركات الاستمرار في مراقبة التطورات في مجال التجارة الإلكترونية والاستفادة من الفرص الجديدة التي تنشأ. ومع التزامها بتطبيق أفضل الممارسات واستخدام التكنولوجيا بنكاء، يمكن للشركات تحقيق النجاح والنمو في هذا السوق المتغير بسرعة.

#### 📌 نتائج الدراسة:

#### 📌 نتائج الجانب النظري:

- من خلال بحثنا تعرفنا على دور التجارة الإلكترونية في تحسين أداء اللوجيستيات بمختلف أنواعها من تخزين نقل توصيل.

- تتطلب التجارة الإلكترونية في الجزائر تغييرات في السياسات الحكومية وتعزيز الأمن الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات اللوجستية .

- تشهد التجارة الإلكترونية في الجزائر نمواً مستمراً، خاصة مع زيادة استخدام الإنترنت.

-واجه التجارة الإلكترونية في الجزائر تحديات عدة مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، وقلة الثقة في التسوق عبر الإنترنت، وضعف النظام التشريعي والقانوني.

-توجد فرص كبيرة لنمو التجارة الإلكترونية في الجزائر مع تحسين البنية التحتية الرقمية وزيادة الوعي والثقة بالتسوق عبر الإنترنت.

-العمليات اللوجستية لها دور حاسم في تحقيق التميز التنافسي للشركات من خلال ضمان تدفق السلع بشكل فعال، تحسين إدارة المخزون، تقليل التكاليف، وتكامل سلاسل الإمداد بشكل أفضل مع استخدام التكنولوجيا الحديثة والاهتمام بالاستدامة.

#### نتائج الدراسة التطبيقية

- من خلال المقابلة في شركة بروكسيما، تبين أن تطبيق حلول التجارة الإلكترونية ومنصتها الإلكترونية أدى إلى تقليص زمن معالجة الطلبات بنسبة كبيرة. كما ساهم في تحسين دقة المخزون وتقليل الفاقد بنسبة كبيرة ترايد رضا الزبائن بشكل ملحوظ بفضل سرعة التسليم وتحسين جودة الخدمة.

-ظهرت النتائج أن استخدام التجارة الإلكترونية ساعد بروكسيما في توسيع قاعدة زبائنها وزيادة مبيعاتها بشكل كبير.

-كشفت الدراسة عن بعض التحديات في عمليات التوصيل، مثل تأخيرات في الشحن لبعض المناطق النائية، مما يتطلب تحسينات في التخطيط اللوجستي

-أظهرت الدراسة أن التجارة الإلكترونية واللوجيستيك مترابطان بشكل وثيق في شركة بروكسيما، وأن تحسين اللوجيستيك يمكن أن يعزز أداء التجارة الإلكترونية بشكل كبير.

-كشفت النتائج عن أهمية التعاون بين بروكسيما وباليدين لتحسين كفاءة العمليات وزيادة رضا العملاء، مما يساهم في تعزيز نجاح الشركة في السوق.

#### النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

بعد كل ما تم استخلاصه منا سبق يمكن الاجابة على فرضيات الدراسة المطروحة في المقدمة كالتالي:

**1- بالنسبة للفرضية الاولى :** تمتلك شركة بروكسيما منصة تجارة الكترونية تحتوي على مختلف المنتجات تنافس الشركات المماثلة في السوق الجزائري.

حقيقة تمتلك شركة بروكسيما منصة تجارة الكترونية تحتوي على مختلف المنتجات التي تمكنها المنافسة في السوق الجزائري وذلك من خلال الاسعار المقترحة والمميزات المتوفرة دون منافسيها في السوق، لكن المنافسة تعتمد على عدة نقاط اهمها الحصة السوقية والسمعة ..الخ، الامر الذي لا يتوفر حاليا لدى شركة بروكسيما كونها مؤسسة جديدة في سوق المنصات الالكترونية في الجزائر مقارنة بمؤسسات JUMIA والتي تعتبر رائدة في الجزائر، وبالتالي لا يمكن قبول الفرضية الاولى بشكل كلي.

2- الفرضية الثانية: تسيير منصة شركة بروكسيما باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. تعتمد مؤسسة بروكسيما على منصة الكترونية تجارية ذات جودة عالية مطورة من قبل مؤسسة كندية حسب تصريح نائب مدير الشركة ، مما يضمن لها اداء تجاري الكتروني عالي من خلال عديد المميزات كتلقي الطلبات وسرعة معالجتها بشكل اني ورقمي ، بالاضافة الى توفير معلومات متعلقة بالزبائن ومؤشرات تفيد في دراسة السوق ومعرفة المنتجات الاكثر طلبا وتوقع سلوكيات الزبائن. وعليه يمكن قبول الفرضية الثانية

3- الفرضية الثالثة: تتم ادارة اللوجيستيك والتوريد في شركة بروكسيما باستخدام تقنيات وبرامج فعالة في مجال سلاسل التوريد.

تعتمد مؤسسة بروكسيما على برنامج نظام ادارة سلسلة التوريد SAP المعروف والذي يتيح لها عدة مميزات وخصائص اهمها متابعة تدفق السلع والمنتجات من قبل الموردين داخل الوطن (منتجات كوندور و ناردي...الخ) بالاصافة الى الموردين من خارج الوطن (منتجات مستوردة علامات عالمية).

بالاضافة الى مميزات اخرى متعلقة بمتابعة الشحن والتخزين وتوقع الاختلالات في عملية التوريد واقتراح الحلول بالاعتماد على خاصية الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة .

هذا وبالاضافة الى اعتماد شركة بروكسيما على مؤسسة شركة مختصة في التوزيع المحلي نحو الزبائن "ياليدين" والتي تعتبر المؤسسة الرائدة في خدمة النقل والتوزيع في الجزائر مما يمكن من تقديم خدمة توزيع محلية في اسرع وقت و بجودة عالية، الامر الذي يتم باستخدام برنامج خاص بشركة يالدين يستخدم من طرف شركة بروكسيما والذي يوفر سرعة استلام وتسليم الطلبات في ظرف قياسي كما يوفر للزبائن خاصية تتبع طلبياتهم والتواصل الدائم مع شركة بروكسيما.

### وعليه يمكن قبول الفرضية الثالثة

تتم ادارة اللوجيستيك في شركة بروكسيما باستخدام تقنيات وبرامج حديثة و فعالة و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

## 4- الفرضية الرئيسية:

من خلال ما سبق من نتائج لدراسة الفرضيات الفرعية يمكن القول بان التجارة الالكترونية في شركة بروكسيما تساهم بشكل فعال وكبير في تطوير وتحسين الخدمات اللوجيستية وخدمات الامداد عن طريق الاستفادة من مميزات التجارة الالكترونية وايجابيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة البرمج والتقنيات الحديثة .

وبالتالي يمكن قبول فرضية الدراسة الرئيسية

## + توصيات:

يمكن اقتراح جملة من التوصيات انطلاقا من دراساتنا :

- الاهتمام بالتجارة الالكترونية بشكل اكبر من قبل الحكومة الجزائرية وتشجيع التوجه نحوها
- محاولة الاستفادة من شركات رائدة في هذا المجال بما يتناسب مع طبيعة الثقافة الجزائرية
- محاولة الاعتماد على شركة توصيل خاصة بالنسبة لشركة بروكسيما مما يفتح لها ابواب كبيرة في السوق

## + آفاق الدراسة:

- يمكن أن يكون هذا البحث جسرا يربط بين بحوث سبقت فأضاف إليها بعض المستجدات، لإثرائها وبعثها من جديد، وبحوث مقبلة كتمهيد لمواضيع يمكنها أن تكون إشكالية الأبحاث الأخرى، نذكر منها:
- تسويق خدمات المنصات الالكترونية في الجزائر
  - التسويق الرقمي ودوره في تحسين التجارة الالكترونية في الجزائر
  - ادارة اللوجيستيك الرقمية ودورها في تشجيع التجارة الالكترونية
  - دور البيانات الضخمة في تنشيط التجارة الالكترونية في الجزائر.

## قائمة المرجع

## المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

أ.قارة إبتسام، مداخلة بعنوان: واقع إدارة اللوجستك في مؤسسة ميناء مستغانم، العدد رقم 15 جوان 2016.  
أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية الجديد في التمويل المصرفي، بدون طبعة، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002.

أليسون كاسيريس غوميز - فرانسيسكو بيزيرا دي ليما جونور، إدارة اللوجستيات في التجارة الإلكترونية: التحديات والفرص **Revista GeSec** ساو باولو، SP، البرازيل **v. 14**، ن. 5.

ثانياً: الرسائل الجامعية

ام النون مسعودي، مراد قاسمي، دور العمليات اللوجيستية في تطوير المنظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مذكرة مقدمة لإستكمال شهادة الماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوغريج، 2021-2022.

بلحاج محمد الأمين، الخدمات اللوجستية ودورها في تمييز المؤسسة، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم علوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2019-2020.  
بوهكة فتيحة، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول، ذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص: مالية، جامعة ابن خلدون- تيارت-، 2015/2016.

قحماز صفاء، التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2014-2015.  
قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها و آفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2012-2013.

ياسر سعد البياتي، أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام السوق الإلكتروني 2011، أطروحة ماجستير في الأعمال الإلكترونية في كلية إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط عمان/الأردن أيار/2011.

ثالثاً: المجلات والملتقيات العلمية

بطاهر بخت، إدارة سلاسل الإمداد الخضراء كتوجه استراتيجي في بلدان آسيا - الصين؛ تيلاند؛ الهند؛ ماليزيا، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 04 - العدد: 07 ديسمبر 2019.

حداد سفيان، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الجزائر 3 العدد الثاني/ جوان 2020.

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية . العدد 16، 28 ماي 2018 .

رابعاً: المداخلات

معلومات مستخرجة اثناء المقابلة من قبل مسير شركة بروكسيما 2024/05/07

### المواقع الإلكترونية

<http://Proxima.market/>

<https://www.sap.com/france/products/scm/transportation->

[logistics.html#:~:text=L'application%20SAP%20Transportation%20Management,durable%20et](https://www.sap.com/france/products/scm/transportation-)

[%20r%C3%A9siliente%20aux%20risques](https://www.sap.com/france/products/scm/transportation-)

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	المخلص
II	الاهداء والشكر
III	قائمة المحتويات
v	قائمة الأشكال
أ-ح	مقدمة
<b>الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة</b>	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية
12	المطلب الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية
12	المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
22	المطلب الثالث: تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر
25	المبحث الثاني: العمليات اللوجيستية والتوريد
26	المطلب الأول: مفهوم العمليات اللوجيستية النشأة والأهمية
41	المطلب الثاني: أنواع العمليات اللوجيستية في سلاسل التوريد
42	المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في العمليات اللوجيستية
50	خلاصة الفصل الأول:
<b>الفصل الثاني: دراسة حالة شركة بروكسيما -برج بوعرييج-</b>	
52	تمهيد
53	المبحث الاول : تقديم شركة بروكسيما
53	المطلب الأول : التعريف بشركة بروكسيما
56	المطلب الثاني : التجارة الالكترونية و اللوجيستيك لبروكسيما
59	المطلب الثالث : المقابلة تعريفها , الحدود الزمنية.....
61	المبحث الثاني : دراسة تحليلية
61	المطلب الاول : تحليل <b>swot</b> لشركة بروكسيما
69	المطلب الثاني : المزيج التسويقي لشركة بروكسيما
78	المطلب الثالث: نظام <b>SAP</b>

82	خلاصة
84	الخاتمة
88	قائمة المرجع
91	فهرس المحتويات
95	الملخص

### الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تقديم مفهوم التجارة الالكترونية عموما ومنصات التجارة الالكترونية في الجزائر على وجه الخصوص، ثم التطرق الى مفهوم ادارة اللوجستيك، من اجل محاولة الربط بينهما من خلال دراسة حالة ميدانية تهدف الى استخراج دور وتأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير وتحسين ادارة اللوجستيك في مؤسسة بروكسيما برج بوعريريج.

بعد اسقاط المفاهيم النظرية على الدراسة الميدانية وتطبيق نموذج SWOT بالاضافة الى تحليل للمزيج التسويقي، خلصت الدراسة أن استخدامات مختلف البرامج والتقنيات اهمها SAP في منصتها الخاصة للبيع الإلكتروني و سلسلة التوريد والعمليات اللوجستيات، ادى الى تحسين كفاءة وجودة الخدمات المقدمة وتجربة مميزة للزبائن.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة الكترونية - سلسلة توريد - شركة بروكسيما - SAP - ادارة لوجيستيك

### **Abstract:**

*This study aims to introduce the concept of E-commerce in general and E-commerce platforms in Algeria in particular. Also, the concept of logistics management through a study field in order understand and explain the relationship case study to extract the role and impact ICT on the development and improvement of logistics management in Proxima's company in Borg Bou Arreridj*

*After projecting the theoretical concepts on Proxima company and applying Swot model and analyzing its 4ps. It shows that the using of different programs (SAP) in the E-sales platform and supply chain conduct to improve service quality and special experience for clients.*

**Key word:** E-commerce – supply chain – Proxima company -SAP – logistic management