



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، تجارية، وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

من إعداد الطلبة: - برنجي أيوب

- جلولي خليل

بعنوان:

مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد

- دراسة حالة شركة "AMAZON" -

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	محاضر -أ-	د.مقراني عبد الهادي
مشرفا	محاضر -ب-	د.زعيتير فاتح
مناقشا	محاضر -أ-	د.نمديل وحيد

السنة الجامعية: 2024-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## قال الله تعالى

﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ  
وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ  
أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى  
الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ  
وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا  
عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴾

# شكر و عرفان

قال الله تعالى: ﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

الآية 07 من سورة إبراهيم

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله رب العالمين الذي وفقنا على

إنهاء هذا البحث العلمي، أما بعد:

وإيماناً بمبدأ أنه لا يشكر الله من لا يشكر الناس، فإننا

نتوجه بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور "إعترفات" الذي

كان سنداً ومرافقاً لنا طيلة مشوارنا الجامعي، والذي ساعدنا كثيراً

في مسيرتنا لإنجاز وكتابة هذا العمل، كما نتوجه بالشكر

للجنة المهقرة لقبولها مناقشة هذا العمل.

كما نشكر أساتذة وإدارة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير لمرافقتهم لنا طيلة المشوار الجامعي.

# الإهداء

تبارك الذي أهدانا نعمة العقل وأنار سبيلنا بنور العلم ومهد لنا

طريق النجاح

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أئمة ما أملك وما لدي في الجهود أطال

الله في عمرهما "أمي وأبي"

كما أهديه إلى إخواني وإلى كل من ساعدني في مشوارتي الدراسي

✧ برنجي أيوب ✧

## الإهداء

أحمد الله تعالى على توفيقه وإعنتي طيلة مشهاري الدراسي من بدايته إلى نهايته. فالحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه والصلاة والسلام على حبيبنا وسيدنا محمد صلى الله عليه وسلم أما بعد:

أهدي تخذي ونجاحي إلى نبع الحنان ومصدر السعادة... إلى من كانت دائماً إلى جانبي.. "أمي العزيزة"

إلى من كان سندي... إلى من كان معلمي في هذه الحياة إلى مصدر قهوتي "أبي"

إلى إخوتي الأعمام... وفقهم الله في حياتهم:

- أخي الكبير "شريف" وزوجته "كريمة" وأبنائهما "وسيم" و"جيهان" -

- أخي بلال وأخي التهام "باسم" -

إلى كل من دعا لي بالتوفيق والنجاح

## الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الامداد والتعرف على العلاقة القائمة بين المتغيرين، وذلك من خلال دراسة حالة لشركة **Amazon** باعتبارها من الشركات الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية والتي حظيت بنسبة كبيرة من التعامل من طرف مختلف الأطراف.

وتم التطرق إلى مختلف الاحصائيات الخاصة بالشركة محل الدراسة ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية وسلاسل الامداد وعمليات الامداد الإلكتروني، وقد توصلت الدراسة إلى أن شركة **Amazon** هي شركة رائدة في مجال التجارة الإلكترونية، وتقوم برقمنة سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها، كما تم التوصل إلى أن التجارة الإلكترونية لشركة **Amazon** أثرت بشكل إيجابي على سلال الامداد الخاصة بنشاطها ودمج التقنيات والوسائل الإلكترونية، هذا ما جعلها أكثر تطورا واستخداما للتكنولوجيا المتطورة والتقنيات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: تجارة الكترونية، سلاسل امداد، امداد تجاري الكتروني.

## Abstract:

This study aims to identify the role of e-commerce in improving supply chains and to identify the relationship that exists between the two variables, through a case study of Amazon, as it is one of the leading companies in the field of e-commerce, which has enjoyed a large percentage of dealings by various parties.

The Various statistics of the company under study related to e-commerce, supply chains, and e-supply operations were discussed. The study concluded that Amazon is a leading company in the field of e-commerce, and is digitizing the supply chains of its activity. It was also concluded that Amazon's e-commerce It had a positive impact on the supply baskets of its activity and the integration of electronic technologies and means, which made it more developed and used of advanced technology and modern technologies.

**Keywords: Electronic commerce, supply chains, Electronic commercial supply.**

## قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسمة آية قرآنية شكر وعرهان الاهداء الملخص
I	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
V	قائمة المختصرات
أ-هـ	مقدمة
الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد
08	المطلب الأول: مضمون التجارة الالكترونية
18	المطلب الثاني: مضمون سلاسل الامداد
25	المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني
29	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
29	المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية
32	المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية
36	المطلب الثالث: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

43	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاطار التطبيقي للدراسة	
45	تمهيد
46	المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة
46	المطلب الأول: التعريف بشركة Amazon
49	المطلب الثاني: نشأة وتطور شركة Amazon
50	المطلب الثالث: خدمات ومنتجات شركة Amazon
54	المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة التطبيقية
54	المطلب الأول: تقييم الأداء التجاري لشركة Amazon
66	المطلب الثاني: تحليل سلاسل امداد لشركة Amazon
71	المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني لشركة Amazon
82	خلاصة الفصل
84	خاتمة
88	قائمة المصادر المراجع
93	فهرس المحتويات

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
31	المقارنة بين الدراسة الحالية والرسائل الجامعية باللغة العربية	01
34	المقارنة بين الدراسة الحالية والمقالات العلمية باللغة العربية	02
39	المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة باللغة الأجنبية	03
47	بطاقة فنية حول شركة Amazon	04
48	بطاقة فنية حول معايير نشاط شركة Amazon	05
52	خدمات ومنتجات شركة Amazon	06
52	المميزات والتفضيلات التي تقدمها شركة Amazon	07
54	التقييم السنوي لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى بداية 2024	08
55	العدد السنوي لموظفي شركة Amazon للفترة: من 2020 إلى 2023	09
56	تطور جملة من التغيرات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023	10
57	إيرادات المبيعات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى غاية 2023	11
59	الإيرادات من شركة Amazon من خدمات الويب للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023	12
61	رقم أعمال Amazon مقارنة بالشركات العالمية	13
62	توزيع إيرادات مبيعات Amazon حسب القطاع للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023	14
63	نسبة البائعين فيما يتعلق بالفئات ومنتجات شركة Amazon لسنة 2023	15
64	صافي مبيعات Amazon السنوية في أسواق رائدة مختارة للفترة الممتدة من 2019 إلى 2022	16
86	النتائج حسب الفرضيات	17

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
ج	نموذج الدراسة	01
22	مكونات سلسلة الامداد	02
55	التقييم السنوي لشركة Amazon 2024-2020	03
56	العدد السنوي لموظفي شركة Amazon	04
58	إيرادات المبيعات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى غاية 2023	05
60	الإيرادات من شركة Amazon من خدمات الويب للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023	06
65	صافي مبيعات Amazon السنوية في أسواق رائدة مختارة من 2019 إلى 2022	07
61	مراكز التنفيذ لشركة Amazon	08
72	الروبوتات الذكية في مستودعات Amazon	09
78	كيفية عمل شركة Amazon بنظام Alexa	10

## قائمة المختصرات

باللغة العربية	باللغة الأجنبية	المختصر
الشبكة العنكبوتية العالمية	World Wide Web	WWW
وحدة أعمال مع وحدة أعمال	Busines to Busines	B2B
وحدة أعمال مع المستهلك	Busines to Consumer	B2C
مستهلك مع مستهلك	Consumer to Consumer	C2C
الحكومة مع المستهلك	Government to Consumer	G2C
الحكومة مع الأعمال	Government to Busines	G2B
إدارة سلاسل الامداد	Supply Chain management	SCM
إدارة سلاسل الامداد الالكترونية	Electronic Supply Chain management	E-SCM
خدمات الحوسبة السحابية	Amazon Web Services	AWS
شركة الخدمات الطرود المتحدة	United Parcel Service	UPS
شركة فيدرال إكسبريس كوربوريشن	Federal Express Corporation	FedEX
برنامج تحقيق الطلبات من قبل أمازون	Fulfillment by Amazon	FBA
شركات صغيرة ومتوسطة	Small and Medium Businesses	SMB

---

---

# مقدمة

---

---

في ظل التحولات الرقمية السريعة والتقدم التكنولوجي الذي يشهده العصر الحالي، تظهر التجارة الإلكترونية كمحور من المحاور الأساسية للنشاط التجاري على المستوى العالمي، وتعد من الوسائل التي غيرت كيفية التفاعل مع السوق وإجراء الصفقات التجارية، حيث تمثل شبكة الأنترنت الواجهة الرئيسية لهذا النوع من التبادل التجاري، بفضل التجارة الإلكترونية، أصبحت الشركات سواء كانت كبيرة أو صغيرة، قادرة على الوصول إلى جمهور عالمي بكل سهولة، وتقديم منتجاتها وخدماتها عبر الحدود الجغرافية بشكل مباشر، تمثل هذه الظاهرة تحولاً في عالم الأعمال بحيث تعزز التجارة الإلكترونية الابتكار والتنافسية بين المؤسسات، وتفتح الآفاق الجديدة للتجارة والنمو الاقتصادي، كما تعتبر مختلف العمليات التجارية التي تتم عبر الأنترنت فرصة للأفراد والمشاريع الصغيرة للوصول إلى السوق العالمي، وتعزيز تواجدهم في الساحة العالمية وتحقيق النجاح.

وإن من أكثر المجالات التي استفادت بشكل كبير من هذا التطور هي سلاسل الإمداد، فتكامل التكنولوجيا الرقمية في عمليات إدارة السلسلة اللوجستية يعتبر من العوامل الأساسية في تحقيق الكفاءة والتنافسية في السوق العالمية، وهنا يأتي دور التجارة الإلكترونية لتحسين وتعزيز أداء سلاسل الإمداد، حيث تعد سلاسل الإمداد أحد العوامل الحيوية لنجاح أي عمل تجاري، تمثل هذه الشبكة المترابطة من الشركات والموردين والمصنعين والموزعين والتجار نظام متكامل يهدف إلى توفير المواد والخدمات بكفاءة وفعالية من أجل تلبية احتياجات العملاء، كما تعتبر سلاسل الإمداد مسؤولة عن تيسير تدفق المواد والمنتجات من نقطة الأصل إلى نقاط الاستهلاك النهائية، مما يعزز التواصل والتعاون بين الجهات المختلفة في العملية التجارية، ومن خلال تحسين سلاسل الإمداد يمكن للشركات تحقيق ميزة تنافسية، وتحسين جودة المنتجات، وتقليل التكاليف، وتلبية توقعات العملاء بشكل أفضل.

تعتبر شركة "Amazon" من بين الرواد في مجال التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي، وتتميز بنماذج عمل مبتكرة واستراتيجيات تسويقية متطورة، مما جعلها نموذجاً يحتذى به في عالم التجارة الإلكترونية ومع ذلك تواجه الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تحديات عديدة في تحسين سلاسل الإمداد الخاصة بها، وهذا ينطبق بشكل خاص على Amazon، فعلى الرغم من الإيجابيات الواضحة التي يمكن أن توفرها التكنولوجيا الرقمية، إلا أن هناك تحديات متعددة تواجه عمليات السلسلة اللوجستية في هذه الشركة.

وتركز هذه الدراسة على كيفية مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد في شركة Amazon وتحليل كيفية استخدام شركة Amazon للتكنولوجيا والابتكار في تحسين عمليات سلاسل الإمداد الخاصة بها.

## أولاً: اشكالية الدراسة

من خلال التعرف على أهمية التجارة الالكترونية على مستوى التبادلات التجارية من جهة، ومن حيث أهمية دراسة وتحليل سلاسل الامداد من جهة أخرى، يمكن طرح السؤال الرئيسي التالي:

**ما مدى مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد في شركة Amazon؟**

وتندرج تحت هذه الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي مستويات التجارة الالكترونية لشركة Amazon ؟
- ما هي طبيعة عمل سلاسل الامداد الخاصة بشركة Amazon ؟
- هل توجد علاقة بين ممارسة التجارة الإلكترونية لشركة Amazon وسلاسل الامداد الخاصة بنشاطها؟

## ثانياً: فرضيات الدراسة

للإجابة عن الأسئلة المطروحة السابقة ومن ثم الإجابة على اشكالية الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية:

**1-الفرضية الرئيسية:** تساهم التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد في شركة Amazon من خلال توظيف قواعد البيانات والاعتماد على التقنيات الرقمية والالكترونية في تنظيم أنشطتها.

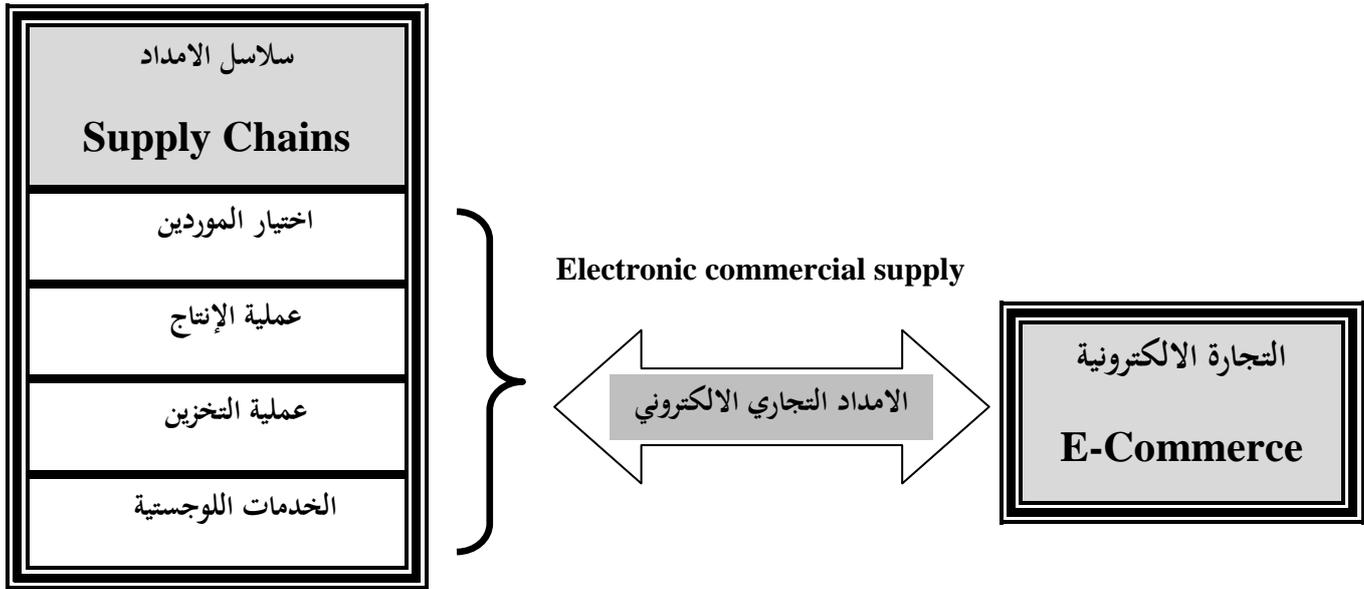
**2-الفرضيات الفرعية:**

- تمارس شركة Amazon التجارة الالكترونية عند مستويات جيدة.
- تطبق شركة Amazon استراتيجيات خاصة بسلاسل الامداد لنشاطها التجاري.
- توجد علاقة تأثير بين التجارة الإلكترونية الخاصة بشركة Amazon على سلاسل الامداد الخاصة بها من خلال الامداد التجاري الالكتروني.

## ثالثاً: نموذج الدراسة

إن هذه الدراسة تهدف في مضمونها إلى البحث عن كيفية مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد، وذلك من خلال مساهمة تطبيقات التجارة الالكترونية في أنظمة سلاسل الامداد وجعله إمداد تجاري الكتروني. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الموالي:

## الشكل (1): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على الدراسات السابقة

من خلال الشكل يلاحظ بأن الدراسة تحتوي على متغيرين رئيسيين هما: المتغير المستقل (التجارة الالكترونية) والمتغير التابع (سلاسل الامداد)، يمكن شرح نموذج الدراسة انطلاقاً من علاقة التجارة الالكترونية بأبعاد المتغير التابع وهي: اختيار الموردين، عملية الإنتاج، عملية التخزين، الخدمات اللوجستية. مما ينتج عنه علاقة تأثير تتمثل في الامداد التجاري الالكتروني.

رابعاً: أهمية الدراسة

تظهر أهمية الدراسة من الموضوع المدروس بحد ذاته، فدراسة مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد تعد من المواضيع الحديثة والتي لها أهمية كبيرة في عالم الأعمال اليوم، خاصة مع تزايد التطورات التكنولوجية وتغير سلوكيات العملاء، أصبحت الشركات تعتمد بشكل متزايد على التجارة الإلكترونية لتحسين عملياتها وتعزيز تجارب العملاء

خامساً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، يمكن ذكر أهمها:

- معرفة درجة مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد في شركة Amazon؛

- التعرف على ماهية التجارة الإلكترونية؛

- التعرف على سلاسل الامداد؛

- التعرف على تقنيات التجارة الإلكترونية في تحسين سلال الإمداد؛

- إبراز أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في تحسين سلاسل الإمداد.

## سادسا: أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب لاختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي وما هو موضوعي نوجزها فيما يلي:

### 1- الأسباب الذاتية:

من بين الأسباب الذاتية نذكر ما يلي:

- من بين أسباب اختيار هذا الموضوع هي أنه يندرج ضمن التخصص؛

- الميولات الشخصية والرغبة في دراسة المواضيع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وسلاسل الإمداد.

### 2- الأسباب الموضوعية

من بين الأسباب الموضوعية نذكر ما يلي:

- نقص الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التجارة الإلكترونية وسلاسل الإمداد؛

- السعي في توضيح مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد.

### سابعا: حدود الدراسة

للإجابة على إشكالية الموضوع والتوصل إلى نتائج دقيقة، حصرت الدراسة ضمن حدود المفاهيم المعتمدة والإطار الزمني والمكاني وذلك على النحو الآتي:

1. الحدود المكانية: يعتمد موضوع الدراسة في دراسته التطبيقية على دراسة حالة لشركة Amazon.

2. الحدود الزمنية: تمتد الحدود الزمنية للدراسة إلى الفترة الممتدة من سنة 2019 إلى بداية 2024.

3. الحدود الموضوعية: يحاول البحث في هذا الموضوع الامام بمختلف الجوانب والعناصر والمفاهيم ذات الصلة بكل من التجارة الإلكترونية وعلاقتها وتأثيرها على سلاسل الامداد لتحسين أداء هذا الأخير في ظل الامداد التجاري الالكتروني.

## ثامنا: منهج الدراسة وأدوات البحث

1. منهج الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة أو نفي الفرضيات تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لعرض المفاهيم والمعلومات الخاصة بمجال البحث، والاعتماد أيضا على المنهج التحليلي في الجزء التطبيقي وأسلوب دراسة حالة.

2. أدوات الدراسة: استخدام الاحصائيات والتقارير الخاصة بالشركة محل الدراسة لتحليلها في الجزء التطبيقي لهذه الدراسة.

## تاسعا: صعوبات الدراسة

- قلة الاحصائيات الخاصة بالمؤسسات التجارية الالكترونية المختلفة؛
- صعوبة الحصول على الاحصائيات الكاملة والشاملة الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة.

## عاشرا: تقسيمات الدراسة

للإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم هذه الدراسة إلى جانبين، جانب نظري وجانب تطبيقي بالإضافة إلى كل من المقدمة والخاتمة.

الجانب النظري تضمن الاطار النظري للدراسة وذلك من خلال تقسيمه الى مبحثين، المبحث الأول تضمن الجانب النظري الخاص بمتغيرات الدراسة ( التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد)، أما المبحث الثاني فتضمن الدراسات السابقة والتي تنوعت بين الرسائل العلمية باللغة العربية، والمقالات العلمية باللغة العربية، وأيضا الدراسات السابقة باللغة الأجنبية. أما في الفصل الثاني فتم تخصيصه للاطار التطبيقي للدراسة والذي تناول مبحثين، مبحث تضمن التعريف بالمؤسسة التجارية الالكترونية محل الدراسة " Amazon " وما يتبعها من عناصر تشرح نشاط هذه الشركة. أما المبحث الثاني فقد تناول تحليل معطيات الدراسة وذلك بالاعتماد على إحصائيات ومؤشرات تتعلق بكل من التجارة الالكترونية وعناصر سلاسل الامداد الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة " Amazon ". بالإضافة إلى التطرق لتأثير التجارة الالكترونية على سلاسل الامداد لشركة "Amazon".

كما تم في النهاية إعداد خاتمة للدراسة التي تضمنت نتائج الدراسة مع مناقشة واختبار فرضيات الدراسة، متبوعة في الأخير بمجموعة من التوصيات مع صياغة آفاق للدراسة.

---

---

## الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

---

---

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية، سلاسل الامداد

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

---

---

### تمهيد الفصل

ظهرت التجارة الإلكترونية كواحدة من أبرز التحولات في مجال الأعمال بحيث شهدت نمواً متسارعاً، مع زيادة حجم الإنتاج والتسويق والمبيعات. زادت الحاجة إلى فتح أسواق جديدة، وأصبحت التجارة محور اهتمام عالمي، خصوصاً بالنسبة للشركات العالمية الكبرى التي وجدت فيها فرصاً جديدة للتوسع الدولي وتجاوز حدود الزمان والمكان.

وأصبح من الضروري على المؤسسات التي ترغب في البقاء والازدهار في عالم يسوده المنافسة ويقوده التكنولوجيا أن تتبع هذا النمط الجديد من التجارة. وذلك من خلال استغلال التقنيات الحديثة للاتصال في تطوير استراتيجيات سلاسل الإمداد الخاصة بها، والتي يجب أن تكون مجهزة بوسائل وأساليب وديناميكيات حديثة تتوافق مع طبيعة التجارة الإلكترونية.

وسيتم التطرق في هذا الفصل للإطار النظري الخاص بمتغيرات الدراسة ( التجارة الإلكترونية وسلاسل الإمداد)، بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي تناولت أحد متغيرات الدراسة أو المتغيرين معاً.

### المبحث الأول: التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد

سيتم التطرق في هذا المبحث لكل من التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد ثم التطرق للإمداد التجاري الالكتروني الذي يعالج علاقة التأثير القائمة بين التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد.

### المطلب الأول: مضمون التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية من المواضيع المهمة التي تناولها الباحثين نظرا لتأثيرها على العديد من المجالات، ولخصائصها التي جعلت من الأعمال أكثر سهولة باستخدام الوسائل والوسائط الالكترونية، وسيتم التطرق في هذا المطلب إلى التجارة الالكترونية بصفة عامة مع توضيح العناصر ذات الصلة.

### أولا مفهوم التجارة الالكترونية

يتضمن مفهوم التجارة الالكترونية شقين، الشق الأول وهو التجارة Commerce والذي يعبر عن مختلف الأنشطة التجارية والاقتصادية، والشق الثاني يتمثل في مصطلح Electronic والمقصود به القيام بأداء النشاط التجاري بالطريقة الالكترونية أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات. ولقد تعددت التعاريف حول التجارة الالكترونية، ويمكن ذكر أهم التعاريف كما يلي:

تعرف التجارة الالكترونية على أنها: " مجموعة الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الحاسوب." <sup>1</sup> وأنها " كافة أشكال التعاملات التجارية التي تتم الكترونيا عبر شبكات الاتصالات." <sup>2</sup>

ولقد عرفتها منظمة التجارة العالمية على أنها: " مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية." <sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد نور صالح الجدايه وآخرون، التجارة الالكترونية، ط2، دار الحماد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص24.

<sup>2</sup> خالد سعد زغلول حلمي، التجارة الالكترونية الأثار الاقتصادية والحماية القانونية، مجلة الكويت الاقتصادية، العدد 17، 2018، ص14.

<sup>3</sup> عبود زرقين وآخرون، تعزيز دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصادات العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010، ص136.

كما عرفتها وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية على أنها " التجارة التي تشمل جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات، العلاقات بين المؤسسات والادارات والمبادلات بين المؤسسات و المستهلكين." <sup>1</sup>

أما الاتحاد الأوروبي فقد عرف التجارة الالكترونية بأنها " كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أم بين كل منهما من جهة و بين الادارات الحكومية من جهة أخرى." <sup>2</sup>

ولقد عرفها المشرع الجزائري في المادة السادسة من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنها: " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية." <sup>3</sup>

كما يمكن تعريفها على أنها: " إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت بما يتضمن الفعالية والسرعة في الأداء وتشير إلى الأعمال التجارية الإلكترونية بمعنى أوسع من مجرد البيع والشراء عبر الإنترنت." <sup>4</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج العناصر التي تدخل في المفهوم الشامل للتجارة الالكترونية:

- التجارة الالكترونية بأنها المعاملات التجارية التي تتم بين مجموعة من الأطراف؛
- تعتمد التجارة الالكترونية على نقل البيانات الرقمية ومعالجتها؛
- التجارة الالكترونية عبارة عن تكامل وسائل الاتصال وادارة البيانات والامكانيات الأمنية؛
- التجارة الالكترونية تسهل تبادل المعلومات المتعلقة بعمليات بيع السلع و الخدمات.

<sup>1</sup> طرشي محمد وآخرون، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول ،مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 02، 2018، ص38.

<sup>2</sup> نورا العرابوي، معوقات تطبيق نظام التجارة الالكترونية في مصر من المنظور الاقتصادي ، مجلة أبحاث الدراسات العليا، المجلد 11، العدد 57، مارس 2021 ، ص 848.

<sup>3</sup> المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصفحة 04.

<sup>4</sup> Gary p , schneider , **Electronic commerce** , united states of america ,2012, p 9.

### ثانيا: نشأة التجارة الإلكترونية

إن مصطلح التجارة الإلكترونية يُعد من المفاهيم الحديثة في عالم المال والأعمال، ولم يبرز هذا المصطلح بوضوح حتى عام 1996 كجزء من تطور غير متوقع في مسار الثورة المعلوماتية. هذا التحول يمكن مقارنته بالتغيير الذي أحدثته السكك الحديدية خلال الثورة الصناعية، حيث قامت السكك الحديدية بتمكين الإنسان من التغلب على المسافات وتقريب الأسواق والاقتصاديات. بالمثل، تعمل التجارة الإلكترونية الآن على إزالة المسافات والأزمات والحواجز والحدود، محولةً أسواق الدول إلى سوق عالمية واحدة خالية من الحواجز الجغرافية والجمركية. تم بناء النظام العالمي الجديد حول شبكة من الحواسيب وأجهزة الاتصال المفتوحة المتاحة للجميع.

أصل نشأة التجارة الإلكترونية كان من الولايات المتحدة الأمريكية عبر المحيط الأطلسي، وانتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء العالم، كما بدأت الإنترنت من أمريكا وانتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء العالم.

جاء ظهور التجارة الإلكترونية كامتداد طبيعي لتطور الإنترنت وانتشاره. يعود تاريخ الإنترنت إلى الستينات من القرن الماضي بعد إطلاق أول قمر صناعي روسي عام 1957. منذ عام 1973 وحتى أوائل التسعينات، ظهرت العديد من الشبكات التي حاولت الربط بينها، وفي عام 1992 تم تطبيق نظام الويب **www** مع ظهور وانتشار الويب، توسع استخدام الإنترنت وبدأت العمليات التجارية تتزايد عبر الشبكة، ومن هنا ظهرت التجارة الإلكترونية.<sup>1</sup> ولقد تطورت أجيال التجارة الإلكترونية على النحو التالي:<sup>2</sup>

**1. الجيل الأول (1996):** بدأ هذا الجيل بإنشاء صفحات مواقع على الويب لعرض المنتجات وتقديم بعض العروض

**2. الجيل الثاني (1998):** شهد هذا الجيل إدخال تعديلات على الجيل الأول مع بدء إجراء بعض عمليات البيع عبر الإنترنت.

**3. الجيل الثالث (بداية القرن الحالي):** يركز هذا الجيل بشكل أساسي على تلبية احتياجات العملاء المتنوعة.

<sup>1</sup> العمري هاشمي، تكيف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية، تخصص محاسبة و جباية معمقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، الجزائر، 2023 / 2022، ص75.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 76.

### ثالثاً: خصائص التجارة الالكترونية

تتميز التجارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن ذكرها كالآتي:

#### 1. الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية :

في عالم التجارة الإلكترونية، تُمحي الحدود المكانية والجغرافية، حيث يُمكن لأي نشاط تجاري على الإنترنت تقديم السلع والخدمات دون الحاجة إلى تحديد منطقة جغرافية محددة. إنشاء موقع تجاري على الويب يمنح الشركات الصغيرة والكبيرة الوصول إلى أسواق عالمية. يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة من أي مكان، مما يشير تحديات جديدة مثل صعوبة فرض الضرائب على السلع التي يتم تسليمها عبر الإنترنت. ومع ذلك، يجب ملاحظة أن هذه الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية قد لا تنطبق على جميع المواقع التجارية، حيث قد تستهدف بعض المواقع مناطق جغرافية معينة لتقليل المخاطر.

#### 2. الطابع المتداخل التخصصات للتجارة الالكترونية:

إن الشركات سواء كانت كبيرة أو صغيرة، تدرك أن الفوارق التقليدية بين القطاعات قد أصبحت أقل حدة في عالم التجارة الإلكترونية. يمكن توصيل السلع والخدمات بسهولة للمستهلكين عبر الإنترنت، مما يجعلها تتنافس في بيئة تجارية جديدة تتحدى مفهوم الفوارق التقليدية. هذا واضح بشكل خاص في المنتجات والخدمات التي يمكن توصيلها بسرعة وسهولة عبر الإنترنت، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو والبرامج الحاسوبية. تُولد هذه الخصوصية ضغطاً تنافسية شديدة تحفز الشركات على إعادة تشكيل أنفسها لمواجهة التحديات، بما في ذلك صعوبة تحديد هوية المنتج لغرض فرض الضرائب.<sup>1</sup>

#### 3. غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

في عقود التجارة الإلكترونية، تفتقر العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة إلى مجلس العقد التقليدي والمفاوضات الجارية، بسبب البعد المكاني والزمني بين البائع والمشتري، مما يجعل الاتصال عبر أجهزة الكمبيوتر أو البريد الإلكتروني الوسيلة الرئيسية للتواصل.

<sup>1</sup> ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط 01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2011، ص - ص 31 ، 32.

4. وجود الوسيط الإلكتروني :

أي جهاز الحاسب الكمبيوتر المتصل بشبكة الاتصالات الدولية.

5. السرعة في انجاز الأعمال :

تلافي العديد من الأوراق المكتبية التي كانت تصاحب أوامر البيع و الشراء و شحن البضاعة .<sup>1</sup>

6. غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية :

في التجارة الإلكترونية، يمكن إتمام جميع مراحل الصفقة بدءًا من التفاوض والتعاقد وحتى دفع الثمن واستلام البضائع بشكل إلكتروني، مما يؤدي إلى غياب المستندات الورقية تمامًا، وبالتالي تنشأ تحديات جديدة في إثبات التعاملات وتوثيق العقود والحفاظ على الحقوق والالتزامات، وتوثيق صحة التوقيعات وحقوق الملكية الفكرية.

7. التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين :

في التعاملات الإلكترونية، قد يحدث التفاعل بين الأطراف دون الكشف عن هويتها، مما يزيد من مخاطر الاحتيال والخداع، ويجعل من الصعب التحقق من صحة المعلومات المقدمة، مثل استخدام بطاقات ائتمان مسروقة أو تقديم وعود بخدمات دون الالتزام بها. وفي الحالات التي يتم فيها كشف الهوية، يمكن أن تتعرض هذه المعلومات للاستخدام غير المشروع، مما يثير قضايا الخصوصية وسرية المعلومات.<sup>2</sup>

رابعاً: أهمية التجارة الإلكترونية

يمكن توضيح أهمية التجارة الإلكترونية من خلال تحقيق مجموعة من العناصر التي تضيفها ممارسات وتطبيقات التجارة الإلكترونية:

1. انخفاض التكاليف:

في الماضي، كانت عمليات التسويق للمنتجات تكلفة عالية بسبب استخدام وسائل الإعلان التقليدية مثل التلفاز والصحف، لكن في العصر الحالي، يمكن التسويق عبر الإنترنت بتكلفة ضئيلة جداً.

<sup>1</sup> طلال فاهد فالح فهد الظفيري ، التجارة الإلكترونية من المنظور الشرعي ، مجلة الدراسات الاسلامية و البحوث الأكاديمية، العدد 99، 2020، ص199.

<sup>2</sup> فارس فضيل و آخرون، الأبعاد القانونية و لضريبة للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد 3، 2011، ص 28.

**2. تجاوز الحدود:**

سابقاً، كانت الشركات تقتصر على التعامل مع عملاء محليين فقط، ولكن الآن يمكنها الوصول إلى عملاء في أي مكان بفضل الإنترنت.

**3. التحرر من القيود:**

بفضل التجارة الإلكترونية، لم تعد الشركات بحاجة إلى التراخيص الخاصة أو الالتزام بالقوانين الدولية أو إنشاء فروع جديدة في الخارج، مما يسهل عرض وبيع منتجاتها.

**4. التواصل والاستهداف الشخصي:**

التجارة الإلكترونية توفر وسيلة فعالة للتواصل بين الشركات والعملاء، وتمكن الشركات من استهداف فئات معينة من العملاء.<sup>1</sup>

**5. الوجود الواسع:**

التجارة الإلكترونية تتيح للشركات الوجود على مدار الساعة دون الحاجة إلى وسيط ملموس، مما يسهل عمليات الشراء للعملاء في أي وقت ومن أي مكان.

**6. التداول العالمي:**

بفضل التجارة الإلكترونية، يمكن للمتعاملين تجاوز الحدود الدولية والوصول إلى المنتجات من أي مكان في العالم دون تكلفة إضافية.

**7. كثافة المعلومات:**

الإنترنت يوفر معلومات كثيفة وذات جودة عالية، مما يسهل عمليات البحث والاتصال ويزيد من دقة المعلومات المتاحة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صابرين صبحي حسين محيسن، مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الإلكترونية وفقاً لمتطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18 الاعتراف

بالإيراد، مذكرة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2017، ص - ص 22 - 23.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 23.

هناك العديد من الصور التي تأخذها التجارة الإلكترونية من خلال تعاملاتها والأطراف التي تمارس التجارة الإلكترونية وبما أن التجارة الإلكترونية هي ممارسة إجراء معاملات السوق بين طرفين أو أكثر باستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، في كثير من الأحيان بين المستهلكين والمؤسسات، وفي بعض الأحيان يمكن للحكومة أن إحدى هذه المجموعات واستنادا إلى خصائص المعاملات أو التفاعلات بين المشاركين، ويمكن توضيح أهم الصور التي تأخذها معاملات التجارة الإلكترونية من خلال الأشكال التالية:<sup>1</sup>

#### 1. التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال (B2B)

تتمثل في تبادل السلع والخدمات بين المؤسسات، حيث يمكن للشركات إجراء عمليات الشراء والدفع وإدارة العلاقات التجارية عبر الإنترنت. وتتمثل هذه التجارة الإلكترونية في النشاط التجاري الذي يمارس بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض، وتقوم بينهم مختلف عمليات البيع والشراء بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والأنترنت.

#### 2. التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك (B2C)

يتيح للمستهلكين شراء المنتجات أو الخدمات مباشرة من الشركات عبر الإنترنت، حيث يمكنهم الدفع عن طريق بطاقات الائتمان أو وسائل الدفع الإلكترونية واستلام المشتريات في المنزل أو عبر وسائل التوصيل.<sup>2</sup>

#### 3. التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والحكومة (B2G)

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يُمثل المعاملات التي تتم بين قطاع الأعمال من جهة والحكومة من جهة أخرى، وتُمثل أعمال المزايدات والمناقصات الحكومية والتوريدات الحكومية، كما تشمل المعاملات التي تتم بين الحكومة وقطاع الأعمال كدفع الضرائب والجمارك والرسوم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، أو أي مدفوعات أخرى، بالمقابل فإن الحكومة تقوم بعرض اللوائح والقوانين المتعلقة بهذه المعاملات، ونماذج الاستثمارات الخاصة بها، لتسهيل عمليات الدفع، أو دخول المناقصات والمزايدات، وتُعد الحكومة الإلكترونية الشكل المتطور لمثل هذه المعاملات التي تتم بين

<sup>1</sup> SHREYA TIWARI , **Impact OF E-Commerce On Supply Chain Management**, International Journal of Creative Research Thoughts, Volume 11, Issue 4 April 2023, P 114.

<sup>2</sup> احمد عبد الله العوضي، **العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010، ص 170.

الحكومة من جهة ومؤسسات الأعمال وبقية المواطنين الذين لهم معاملات مع الحكومة من جهة أخرى، بأساليب إلكترونية بعيداً عن الروتين والبيروقراطية الإدارية في أجهزة الحكومة ومرافقها المختلفة<sup>1</sup>

### 4. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين (C2C)

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم في العادة بين المستهلكين، حيث يقوم أحد المستهلكين بعرض ما يرغب بيعه عبر الشبكة العالمية للمعلومات، وعليه يقوم من يرغب بشراء المنتج المعروض بالاتصال مباشرة بالبائع، مثال ذلك: بيع سيارة أو جهاز حاسب آلي أو أثاث،...الخ.<sup>2</sup>

### 5. التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك (G2C)

ويتمثل ذلك في مختلف التعاملات التي تتم بين الأفراد (المواطنين) والمستهلكين والحكومات.

### سادساً: متطلبات التجارة الإلكترونية

تتطلب التجارة الإلكترونية توفير مجموعة من العناصر التي تعمل على تنظيمها وتحديد الإطار العام لها، ويمكن توضيح أهم متطلبات التجارة الإلكترونية كما يلي:

#### 1. المتطلبات التكنولوجية:

تشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد معاملات الأعمال الإلكترونية على تحسين خدمات التليفونية لجميع أنحاء العالم، وزيادة سرعات الاتصال العالمية والمحلية، وزيادة دور مؤسسات القطاع الخاص في إنشاء وتطوير الشبكات بتقنيات عالية بالإضافة إلى مجموعة من الوظائف تتضمن قدرتها على البحث بكفاءة وإدخال المعلومات المناسبة وتوفير المعاملات المالية لشراء وبيع السلع والمنتجات ثم تأمين المعاملات لمنع أنشطة مقصودة أو غير المقصودة التي قد تسبب أضراراً بعملها أو تسرق بياناتها وغير ذلك.

كله يستدعي توافر المتطلبات التكنولوجية التالية :

-امتلاك وتخزين المعلومات ؛

-البحث عن واكتشاف الخدمات ؛

-الدفع الإلكتروني؛

<sup>1</sup> وليد أحمد سعيد مصباح، دور المصرفية الإلكترونية في دعم التجارة الإلكترونية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية (المنصورة)، أبحاث الدراسات العليا، المجلد 13، العدد 83، 2023، ص 52.

<sup>2</sup> حنان ملكية و آخرون، التجارة الإلكترونية، ط 01، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، 2018، ص124.

-خدمة سرية وأمان الأعمال الإلكترونية.<sup>1</sup>

### 2. المتطلبات البشرية:

تتطلب التجارة الإلكترونية موارد بشرية مؤهلة لتحقيق أهداف المنظمات وضمان استمراريتها. لذا، يجب على المنظمات إيجاد ثقافة جديدة تتوافق مع التغيرات العالمية والمحلية. ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال توفير الموارد البشرية الضرورية الماهرة والحفاظ عليها. ومن بين أهم الاتجاهات الحديثة التي تم اعتمادها في هذا الصدد هي نظم معلومات الموارد البشرية واستخدام التوظيف عبر الإنترنت وتبني التدريب والتعليم الإلكتروني.

### 3. المتطلبات التنظيمية:

يجب التأكيد على ضرورة تحديد العمليات المطلوبة لتنفيذ الأعمال الإلكترونية عن طريق :

-تحليل العمليات أو الوظائف الحالية بشيء من التفصيل؛

-تحديد درجة الأهمية النسبية أو درجة مساهمة كل عملية، أو وظيفة في تحقيق الأهداف المطلوبة استيعاب العمليات غير الضرورية بهدف تبسيط النظام وجعله متماشيا مع متطلبات التحول للأعمال الإلكترونية؛

-إضافة العمليات اللازمة لتدعيم عملية التحول إلى الأعمال الإلكترونية؛

-توفير القدر الكافي من المرونة للنظام وتحديد مدى قدرته على تحقيق الأهداف الموجودة منه؛

هذا وتهدف هذه العمليات إلى تجنب الأخطاء التي وقعت فيها العديد من المؤسسات عندما بدأت في التحول للأعمال التجارية الإلكترونية، والمتمثلة في عدم تجهيز البنية التنظيمية اللازمة للتعامل مع هذا النظام الجديد.

### 4. المتطلبات القانونية:

تظهر القضايا القانونية نتيجة للمشاكل التي يمكن أن يسببها الإنترنت في التعامل مع القانون في هذه البيئة غير المتطورة. يعد إنشاء بيئة تشريعية وقانونية مناسبة لاحتياجات التجارة الإلكترونية أحد العوامل الضرورية للنجاح، ويتطلب إنشاء هذه البيئة مشاركة كاملة بين الحكومة وقطاعات الأعمال والمستهلكين لضمان وتحقيق إنشاء آليات جديدة تتوافق مع التطور العالمي، مع الأخذ في الاعتبار مصالح المنتجين والمستهلكين والحفاظ على قيم ومبادئ المجتمع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>كنوش عاشور، متطلبات بني التجارة الالكترونية و افاق تطويرها في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد 9 ، العدد 3، 2015، ص 59.

<sup>2</sup> العمري هاشمي، مرجع سبق ذكره، ص - ص 81-82.

## 1. مزايا التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية تتميز بعدة مزايا يمكن تلخيصها كما يلي:

### -زيادة أسواق التجارة :

بفضل الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية، تصبح الأسواق متاحة للجميع دون قيود جغرافية، مما يعزز حرية التبادل التجاري دون الحاجة لمفاوضات معقدة.

### -خلق أنماط حديثة للأعمال الإلكترونية:

يعزز التجارة الإلكترونية تطوير أساليب الأعمال ووسائل إدارة النشاط التجاري، مما يساهم في تحسين طرق تقديم الخدمات وعرض المنتجات.

### -إتاحة خيارات التسوق الشامل:

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تلبية احتياجات العملاء وتقديم خيارات تسوق واسعة، مما يزيد من رضا العملاء ويعزز تجربة التسوق.

### -تطوير الأداء التجاري والخدمات:

يتطلب الاستثمار في التجارة الإلكترونية بنية تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية، مما يساعد في تحسين أداء المؤسسات وكفاءة موظفيها وجودة الخدمات التي تقدمها.<sup>1</sup>

## 2. عيوب التجارة الإلكترونية

يمكن توضيح عيوب التجارة الإلكترونية عبر النقاط الآتية:

<sup>1</sup> عواد مرزوق عواد الحديدي، قواعد الضمان في البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2020، ص - ص 15 - 16.

- عدم ملائمة القوانين القائمة، والتشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، فقد استأثرت الدول الغربية بوضع النظم والتشريعات الخاصة بها، وهذا يدعو البلاد الإسلامية إلى المشاركة الإيجابية في صياغة التشريعات والقوانين الخاصة بهذه التجارة بما لا يتعارض مع توجيهات الإسلام ويحقق العدل في التعامل بين البلاد ؛
- ترويج وعرض سلع وخدمات محرمة شرعا ؛
- عدم معاينة السلعة من قبل المشتري، فاطلاع المشتري على السلعة يدفع الغرر، وينفي الخصومة المتوقعة ؛
- عدم الفصل بين التجارة الإلكترونية واستخدامات الإنترنت الأخرى، فالإنترنت أصبح البنية التحتية الأساسية لتعاملات كثيرة غير تجارية، مثل الأبحاث والترفيه والاتصالات، والأخبار، لذا يصعب الفصل بين معاملات التجارة الإلكترونية واستعمالات الإنترنت ؛
- المخاطرة، وذلك من خلال تسرب البيانات الشخصية للأفراد والمعلومات الخاصة بالشركات، مما يجعلها أداة في أيدي المنافسين المتربصين<sup>1</sup>، وغياب الضمانات الكافية لحماية المستهلك من الغش والخداع والإعلانات المضللة عن السلع والخدمات، فقد تتضمن العديد من المبالغات والمعلومات المضللة للمستهلك.

### المطب الثاني: مضمون سلاسل الامداد

إن سلسلة الامداد من المواضيع المتداخلة في العديد من المجالات، وتتضمن العديد من الأنشطة التي تسمح بإيصال المنتجات للمستخدم النهائي باتباع مجموعة من المراحل والخطوات، وسيتم التطرق في هذا المطب إلى مضمون سلاسل الامداد بصفة عامة مع توضيح العناصر ذات الصلة.

### أولاً: مفهوم سلاسل الامداد

يعتبر مفهوم سلسلة الامداد من المفاهيم التي عرفها العديد من الباحثين والمهتمين بمجال الامداد، ويمكن التطرق لبعض التعاريف التي تناولت مفهوم سلاسل الامداد كالاتي:

تعرف سلاسل الامداد بأنها " الاطار النظري الذي تستخدمه المؤسسة لتحقيق التكامل بين وظائفها المختلفة، والتي تبدأ من الموردين وتنتهي عند المستهلك النهائي، وذلك لتدفق سلع وخدمات المؤسسة والمعلومات ذات الصلة بغرض كفاءة إدارة المؤسسة لعملياتها الداخلية وتعظيم قيمة منتجاتها وخدماتها من وجهة نظر عملائها وملاكها."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الاسلامي، مذكرة ماجستير، الجامعة الاسلامية غزة، 2005، ص 63.

<sup>2</sup> قازي أول محمد شكري، زرادنة محمد، إدارة مخاطر سلاسل الامداد في مؤسسات الأعمال الدولية: دراسة تحليلية لعينة من المؤسسات

الجزائرية، مجلة الاقتصاد والأعمال، المجلد 01، العدد 20، جوان 2021، ص 128.

كما تعرف سلسلة الامداد أيضا بأنها: " السلسلة التي تربط مجموعة حلقات مختلفة من الزبون إلى المورد ضمن الصناعات التحويلية والخدمات والتصنيع، بحيث يكون هناك تدفق للموارد والأموال والمعلومات التي يتم ادارتها بفعالية لتلبية احتياجات الأعمال."<sup>1</sup>

وتعرف كذلك أنها: " الطريقة التي تسير بها تدفقات المواد و المعلومات بهدف تحقيق الأمثلية في عمليات التوريد، والإنتاج، والتوزيع في آن واحد، وهذا بإشراك العملاء و الموردين في تحديد الشروط التي تنجز فيها عمليات الإمداد من أجل تحقيق الأهداف التجارية والاقتصادية والتقنية للمؤسسة."<sup>2</sup>

كما تعرف سلسلة الإمداد أيضا على أنها: "الإطار الذي يحقق التكامل بين وظائف المؤسسة من لحظة توريد المادة الأولية وصولا إلى المستهلك النهائي بغرض تحقيق التدفق المادي والمعلوماتي لزيادة كفاءة العمليات الداخلية للمنظمة هذا من جهة، ومن جهة ثانية تعظيم قيمة منتجاتها في نظر عملائها وملاك المؤسسة."<sup>3</sup>

وعرفت أيضا بأنها: " مجموعة من المنهجيات المستخدمة لمكاملة الموردين، المصنعين، المخازن، والمتاجر بفعالية، بحيث يتم إنتاج وتوزيع البضائع بالكميات الصحيحة، إلى المواقع الصحيحة، وفي الوقت الصحيح، بحيث تكون التكلفة الكلية أخفض ما يمكن مع المحافظة على تحقيق متطلبات مستوى الخدمة، فهي إذن تربط بين مجموعة من الأنشطة تبدأ من المورد إلى الزبون مروراً بالمؤسسة."<sup>4</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج العناصر التي تدخل في المفهوم الشامل لسلاسل الامداد:

- سلسلة التوريد تنطوي على تحقيق التكامل بين الحصول على المواد الأولية و انتاجها وتوزيعها؛
- تركز سلاسل الامداد على الأعمال والموردين والموزعين؛
- تتضمن عملية تابعة للتسهيلات والوظائف والانشطة في المؤسسة؛
- تبدأ عمليات سلاسل الامداد مع الموردين وتمتد بكل الطرق للمستخدم النهائي.

### ثانيا نشأة سلاسل الامداد

أصل مصطلح الامداد هو مصطلح قديم وهو مشتق من الكلمة اليونانية **Logos**، حيث كان يطلق عليها اسم **Logistika** على مسؤول المشتريات والتمويل والتوزيع خاصة من الجانب العسكري، ولقد استعملت المؤسسة

<sup>1</sup> الطويل العبادي، إدارة سلسلة التوريد الخضراء **GSCM**، ط 01، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2018، ص 16.

<sup>2</sup> ALEXANDRE .K .SAMII, **Stratégies Logistiques : Fondements – Méthodes – Application**, 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Prais 2001, P 95.

<sup>3</sup> زرادنة محمد وآخرون، دراسة تحليلية لأثر جائحة كوفيد 19 على سلاسل الامداد العالمية، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 07، العدد 01، 2022، ص 384.

<sup>4</sup> CLOUD ALAZARD et SABINE SEPARI, **Contrôle de Gestion**, 2<sup>e</sup> édition, DUNOD- 2010 Paris, P 52.

العسكرية هذا المصطلح بغرض تأهيل النشاط الذي نجح في التوفيق بين عاملين أساسيين في تسيير التدفقات اللازمة من أجل إنجاح التحركات العسكرية.

وبالتالي يمكن القول بأن مصطلح الامداد ظهر أساسا في المؤسسات العسكرية وخاصة خلال الحرب العالمية الثانية، ولقد كان يطلق على هذا النشاط إدارة الإمداد والتموين. بحيث سجلت هذه الفترة أكبر عمليات الامداد التي تمت من خلالها نقل العديد من الأفراد والمعدات.<sup>1</sup>

وفي مجال الأعمال ظهر مصطلح **Bussines Logistics** ومر هذا المفهوم بثلاثة مراحل يمكن توضيحها كالاتي:<sup>2</sup>

### 1. مرحلة الإمدادات المنفصلة:

اتسمت هذه الفترة بكون الطلب أكبر من العرض، مما اضطر المؤسسة للإنتاج بكميات كبيرة وتوفير مخزون يضمن إستمرار العمليات الإنتاجية مع تحسين الجودة، ومحاولة التحكم في التكاليف. وعليه تركز دور الإمداد في إدارة العمليات المتعلقة بالمواد: النقل، التخزين والمناولة.

### 2. مرحلة الإمدادات المتكاملة:

في هذه المرحلة ظهرت العديد من المفاهيم الحديثة في الإدارة من بينها إدارة الجودة الشاملة، وبهدف تقديم المنتج بالجودة المطلوبة والسعر المناسب والكمية المحددة وفي الوقت المناسب أصبح لزاما عليها تحقيق نوع من التكامل بين مختلف وظائف المؤسسة من أجل رفع مستوى الأداء، وبالتالي برزت إدارة عمليات الإمداد في الهيكل التنظيمي للمؤسسة بهدف تجسيد: سرعة الإستجابة، الجودة المطلوبة وخدمة المستهلك.

### 3. مرحلة الإمدادات التعاونية:

تميزت هذه المرحلة بتحول المؤسسة من الاهتمام بالإمدادات الداخلية إلى الإمدادات خارج المؤسسة، فأصبحت هناك علاقة تعاونية بين جميع المؤسسات التي توجد ضمن نفس سلسلة الإمداد، من هنا ظهر لأول مرة مصطلح إدارة سلسلة الإمداد.

<sup>1</sup> Thomas Hanne, Rolf Dornberger. **Computational Intelligence in Logistics and Supply Chain Management**. Springer International Publishing Switzerland 2017. P : 4.

<sup>2</sup> عبد الرحمان غفيسة، نموذج مقترح لتصميم وإدارة سلسلة الإمداد لشبكة مؤسسات - دراسة تطبيقية لشبكة مؤسسات بالجزائر - أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة باتنة، الجزائر، 2017-2018، ص 10-11.

### ثالثا: أنشطة سلسلة الإمداد

إن الإدارة الفعالة لسلسلة الإمداد تتطلب الانتقال من مرحلة إدارة مجموع أنشطة التوريد والتوزيع كأنشطة منعزلة عن بعضها البعض إلى إدارة عدد من الأنشطة تتمثل في<sup>1</sup>:

#### 1. إدارة العلاقات مع العملاء:

تعتبر الخطوة الأولى في عملية إدارة سلسلة الإمداد، حيث تنطوي هذه الخطوة على تحديد العملاء الرئيسيين الذين تتعامل معهم المؤسسة، ودراسة وتحليل احتياجاتهم بهدف التنبؤ بطلبهم.

#### 2. إدارة الخدمة المقدمة للعملاء:

تتطلب إدارة هذا النشاط توفر المؤسسة على نظام للمعلومات، يتميز بالسرعة والدقة في إمداد العملاء بكافة المعلومات المتعلقة بالأسعار وخصائص المنتجات واستقبال أوامرهم الواردة للمؤسسة.

#### 3. إدارة الطلب على منتجات المؤسسة:

يشير هذا النشاط إلى الرقابة على المخزون، من خلال الموازنة بين احتياجات العملاء وإمكانيات المؤسسة وقدرتها على توفير تلك الاحتياجات. وتنطوي عملية إدارة الطلب على محاولة تحديد الأنواع التي يتوقع بيعها والكميات المطلوبة وتواريخ الطلب.

#### 4. تنفيذ أوامر العملاء:

يسعى هذا النشاط إلى تحقيق درجة عالية من التوازن والتكامل بين خطط التصنيع والتوزيع والنقل، بحيث يتم تنفيذ أوامر العملاء في الوقت المناسب دون أن يترتب على ذلك أي زيادة في التكاليف.

#### 5. إدارة عمليات الإنتاج:

في ظل تطبيق مفهوم إدارة سلسلة الإمداد تنتقل المواد عبر مراكز التشغيل في ضوء احتياجات العملاء، ولهذا لا بد أن تتصف عمليات الإنتاج بدرجة عالية من المرونة تسمح بالاستجابة السريعة لتقلبات السوق.

#### 6. التوريد:

لا بد من تصنيف الموردين في مجموعات مختلفة وفقا لدرجة أهمية كل واحد منهم بالنسبة للمؤسسة، ثم القيام بالتنسيق معهم من أجل تحقيق الاستمرارية في عمليات الإنتاج.

#### 7. تنمية وتطوير المنتجات:

<sup>1</sup> خطيب سيدي محمد بومدين، إنعكاسات تطبيق إدارة سلسلة الامداد على أداء المؤسسات الصناعية لولاية تلمسان، مجلة الاقتصاد والإدارة، المجلد 02، العدد 04، سبتمبر 2017، ص ص 68-69.

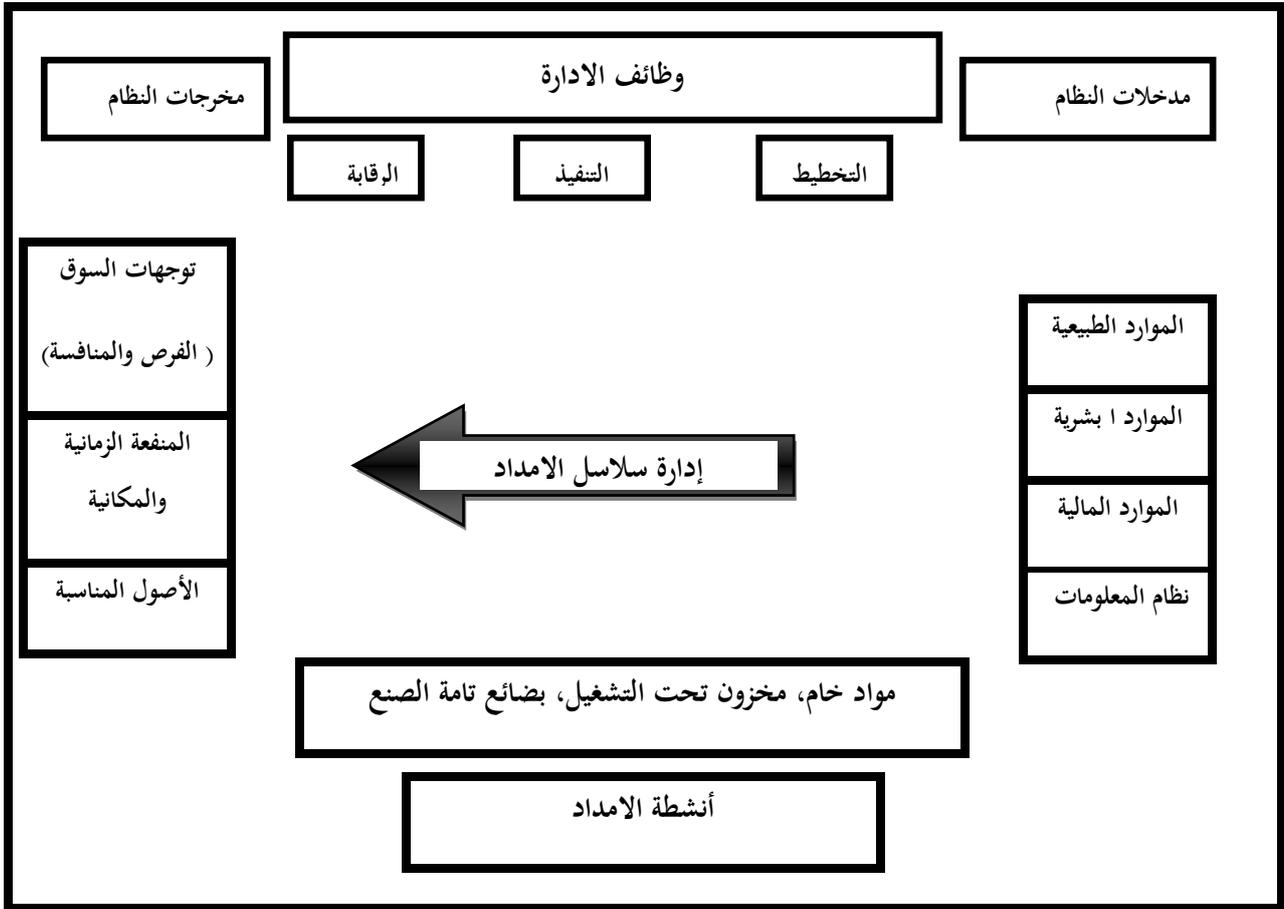
في ظل مفهوم سلسلة الإمداد لا بد من إشراك الموردين والعملاء في عملية تطوير المنتجات الجديدة، وبصفة خاصة في حالة المنتجات ذات دورة الحياة القصيرة.

### 8. إدارة المرتجعات ومردودات المبيعات:

لا بد من إدارة المردودات في اتجاه عكسي عبر سلسلة الإمداد بنفس كفاءة إدارة المبيعات، وهذا من أجل تحديد فرص تقليل المنتجات المرتجعة وتدعيم المركز التنافسي للمؤسسة.

ويمكن شرح أنشطة سلاسل الامداد من خلال المكونات الخاصة بهذه السلاسل وفقا للشكل رقم 02.

### الشكل رقم -02-: مكونات سلسلة الامداد



المصدر : من إعداد الطالبان بالاعتماد على المرجع: العزيز رفاعي ، إدارة سلاسل التوريد - مدخل تحسين العمليات - ، كلية التجارة جامعة عين شمس ، مصر، 2009.

من خلال الشكل يلاحظ بأن سلسلة الامداد هي عبارة عن شبكة متنوعة تتمثل في مجموعة من الأشخاص والمؤسسات ومختلف الموارد والأنشطة بالإضافة إلى التكنولوجيا المستخدمة في التصنيع إلى غاية عملية بيع المنتجات (

سلع وخدمات). وسلسلة الامداد تبدأ بتوصيل المواد الأولية ( الخام) من المورد إلى المصنع، وتنتهي بمرحلة توصيل المنتج بصيغته النهائية للمستهلك ( المستخدم) النهائي.

### رابعاً: التكامل في سلسلة الامداد

يعبر التكامل في سلسلة الامداد عن ربط المؤسسة لعملياتها الداخلية بالموردين والعملاء الخارجيين، كما يعتمد التكامل على دمج المهارات التكميلية والأهداف المتوافقة مما يساعد على تقليل التكلفة وتحسين الاستجابة ومستوى الخدمة المقدمة للعملاء وبالتالي البقاء والقدرة على المنافسة.

ويعرف تكامل سلسلة الامداد بأنه الدرجة التي تتعاون فيها المؤسسة بشكل استراتيجي مع شركائها في سلسلة الامداد وإدارة العمليات داخل المؤسسات وفيما بينها من أجل تحقيق تدفقات فعالة للمنتجات والخدمات والمعلومات والأموال والقرارات.

ويتضمن تكامل سلسلة الامداد كل من تكامل الموردين وتكامل العملاء والتكامل الداخلي كما يلي<sup>1</sup>:

**1. تكامل الموردين:** وهي عملية تنظيمية للمؤسسات التي تشترك في الشراء والتوريد المادي، من خلال تطبيق المعرفة التشغيلية والمالية لتوليد المنافع المتبادلة.

**2. تكامل العملاء:** يقصد به تضمين آراء العملاء في عملية الانتاج بهدف إنتاج منتجات محددة وفقاً لاحتياجاتهم وتفضيلاهم وبذلك يزيد رضاهم.

**3. التكامل الداخلي:** يقصد به التكامل بين الإدارات والعمليات داخل المؤسسة بهدف تلبية احتياجات العملاء، فهو يعبر عن التنسيق بين الإدارات والوظائف خلال إنشاء نظام متكامل من أجل تلبية توقعات العملاء وكذلك تعزيز الأداء. وتحقيق التكامل الداخلي بين إدارة التسويق والخدمات اللوجستية يمكن أن يؤدي إلى أداء أفضل وفعالية أكبر بين الأقسام .

### خامساً: أهمية إدارة سلسلة الامداد

تظهر أهمية إدارة سلسلة الامداد من خلال التحكم في نفقات سلسلة الامداد وتخفيضها، وكذلك عن طريق استخدام عدد أقل من الأصول الثابتة الكبيرة، مثل المستودعات والشاحنات، كما تساعد الشركات على تحسين وتيرة تسليم البضائع للعملاء. وفي إدارة شبكات التوزيع.<sup>2</sup>  
كما يمكن توضيح أهمية سلاسل الامداد من خلال ما يلي:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> قازي أول محمد شكري وآخرون، أثر تكامل سلسلة الامداد في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الأسواق الدولية - دراسة حالة مؤسسة خنتر بسيدي بلعباس-، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد 08، العدد 01، أبريل 2022، ص 227.

<sup>2</sup> Savaliya Vivek ,Jignesh Vidani, **E-Commerce Supply Chain Efficiency**, International Journal of Business and Management Practices (IJBMP), Vol.2, No.2, 2024, P 242.

<sup>3</sup> Zhang Wei, Wu Xiang, **The Importance of Supply Chain Management**, International Journal of Business and Social Science, Volume 4, Number 16, USA, December 2013, P281.

-تعظيم قيمة منتجات المؤسسة وخدماتها من وجهة نظر عملائها من خلال التعرف على الحاجات والرغبات لدى الزبائن. مع وجود نظام اتصالات مرن يساعد على تدفق المعلومات.

-تلبية متطلبات الزبائن النهائيين من خلال البحث في كيفية الاستفادة من العمليات والتكنولوجيا.

-توفير المعلومات ذات الأهمية التسويقية كاليانانات الخاصة بالتطورات التي تحدث في أسواق المواد ومستلزمات الانتاج.

سادسا: مخاطر سلاسل الامداد

يمكن تصنيف مخاطر سلسلة التوريد بشكل عام إلى مخاطر داخلية ومخاطر خارجية<sup>1</sup>:

### 1. المخاطر الداخلية:

تنشأ المخاطر الداخلية من مصادر داخل سلسلة التوريد وعادة ما تحدث في العمليات العادية. وهي تشمل أعطال الآلة، التأخر في التسليم، أخطاء التنبؤ، فشل الموردين، مشاكل خدمات الموردين، عطل تكنولوجيا المعلومات وأنظمة الاتصالات، التغيير في طلب العملاء، توقف النقل، والخطأ البشري، وما إلى ذلك. يعد التخطيط والبرمجة الفعالين أمرين بالغين الأهمية للسيطرة على معظم هذه المخاطر.

يمكن تقسيم المخاطر الداخلية إلى "مخاطر قابلة للتحكم" و "مخاطر قابلة للتحكم جزئياً":

- تنشأ المخاطر الداخلية التي يمكن التحكم فيها من مصادر من الممكن أن تتحكم فيها الشركة. على سبيل المثال، جودة وتكلفة المنتجات؛
- بينما تنشأ المخاطر الداخلية التي يمكن التحكم فيها جزئياً من مصادر يمكن للشركة التحكم فيها جزئياً؛ على سبيل المثال، حادث حريق في الشركة؛

### 2. المخاطر الخارجية:

تأتي المخاطر الخارجية من خارج سلسلة التوريد، ولا يملك المسئولون أو المسيرون في المؤسسة أدنى تحكم فيها. تشمل الكوارث الطبيعية (الزلازل، الإعصار، التسونامي، وما إلى ذلك)، الحروب، أزمات النفط، الهجمات الإرهابية، تفشي الأمراض، المخالفات المالية، الجريمة، ارتفاع الرسوم الجمركية، وما إلى ذلك.

يمكن تقسيم المخاطر الخارجية في سلاسل التوريد إلى "مخاطر قابلة للتحكم"، و "مخاطر قابلة للتحكم جزئياً" و "مخاطر خارج السيطرة".

- تنشأ المخاطر الخارجية التي يمكن التحكم فيها من مصادر يمكن للشركة المورددة التحكم فيها في الغالب. على سبيل المثال، اختيار الموردين من الطبقة الموالية "Next-Tier Suppliers"؛

<sup>1</sup> Yacob Khojasteh, **Developing Supply Chain Risk Mitigation Strategies**, chapter in book « Yacob Khojasteh Advanced Tools, Models, and Developments », Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2018, P 100.

- تنشأ المخاطر الخارجية التي يمكن التحكم فيها جزئياً من مصادر يمكن للشركة الموردة أن تتحكم فيها جزئياً؛ على سبيل المثال، يمكن أن يتأثر طلب العملاء جزئياً بخطة ترويج الشركة؛
- تنشأ المخاطر الخارجية التي لا يمكن السيطرة عليها من مصادر لا يمكن السيطرة عليها من قبل الشركة الموردة.

### المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني

يعتبر الامداد التجاري الالكتروني هو علاقة التأثير والمساهمة للتجارة الالكترونية على سلاسل الامداد، وذلك من خلال صور متعددة تتمثل في الطلب الالكتروني وادارة المشتريات الالكترونية وغيرها من التقنيات، وسيتم التطرق في هذا المطلب إلى مضمون الامداد التجاري الالكتروني بصفة عامة مع توضيح العناصر ذات الصلة.

### أولاً مفهوم الامداد التجاري الالكتروني

مصطلح الامداد الالكتروني ناتج أساساً عن تأثير الأنترنت في تكامل عمليات الأعمال ما بين المؤسسة والزبون النهائي والمجهزين الرئيسيين الذين يزودون المؤسسة بالمنتجات والمعلومات التي تضيف قيمة للزبائن وأصحاب المصالح الآخرين.<sup>1</sup>

ويعرف الامداد التجاري الالكتروني على أنه: " الاعتماد على التكنولوجيا بشكل متعاون لدعم الأعمال بين الشركاء في سلسلة الامداد، من أجل تحسين سرعة وخفة حركة المنتجات مع التحكم في دقة الوقت وبالتالي تحقيق رضا العملاء وتعزيز القدرات التسويقية، بالإضافة إلى التغيير التكنولوجي، أيضاً تغيير ثقافة وسياسة الادارة والهياكل التنظيمية ومقاييس أداء سلسلة الامداد.

ويعرف أيضاً على أنه: " طريقة رشيقة تركز على احتياجات العملاء، وتهدف الى تحقيق مجموعة متنوعة من العائدات للشركات، باستعمال تقنيات تكنولوجية حديثة مثل تحليل البيانات، ثم تصور سلسلة الامداد الالكترونية كنظام تقني ذكي ملائم يعتمد على القدرة على استيعاب كميات ضخمة من البيانات وتحسين التعاون والاتصال بين الأجهزة والبرمجيات والشبكات الرقمية بهدف دعم وتنسيق التفاعل بين المؤسسات، لجعل الخدمات أكثر قيمة والوصول اليها بتكاليف أقل."<sup>2</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج العناصر التي تدخل في المفهوم الشامل للإمداد التجاري الالكتروني:

<sup>1</sup> Lidija Pulevska-Ivanovska, Neda Kaleshovska, **Implementation of E-Supply Chain Management**, TEM Journal Association for Information Communication Technology Education and Science, – Volume 2, Number 4 , Novi Pazar, Serbia, 2013, P315.

<sup>2</sup> بن فتاشة موسى، نوفل سمايلي، دور الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق الإيرادات في ظل تداعيات جائحة كورونا دراسة حالة شركة أمازون، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 01، 2024، ص 239.

- يعتمد الامداد التجاري الالكتروني على التكنولوجيا والتقنيات المختلفة؛
- يركز الامداد التجاري الالكتروني على تلبية حاجيات مختلف العملاء باستخدام مختلف التقنيات؛
- تعتبر البيانات والقيام بتحليلها هي الصورة التي تعكس نشاط الامداد التجاري الالكتروني.

### ثانيا: أهداف سلسلة الامداد الالكتروني

تمثل إدارة سلسلة الامداد الالكترونية نظام إداري متكامل من الناحية التقنية والادارية يركز على توحيد تكنولوجيا المعلومات والعمليات لضمان الانسيابية المثلى للأعمال والموارد والمنتجات والمعلومات من الموردين إلى الزبائن، والتكامل بين الوسائل والعلاقات والأنظمة الفرعية بهدف التحسين المستمر في تصميم المنتج، والتنبؤ الدقيق بالمبيعات والمشتريات وإدارة المخزون والتصنيع والتوزيع، لتحقيق الأهداف التالية:<sup>1</sup>

- خلق قيمة حقيقية وعالية للزبون والاستجابة السريعة للتغيرات الكمية والنوعية في طلباته؛
- تحقيق التكامل الاستراتيجي في سلسلة التوريد بما يقلص تكاليف العمليات ويولد قيمة للأعمال؛
- بناء علاقات معلوماتية متجانسة بين الشركاء لخلق ثقة متبادلة فيما بينهم؛
- تكوين قاعدة بيانات ومعلومات تخص المنتج من نقطة الشراء مروراً بالإنتاج وصولاً إلى التسليم النهائي؛
- الدقة في مواعيد التسليم، ووضع الخطط المستقبلية بما يكفل تخفيض تكاليف النقل.

### ثالثا: أهمية الامداد التجاري الالكتروني

يمكن توضيح أهمية الامداد التجاري الالكتروني من خلال العناصر التالية:<sup>2</sup>

- تحسين الرؤية في إدارة سلاسل الامداد: بحيث تمكن سلسلة الامداد الرقمية المؤسسات من الحصول على رؤية فورية لأداء الموردين، مما يسمح بتحديد الثغرات ومعالجتها.
- رقمنة المعلومات: تقوم سلسلة الامداد الرقمية بإلغاء عمليات سلسلة الامداد التقليدية التي تعتمد على إدخال البيانات يدويا، وتتيح المعلومات المطلوبة لتحسين العمليات والتعاون مع الجهات الأخرى.
- تسريع الابتكار وخفض التكاليف: من خلال توفير المعلومات الحديثة والشاملة حول الأداء والتي تساعد في إدارة وتحسين العمليات مثل تدفق المواد الخام والخدمات اللوجستية، وتحسين التدفق النقدي وخفض التكاليف.

<sup>1</sup> أكرم أحمد الطويل، علي وليد العبادي، إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد استراتيجية العمليات والأداء التسويقي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 39.

<sup>2</sup> بن فتاشة موسى، نوفل سمايلي، مرجع سبق ذكره، ص 241.

-البيانات والتحليلات المتقدمة: يمكن للمؤسسات من خلال التقنيات المعتمدة على البيانات الضخمة والتعلم الآلي، الاتصال بمصادر البيانات وربطها لتحسين إدارة المخزون وتوفير جودة المنتج وتعزيز تجارب العملاء.

-تحسين تخطيط سلسلة الامداد: تتيح بيانات الجودة والمراقبة المشتركة والمحدثة للشركات توقع المشكلات للاستجابة بسرعة قبل اتساع المشكلة.

### رابعاً: برامج الامداد التجاري الالكتروني

إن البرامج هي أفضل طريقة لسلسلة الامداد، اذ تساعد في تنفيذ الخطوات، ويمكن توضيحها كالآتي:<sup>1</sup>

**1. برنامج تخطيط سلسلة الامداد:** باستخدام اللوغاريتمات والرياضيات للمساعدة على تحسين تدفق وكفاءة سلسلة الامداد، وتخفيض المخزون إلى أدنى حد ممكن، ويعتمد هذا البرنامج على دقة المعلومات حيث يجب أن يتم تحديثها أولاً بأول عند طلبات الزبائن وقدرات التسليم للمنتجات، ويضم هذا البرنامج عدة برامج فرعية أهمها:

أ. **برنامج تخطيط الاحتياجات من المواد:** لارتباط التخطيط الفعال للاحتياجات من المواد بالنجاز السريع للطب، بحيث يسمح بوضع عملية التصنيع في قلب سلسلة الامداد واتخاذ القرار التعاوني لجدولة الانتاج لمقابلة توقعات طلب الزبون.

ب. **برنامج تخطيط مواد المنشأة:** يستخدم البرنامج لتعظيم العوائد المحققة عن طريق تعظيم استخدام الموارد الثابتة اللازمة للإمداد بمساعدة تكنولوجيا المعلومات.

ج. **برنامج تخطيط الاحتياجات من التوزيع:** يقسم هذا النظام المخزون إلى مجموعات مختلفة من المخازن حيث يبدأ مع الطلب في نهاية قناة التوزيع والعمل للخلف من خلال نظام التخزين للحصول على أو لتحقيق توقيت مرحلي لإحلال الجداول اللازمة لتحرك المخزون خلال شبكة التخزين أو المخازن.

**2. برنامج تنفيذ سلسلة الامداد:** يقوم البرنامج التنفيذي لإدارة سلسلة الامداد بالتشغيل الأوتوماتيكي للخطوات المختلفة للمكونات الخاصة بإدارة سلسلة الامداد، ويتم ذلك الكترونياً بدءاً من الطلبات بالمصنع وحتى الموردين اللازمين لتوفير احتياجات التصنيع للمنتجات.

خامساً: تأثير التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد

<sup>1</sup> ممدوح عبد العزيز رفاعي، إدارة سلسلة التوريد - مدخل تحسين العمليات-، الطبعة الثالثة، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، مصر، 2007، ص

تعتبر التجارة الإلكترونية كرد فعل على السوق بسبب المتطلبات المشروطة بالتقدم في التقنية والتكنولوجيا. إنه ينطوي على مفهوم ذلك جميع أشكال التفاعلات التجارية وكذلك تبادل المعلومات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.<sup>1</sup>

فالتجارة الإلكترونية تشمل الأعمال التي تؤدي إلى تحسين العمليات الخاصة بالبيع والشراء وتحسين العلاقات مع الجمهور المستهدف وتحسين مختلف الأعمال. فالهدف الرئيسي من إدخال الأعمال الإلكترونية هو تحسين القدرة التنافسية للشركة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات بين الشركة والمستهلك والشركة وشركائها التجاريين، وكذلك داخل الشركة نفسها. ولا يعني فقط استخدام تكنولوجيا المعلومات في العمليات التجارية، ولكن أيضا استخدام التقنيات الحديثة لتغيير العمليات التجارية وزيادة كفاءتها. لكي يتم تنفيذ الأعمال بنجاح في الشركة.<sup>2</sup> ومن خلال هذا التحول في الأعمال الذي أدى إلى دمج التقنيات الرقمية في جميع مجالات الأعمال، خلقت بيئة تنافسية للغاية. ولكي تظل الشركات قادرة على المنافسة تقوم الشركات بنقل الأعمال إلى السوق الإلكترونية. وتعتبر سلاسل الامداد أحد مجالات الأعمال التي يمكن أن تكون تم تحسينه من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية. من خلال الاعتماد على مختلف التقنيات مثل: الإنترنت، وتبادل البيانات، برامج إدارة النقل والمستودعات، بما في ذلك البرامج التي تدير المصنع، والتنبؤ بالطلب، والمشتريات، التي تجعل من إدارة سلسلة التوريد استراتيجية واسعة يمكن اعتمادها. أصبحت سلسلة التوريد الإلكترونية تفرض نفسها كتيار الاتجاه في تطوير سلاسل التوريد والتركيز على المستخدم النهائي وتلبية احتياجاته ومتطلباته من ناحية، ومن ناحية أخرى لتحقيق الربح وتنفيذ جميع الأنشطة في سلسلة التوريد بكفاءة، وتشمل سلسلة التوريد الإلكترونية **e-SCM** بشكل كامل نظام إدارة سلسلة التوريد متكامل ومكونات التجارة الإلكترونية مثل: الطلب الإلكتروني، الإلكتروني الدفع ومعالجة البيانات الإلكترونية وتبادلها والكتالوجات الإلكترونية وغيرها.

ويمكن وصف **e-SCM** بأنها شبكة من الشركاء المستقلين الذين ليسوا فقط موزعي بعض المنتجات والخدمات في سلسلة التوريد، ولكن أيضا يتم فيها التركيز على تحفيز الطلب وقيادة القدرات والموارد في سلسلة التوريد بأكملها من أجل ذلك توفير مستويات من الكفاءة التشغيلية والقيادة في السوق، كما يسمح نظام **e-SCM** للشركة بمراقبة أعمالها في جميع سلسلتها الإنتاجية، بداية من الموردين الأوليين للعملاء النهائيين، وجميعهم مترابطون عن طريق تكنولوجيا المعلومات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Salgado, J.A.P., Novi, J.C., Júnior, A.C., & Oliveira, **E-SCM and inventory management: A study of multiple cases in a segment of the department store chain.** *Jistem Journal of Information Systems and Technology Management*, 8,2011, P-P 367-388.

<sup>2</sup> Dave Chaffey, **E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice.** Pearson/Financial Times Prentice Hall, 2011, p 381.

<sup>3</sup> Ghasemi, A., Shirmohamadi, M., & Taimouri, **Assessing the Impact of Electronic Supply Chain Management on the Performance of Small and Medium sized Enterprises using the Sustainable Balanced Scorecard Approach (Case Study of Online Stores and Industrial town of Abasabad).** *International Journal of Scientific Management and Development*, 3(12),2015,P-P 670-677.

فنظام إدارة سلسلة التوريد الإلكتروني هو تأثير الإنترنت على سلامة العمليات التجارية الأصلية من المستخدم النهائي إلى المورد الرئيسي للمنتجات والخدمات ويوفر المعلومات للعملاء وأصحاب المصلحة الآخرين ويخلق القيمة. بغرض تحقيق أقصى قدر من التأثير عند تنفيذ نظام إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية، ويجب أن تكون الشركة قادرة على خلق المعرفة وتخزينها والحفاظ عليها ومشاركتها وإدارتها. بتحويل جميع الأساليب والعمليات التقليدية في إدارة سلاسل الامداد إلى آليات وتقنيات إلكترونية التي تساعد في صنعها لمستويات خدمة أكثر ملاءمة<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي عالجت مواضيع مختلفة تتلاقى مع متغيرات هذه الدراسة، فقد تكون عالجت أحد المتغيرات ( التجارة الالكترونية أو سلاسل الامداد) أو المتغيرين معا أو تقاطعت مع جزء من أجزاء هذه الدراسة، وساعدت هذه الدراسات السابقة في هذه الدراسة من خلال الاحاطة بالموضوع، وفي فتح المجال أمام تساؤلات جديدة.

### المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية

هناك بعض الدراسات السابقة التي كانت على شكل رسائل جامعية باللغة العربية، سيتم التطرق إليها من خلال عرض مختلف الجوانب الخاصة بكل رسالة جامعية.

الدراسة الأولى: للطالب: دهمان البرازي، بعنوان "أثر إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة، دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية"، مذكرة ماجستير في الإدارة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012.

عالجت هذه الدراسة اشكالية أثر إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير لإدارة لسلسلة التوريد (العلاقة بين الموردين، العلاقة مع الوسطاء والموزعين، والعلاقة مع الزبائن) في تحسين أداء المنظمة. من خلال تبني الشركات المدخل الاستراتيجي لإدارة سلسلة التوريد، القائم على أساس إقامة علاقات بعيدة الأمد مع الموردين، والاتصال الفاعل، والشراكة مع الموردين، لأن الكفاءة في إدارة سلسلة التوريد تعد المفتاح مع الرئيس لنجاح المنظمة على المدى البعيد.

<sup>1</sup> Ahmi, A., Rahm, S. A., & Elbardan, **Global Trend of the Electronic Supply Chain Management (e-SCM) Research: A Bibliometric Analysis**, International Journal of Supply Chain Management, 7(5),2018, P-P 535-542.

الدراسة الثانية: للطالب: خالد بن ساسي، بعنوان: "التنظيم الفعال للإمداد المرتبط بالتجارة الإلكترونية - دراسة حالة الجزائر-"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة ورقلة، 2018.

عاجلت هذه الدراسة اشكالية تنظيم الامداد الخاص بالمؤسسات التي تعمل ضمن إطار التجارة الالكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن النطاق الجغرافي الذي تغطيه المتاجر الافتراضية داخل الجزائر محدود، وأن غالبية الزبائن يلجؤون الى الشراء عبر الأنترنت عندما لا تتوفر السلع في مكان اقامتهم.

الدراسة الثالثة: للطالبة: وفاء نزار شفيق صلاح، بعنوان: "أثر الشراء الالكتروني على أداء سلاسل التوريد - الأثر المعدل للتعاون في سلسلة التوريد - دراسة ميدانية في قطاع تجارة التجزئة الأردني -عمان"، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط سنة 2020.

عاجلت هذه الدراسة اشكالية أثر الشراء الالكتروني على اداء سلسلة التوريد في قطاع تجارة التجزئة الأردني، والدور المعدل للتعاون في سلسلة التوريد على تلك العلاقة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين متغيرات الشراء الالكتروني وهي علاقة متوسطة إلى قوية، والعلاقة بين الشراء الالكتروني وأداء سلاسل التوريد قوية إلى قوية جدا، وأن أثر المتغير المعدل قوي على العلاقة بين الشراء الإلكتروني وأداء سلاسل التوريد. كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر لتطبيق الشراء الالكتروني التي تتمثل بمجموعة متغيرات ( العطاءات الالكترونية والفوترة الالكترونية والدفع الالكتروني) على أداء سلسلة التوريد في متاجر التجزئة الأردني في مدينة عمان.

ويمكن تلخيص أوجه الشبه والاختلاف بين الرسائل الجامعية السابقة باللغة العربية والدراسة الحالية وكيفية الاستفادة منها وفقا للجدول رقم 01.

الجدول رقم 01: المقارنة بين الدراسة الحالية والرسائل الجامعية باللغة العربية

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
دهمان البرازي 2012	تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس المتغير التابع (سلاسل الامداد)	عالجت هذه الدراسة أثر إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في المتغير المستقل.	تمثلت الاستفادة من الدراسة من النتائج وتحليلها وتفسيرها، بالإضافة إلى الاستفادة من التوصيات المتوصل اليها.
خالد بن ساسي 2018	تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس المتغير المستقل (التجارة الالكترونية) والمتغير التابع ( سلاسل الامداد)	ركزت هذه الدراسة التنظيم الفعال للإمداد المرتبط بالتجارة الإلكترونية. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد. وبالتالي الاختلاف يكمن فقط في منهجية الدراسة وأهدافها.	تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في التحديد الجيد لبعض المفاهيم ذات الصلة بالموضوع محل الدراسة تدعيماً للجانب النظري للدراسة الحالية.
وفاء نزار شفيق صلاح 2020	تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس المتغير التابع (سلاسل الامداد)	عالجت هذه الدراسة أثر الشراء الالكتروني على أداء سلاسل الامداد. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في المتغير المستقل.	تمثلت الاستفادة من الدراسة في صياغة أسئلة الدراسة، وفي بناء نموذج الدراسة. بالإضافة إلى الاستفادة من التوصيات المتوصل اليها.

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على الدراسات السابقة

### المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية

هناك بعض الدراسات السابقة التي كانت على شكل مقالات علمية باللغة العربية، سيتم التطرق إليها من خلال عرض مختلف الجوانب الخاصة بكل مقال علمي.

الدراسة الأولى: مقال للباحث: خالد بن ساسي، بعنوان: "واقع التجارة الالكترونية والإمداد في الجزائر"، مقال منشور بمجلة أداء للمؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017.

عالجت هذه الدراسة اشكالية وقع التجارة الالكترونية والخدمات اللوجستية في الجزائر بهدف النهوض بقطاع التجارة الالكترونية بالجزائر، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن تأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا تطبيق التجارة الالكترونية هو عدم وجود رؤى واضحة في هذا المجال. مع تسجيل غياب وسائل الدفع الالكتروني والافتقار لوجود بنك معلومات. بالإضافة إلى ارتفاع التكاليف اللوجستية.

الدراسة الثانية: مقال للباحثان: عمرو مصطفى، محمد حسين، بعنوان: "إدارة سلسلة التوريد في تحسين المركز التنافسي لمنظمات الأعمال"، مقال منشور بالمجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 49، العدد 01، 2019.

عالجت هذه الدراسة اشكالية دور إدارة سلسلة التوريد في حل مشكلة المنظمة الحل من خلال العلاقة بين الموردين والعملاء وإدارة سلسلة القيمة، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن البيئة التنظيمية اليوم أكثر تنافسية وعالمية، وأن مجموعة من العوامل (تقديم المنتج، دورة حياة أقصر للمنتج، حسن الاطلاع، توقعات العملاء) تجبر المنظمة على ذلك جعل إدارة سلسلة التوريد تتسم بالكفاءة والفعالية الاستجابة بسرعة للتغيرات في السوق لخلق ميزة تنافسية

الدراسة الثالثة: مقال للباحث: مومني عبد القادر وآخرون، بعنوان: "الامداد التجاري الالكتروني كضرورة للمنافسة في ظل تفشي فيروس كورونا -دراسة حالة شركتي ALIBABA و JD.COM في مدينة ووهان". مقال منشور بمجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 20، العدد الخاص حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا - سبتمبر 2020.

عالجت هذه الدراسة اشكالية مساهمة الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات واستدامتها في ظل انتشار فيروس كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أنه الجمع بين النضج الرقمي للمستهلك وسلاسل الامداد المدعومة رقميا ( الامداد التجاري الالكتروني) قد مكن الشركات من توصيل الإمدادات الأساسية للأسر والأفراد في الحجر الصحي، وأن فيروس كورونا فرض على المؤسسات العمل وفق سلاسل إمداد أكثر مرونة تتماشى مع الانتشار الواسع الذي يعتمد بالأساس على الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتطبيق ممارسات التجارة الالكترونية.

الدراسة الرابعة: مقال للباحث: عبد العزيز دسوقي كمال نويجي، بعنوان: " أثر ممارسات سلسلة الإمداد الإلكترونية على تعزيز القدرات التسويقية: بالتطبيق على سلاسل الهايبر ماركت في القاهرة"، مقال منشور بمجلة البحوث الادارية، المجلد 41، العدد 04، 2023.

عالجت هذه الدراسة اشكالية أثر ممارسات سلسلة الإمداد الإلكترونية على تعزيز القدرات التسويقية: بالتطبيق على سلاسل "الهايبر" ماركت في القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثر لتطبيق إدارة سلسلة الإمداد الإلكترونية على تعزيز القدرات التسويقية، وذلك من خلال تشجيع إدارات شركات سلاسل الهايبر ماركت على الاستمرار في تطبيق إدارة سلسلة الإمداد الإلكترونية، وتحفيز الشركات التي لا تطبق إدارة سلسلة الإمداد الإلكترونية على تطبيقها لما لها من أهمية كبيرة في تحقيق مستوى عال من القدرات التسويقية.

الدراسة الخامسة: مقال للباحثان: بن فتاش موسى، نوفل سمايلي، بعنوان: "دور الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق الإيرادات في ظل تداعيات جائحة كورونا دراسة حالة شركة Amazon"، مقال منشور بمجلة دراسات اقتصادية المجلد 18، العدد 01، 2024.

عالجت هذه الدراسة اشكالية مساهمة الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق إيرادات شركة أمازون في ظل تداعيات جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن العديد من الشركات اضطرت إلى التغيير في أسلوب العمل والتحول إلى العمل عن بعد في ظل التحول الرقمي، وأن الامداد التجاري الالكتروني يعتبر أحد الوسائل التي اعتمدت عليها الشركات في ظل التحول الرقمي لمواجهة جائحة كورونا، وان شركة أمازون استخدمت تقنيات تكنولوجيا حديثة مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة والبيانات الضخمة في سلاسل إمدادها في تسريع عمليات الشحن والتسليم وتحسين الكفاءة.

الدراسة السادسة: مقال للباحثان: سيد هارون، جمعة عبد الحفيظ، بعنوان: " إدارة سلاسل التوريد الخضراء وأثرها على تحسين جودة الخدمات لشركات الأدوية المصرية"، المجلد 44، العدد 04، 2024.

عالجت هذه الدراسة اشكالية دوافع تطبيق ممارسات إدارة سلاسل التوريد الخضراء لشركات الأدوية المصرية وتحديد طبيعة العلاقة بين إدارة سلاسل التوريد الخضراء بأبعادها (تكنولوجيا المعلومات الخضراء، والتصنيع والتعبئة الخضراء، والتخزين الأخضر، والشراء الأخضر، والتسويق الأخضر) وبين جودة الخدمات لشركات الأدوية المصرية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين جميع أبعاد إدارة سلاسل التوريد الخضراء وبين جودة الخدمات الدوائية المصرية، بمعنى أنه كلما زاد تفعيل إدارة سلاسل التوريد الخضراء ارتفع مستوى جودة الخدمات الدوائية في الشركات المبحوثة.

ويمكن تلخيص أوجه الشبه والاختلاف بين المقالات العلمية السابقة والدراسة الحالية وكيفية الاستفادة منها وفقا للجدول رقم 02.

الجدول رقم -02-: المقارنة بين الدراسة الحالية والمقالات العلمية باللغة العربية

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
خالد بن ساسي 2017	تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس متغيرات الدراسة، المستقل ( التجارة الالكترونية)، التابع (سلاسل الامداد)	تختلف في طبيعة الدراسة، فالدراسة السابقة تمثل في دراسة واقع التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد في الجزائر. أي أنها دراسة وصفية واحصائية. أما الدراسة الحالية فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد وبالتالي الاختلاف يمكن في متغيرات الدراسة. وذلك من خلال الربط بين المتغيرين.	تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب النظري من الدراسة من خلال فهم المفاهيم ذات الصلة بمتغيرات الدراسة. كما تمت الاستفادة من خلال التعرف على أشكال التجارة الالكترونية وتأثيرها على أداء الشركات التجارية الالكترونية.
عمرو مصطفى 2019	تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس المتغير التابع (سلاسل الامداد)	عالجت هذه الدراسة إدارة سلسلة التوريد في تحسين المركز التنافسي لمنظمات الأعمال . أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في المتغير المستقل.	تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في كيفية صياغة أسئلة الدراسة، والاستفادة من الفرضيات المطروحة.

<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد طبيعة العلاقة بين التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد، بالإضافة إلى الاستفادة من التوصيات المتوصل إليها. وفي تحديد طبيعة المنهج المناسب لمعالجة الموضوع.</p>	<p>ركزت هذه الدراسة على الامداد التجاري الالكتروني كضرورة للمنافسة في ظل تفشي فيروس كورونا. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد وبالتالي الاختلاف يكمن في متغيرات الدراسة. ولكن هذه الدراسة السابقة تناولت جزء من أجزاء الدراسة الحالية.</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا أحد عناصر الدراسة وهي الامداد التجاري الالكتروني</p>	<p>مومني عبد القادر وآخرون 2020</p>
<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد طبيعة العلاقة بين التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد، وفي بناء نموذج الدراسة.</p>	<p>ركزت هذه الدراسة على دراسة أثر ممارسات سلسلة الإمداد الإلكترونية على تعزيز القدرات التسويقية. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد وبالتالي الاختلاف يكمن في متغيرات الدراسة. ولكن هذه الدراسة السابقة تناولت جزء من أجزاء الدراسة الحالية.</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا أحد عناصر الدراسة وهي الامداد الالكتروني</p>	<p>عبد العزيز دسوقي كمال نوبجي 2023</p>
<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في معالجة أحد أجزاء الدراسة، وفي بناء نموذج الدراسة، وفي منهجية الدراسة الميدانية.</p>	<p>ركزت هذه الدراسة على دور التجارة الالكترونية في دور الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق الإيرادات في ظل تداعيات جائحة كورونا . أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد وبالتالي الاختلاف يكمن في متغيرات الدراسة. ولكن هذه الدراسة السابقة تناولت جزء من أجزاء الدراسة الحالية</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا أحد عناصر الدراسة وهي الامداد التجاري الالكتروني</p>	<p>بن فناش موسى، نوفل سمايلي 2024</p>

<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد المفاهيم النظرية الخاصة بمتغير التجارة الالكترونية.</p>	<p>ركزت هذه الدراسة على إدارة سلاسل التوريد الخضراء وأثرها على تحسين جودة الخدمات لشركات الأدوية المصرية أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد وبالتالي فالاختلاف في المتغير التابع.</p>	<p>تتشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا نفس المتغير المستقل (التجارة الالكترونية)</p>	<p>سيد هارون، جمعة عبد الحفيظ 2024</p>
--	--	---	--

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على الدراسات السابقة

### المطلب الثالث: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

هناك بعض الدراسات السابقة التي كانت على شكل مقالات علمية ورسائل جامعية باللغة الأجنبية، سيتم التطرق إليها من خلال عرض مختلف الجوانب الخاصة بكل دراسة أجنبية.

الدراسة الأولى: رسالة تخرج للطالب: **Laith Al-rubaiee** : بعنوان :

#### “The Impact of E-Commerce on Supply Chain: Management (SCM) and E-Marketplace Usage Analytical Study On Companies that Use E-Commerce in Amman – Managers’ Perspective.”

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ماي 2011.

عالجت هذه الدراسة اشكالية أثر التجارة الالكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام الأسواق الالكترونية في شركات الأعمال التي تستخدم التجارة الالكترونية في مدينة عمان، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الأهمية لمنافع التجارة الالكترونية واستخدام الأسواق الالكترونية وإدارة سلاسل التوريد كانت كلها متقاربة. وأن التأثير المباشر لمنافع التجارة الالكترونية على إدارة سلاسل التوريد كان أعلى من التأثير المباشر لاستخدام الأسواق الالكترونية على إدارة سلسلة التوريد. كما تم تسجيل وجود أثر ايجابي مباشر لمنافع التجارة الالكترونية على استخدام الأسواق الالكترونية في شركات الأعمال العاملة بالتجارة الالكترونية في مدينة عمان.

الدراسة الثانية: مقال للباحث **Alexander Harsono** بعنوان :

#### “THE IMPACT OF E-COMMERCE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AT DELL INC.”

مقال منشور بمجلة:

Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST) Vol. 1  
Issue 3, October – 2014

عاجلت هذه الدراسة اشكالية تأثير التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد SCM دراسة حالة عن شركة Dell Inc من خلال معالجة الأنشطة المختلفة التي شاركت فيها عملية إدارة سلسلة التوريد؛ المعلومات والمنتجات والتدفقات المالية. ثم تم توضيح الطرق التي يمكن من خلالها التجارة الإلكترونية وكيف يتم دمجها في إدارة سلسلة التوريد لتحقيق مكاسب المزايا التنافسية في بيئة الأعمال الديناميكية. وتوصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية لديها القدرة على أن يكون لها التأثير على التدفقات المادية والمعلوماتية والمالية سلاسل التوريد. هذه الورقة هي الأصل والدراسة التجريبية ذلك سيكون بمثابة مساهمة لممارسي الأعمال و الأوساط الأكاديمية.

**الدراسة الثالثة:** مقال للباحثان: **Angelina Obenewaa Antwi, Abigail Owusu-Agyem**

بعنوان:

**“THE IMPACT OF ECOMMERCE ADOPTION ON LOGISTICS COMPANIES.”**

مقال منشور بمجلة:

European Journal of Business, Economics and Accountancy. Vol. 8, No. 1, 2020.

عاجلت هذه الدراسة اشكالية تأثير التجارة الإلكترونية على شركات الخدمات اللوجستية، وتوصلت الدراسة إلى أن تحديات اعتماد التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عوامل: عوامل الأعمال، عوامل الإدارة، العوامل الخارجية. بعض العوامل البيئية كانت؛ نظام العناوين الدقيق والدعم والسياسات الحكومية ونظام النقل عالي الجودة وما إلى ذلك. كانت العوامل المتعلقة بالأعمال التجارية هي؛ تكلفة الآثار، المعدات التكنولوجية، قدرة الأعمال على توفير الثقة والخصوصية في المعاملات. وكشفت الدراسة أيضاً أن مستوى الإدارة التعليمي، والتزام المالكين أو المساهمين، ومعدل المعرفة بالتجارة الإلكترونية كانت أكثر العوامل الإدارية. علاوة على ذلك، كشفت الدراسة عن وجود ارتباطات إيجابية بين التجارة الإلكترونية والخدمات اللوجستية

**الدراسة الرابعة:** مقال للباحث **Hao Sun** بعنوان :

**“A Literature Review of E-commerce Supply Chain Management”**

مقال منشور بمجلة

BCP Business & Management. Vol 20, 2022.

عاجلت هذه الدراسة اشكالية دمج مؤسسات التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد الخاصة بها للحصول على ميزة تنافسية في المستقبل. وعالج هذا المقال الأنماط الثلاثة السائدة لسلسلة توريد التجارة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن شركات التجارة الإلكترونية المختلفة تقوم بتحليل عملية تشغيل هذه الأنماط الثلاثة لسلسلة توريد التجارة الإلكترونية، لتوفير قيمة مرجعية لأصحاب المصلحة في الصناعة وتوفير بعض الإلهام لتطوير إدارة سلسلة التوريد للتجارة الإلكترونية في المستقبل.

الدراسة الخامسة: مقال للباحث SHREYA TIWARI بعنوان :

**“IMPACT OF E-COMMERCE ON SUPPLY CHAIN MANAGEMENT”**

مقال منشور بمجلة:

International Journal Of Creative Research Thoughts (IJCRT), Volume 11,  
Issue 4 April 2023.

عالجت هذه الدراسة تأثير التجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد وتأثيراتها المستقبلية المحتملة وتوصلت الدراسة إلى التعرف على الخطوات العديدة في عملية SCM ، بما في ذلك نقل المعلومات والسلع والأموال. ودمج التسوق عبر الإنترنت في SCM من أجل تحقيق ميزة تنافسية في بيئة أعمال سريعة الخطى. أشارت النتائج إلى أن التدفقات المادية والمعلوماتية والمالية لسلاسل التوريد يمكن أن تتأثر بالتجارة الإلكترونية.

الدراسة السادسة: مقال للباحث Debosree Ghosha, Sourashis Routh بعنوان :

**“The Impact of E-commerce on Industrial Supply Chain Management in West Bengal: An Analysis”**

مقال منشور بمجلة:

International Journal of Research Publication and Reviews, Vol 4, no 9, pp  
164-169 September 2023.

عالجت هذه الدراسة اشكالية تأثير تطبيقات التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد الصناعية. من خلال التعرف على الدوافع والتحديات والفرص المرتبطة بدمج التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد الصناعية، مع التركيز على المشتريات وإدارة المخزون والخدمات اللوجستية وخدمة العملاء. وتوصلت الدراسة إلى وجود رؤى قيمة حول التأثيرات التحويلية للتجارة الإلكترونية على سلسلة التوريد الصناعية من خلال دراسة التغييرات في مختلف جوانب إدارة سلسلة التوريد؛ بما في ذلك المشتريات وإدارة المخزون والخدمات اللوجستية وخدمة العملاء. ويمكن تلخيص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات الأجنبية السابقة والدراسة الحالية وكيفية الاستفادة منها وفقاً للجدول رقم 03.

الدراسة السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
<p><b>Laith Al-rubaiee</b> <b>2011</b></p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا متغير التجارة الالكترونية ومتغير سلاسل الامداد. مع اضافة متغير وسيطي في الدراسة السابقة.</p>	<p>ركزت هذه الدراسة اشكالية أثر التجارة الالكترونية على إدارة سلسلة التوريد واستخدام الأسواق الالكترونية في شركات الأعمال. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>	<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب النظري، من خلال فهم المصطلحات الخاصة بمتغيرات الدراسة. كما تمت الاستفادة في منهجية الجانب التطبيقي.</p>
<p><b>Alexander Harsono</b> <b>2014</b></p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا متغير التجارة الالكترونية ومتغير سلاسل الامداد. مع اضافة متغير وسيطي في الدراسة السابقة.</p>	<p>عالجت هذه الدراسة اشكالية تأثير التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد SCM. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>	<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة حول كيفية عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها، بالإضافة إلى الاستفادة من التوصيات المتوصل اليها.</p>
<p><b>Abigail Owusu-Agyem</b> <b>Angelina Obenewaa Antwi</b> <b>2020</b></p>	<p>تشابه الدراستين في أن كلاهما تناولتا متغير التجارة الالكترونية، وأحد أبعاد سلاسل الامداد</p>	<p>اشكالية تأثير التجارة الالكترونية على شركات الخدمات اللوجستية. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور</p>	<p>تمت الاستفادة من هذه الدراسة في كيفية عرض النتائج ، بالإضافة إلى الاستفادة من العلاقة القائمة بين التجارة الإلكترونية مع أحد أبعاد سلاسل الامداد.</p>

	<p>الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>		
<p>تمثلت الاستفادة من هذه الدراسة في بناء نموذج الدراسة، وفي منهجية الجانب التطبيقي.</p>	<p>عاجلت هذه الدراسة دمج مؤسسات التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد الخاصة بها للحصول على ميزة تنافسية في المستقبل. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا متغير التجارة الإلكترونية ومتغير سلاسل الامداد، مع اضافة متغير وسيطي في الدراسة السابقة.</p>	<p><b>Hao Sun 2022</b></p>
<p>تمثلت الاستفادة من هذه في فهم الامداد التجاري الإلكتروني، وفي عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها.</p>	<p>عاجلت هذه الدراسة دمج مؤسسات التجارة الإلكترونية في سلسلة التوريد الخاصة بها للحصول على ميزة تنافسية في المستقبل. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا متغير التجارة الإلكترونية ومتغير سلاسل الامداد. مع اضافة متغير وسيطي في الدراسة السابقة.</p>	<p><b>SHREYA 2023 TIWARI</b></p>

<p>تمت الاستفادة من هذه الدراسة في أهداف الدراسة والمنهجية المتبعة خاصة في الجانب التطبيقي.</p>	<p>عاجلت هذه الدراسة اشكالية تأثير تطبيقات التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد الصناعية. أما الموضوع محل الدراسة فهو دراسة مساهمة التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الامداد لكي نصل لصور الامداد التجاري وبالتالي فالاختلاف في أهداف الدراسة.</p>	<p>تشابه الدراستين في كون كلاهما تناولتا متغير التجارة الإلكترونية ومتغير سلاسل الامداد. مع اضافة متغير وسيطي في الدراسة السابقة.</p>	<p><b>Debosree Ghosha, Sourashis Routh 2023</b></p>
---	--	---	---

**المصدر:** من إعداد الطالبان بالاعتماد على الدراسات السابقة

من خلال ما تقدم من توضيح وشرح لأهم الدراسات السابقة المختلفة، يمكن تلخيص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة ( الرسائل العلمية باللغة العربية، المقالات العلمية باللغة العربية، الدراسات باللغة الأجنبية)، مع الدراسة الحالية كما يلي:

**1. أوجه التشابه:**

- التركيز على تحسين سلاسل الإمداد: مثل الدراسات السابقة، تركز دراستنا على التأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية على تحسين كفاءة وأداء سلاسل الإمداد.
- استخدام الأدوات التحليلية: من خلال تحليل عميق لعمليات الإمداد والتجارة الإلكترونية في الشركة، نستخدم أدوات تحليلية مماثلة لفهم العلاقات والتأثيرات، مثل تحليل البيانات والإحصاءات.
- تقديم التوصيات العملية: مثل الدراسات السابقة، سنقدم توصيات عملية تهدف إلى تحسين أداء سلاسل الإمداد، والتي يمكن أن تتضمن تبني استراتيجيات جديدة لتحسين التكامل بين التجارة الإلكترونية وعمليات الإمداد.

**2. أوجه الاختلاف**

- توجه التجارة الإلكترونية المختلف: تعتبر شركة Amazon منصة تجارة إلكترونية مختلفة بالنسبة للسوق والمنتجات التي تقدمها والتحديات التي تواجهها، مما يجعلها مختلفة عن تلك الموجودة في الشركات الأخرى المدرجة في الدراسات السابقة.

- التطبيق العملي للدراسة: ركزت الدراسة الحالية على تحليل لكيفية تنفيذ التجارة الكترونية في سلاسل الإمداد لشركة Amazon، مما يساعد على الفهم الجيد لتأثيرات هذه التقنيات في الواقع العملي.

كما يمكن تلخيص ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- التركيز على الشركات الرائدة: بدل التركيز على عينة عشوائية من الشركات، تم التركيز على Amazon، التي تعتبر من بين أكبر وأجبح الشركات في مجال التجارة الإلكترونية، مما يعزز قيمة الدراسة وتأثيرها المحتمل.

- التحليل الشامل والمقارنة: في هذه الدراسة قام الطلبة بتحليل شامل لتطبيق التجارة الإلكترونية في Amazon، مما يتيح لنا إجراء مقارنات دقيقة واستخلاص التوصيات لتحسين سلاسل الإمداد.

- المساهمة في فهم التجارة الإلكترونية وسلاسل الإمداد: من خلال تقديم النتائج والتوصيات، التي ستساهم في تعزيز الفهم العميق لكيفية تأثير التجارة الإلكترونية على عمليات سلاسل الإمداد، وكيفية الاستفادة من هذا التأثير بشكل فعال ودائم.

### خلاصة الفصل الأول

من خلال ما تقدم يمكن القول بان العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، حيث أحدثت التجارة الإلكترونية ثورة في طريقة عمل الشركات وديناميكيات سلسلة التوريد الحديثة. مع ظهور التسوق عبر الإنترنت، أصبحت الشركات قادرة الآن على جمع المعلومات بسهولة حول احتياجات ورغبات العملاء، والبيع عبر الإنترنت، والوصول إلى مجموعة واسعة من العملاء، وتسليم المنتجات بسرعة وبتكلفة منخفضة في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، فإن هذه الطريقة الجديدة لممارسة الأعمال التجارية قد جلبت تحديات جديدة يجب على الشركات التغلب عليها لتظل قادرة على المنافسة وتحقيق أنماط استهلاك أكثر استدامة.

---

---

## الفصل الثاني: الاطار التطبيقي للدراسة

---

---

المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة التطبيقية

---

---

### تمهيد الفصل

بعد الاحاطة بمختلف جوانب موضوع الدراسة من الناحية النظرية، وباعتبار أن أي دراسة نظرية يجب أن تعقبها دراسة تطبيقية لمحاولة إسقاط أو معرفة مدى التطبيق في الواقع العملي. تم اختيار شركة "Amazon"، حيث أن هذه الشركة تقدم نماذج ملهمة لتطبيق التكنولوجيا في تحسين عمليات الإمداد، تعتمد هذه الشركة على أنظمة إدارة الطلب والتوريد المبتكرة والمتطورة، مما يسهم في تحسين الكفاءة والدقة في إدارة المخزون وتوجيه المنتجات للعملاء بشكل أسرع وأكثر فعالية، بفضل استخدام التحليلات الضخمة والذكاء الاصطناعي، تستطيع هذه الشركات تحديد الاتجاهات وتوقع الطلب بدقة، مما يمكنها من تخطيط الإنتاج وإدارة المخزون بشكل أفضل.

وسيتم التطرق في هذا الفصل للإطار التطبيقي للدراسة، من خلال دراسة حالة لشركة "Amazon" ومعرفة كيفية مساهمة تجارتها الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد الخاصة بنشاطها.

### المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة

تم تخصيص هذا المبحث للتعريف بالمؤسسة محل الدراسة والتي كانت حول شركة، وسيتم التطرق في هذا المبحث للتعريف بهذه الشركة من حيث المعلومات الخاصة بها، وكيفية انشائها وتطورها، بالإضافة إلى التطرق لأنشطتها والخدمات التي تقدمها.

### المطلب الأول التعريف بشركة Amazon

"Amazon" هي مؤسسة أمريكية للتجارة الإلكترونية، بدأت ببيع الكتب ثم توسعت منتجاتها، لتحدث ثورة في عالم التسويق والمتاجر الإلكترونية. فتحت مؤسسة أمازون أبوابها الافتراضية على شبكة الويب العالمية في جويلية 1995 بولاية واشنطن على يد "جيف بيزوس" الذي بدأ بتأسيس شركة خاصة للبيع عبر الانترنت، اختار بيزوس اسم أمازون إشارة إلى نهر الأمازون الذي يعد الأكبر في العالم مما يتوافق مع هدفه بأن يكون له أكبر متجر في العالم، حيث يركز على أربعة مبادئ: هوس العملاء بدلاً من التركيز على المنافسين، والشغف بالابتكار، والالتزام بالتميز التشغيلي، والتفكير على المدى الطويل في كل جزء من الشرائح، ومنذ سنة 2000 ظهر شعار أمازون سهما يشبه الابتسامة يمتد من حرف الألف A إلى آخر حرف في الأبجدية اللاتينية Z ويشير إلى أن المؤسسة توفر كل المنتجات أي من الألف إلى الياء، وتهدف إلى رضا الزبون<sup>1</sup>.

ينتمي موقع أمازون إلى المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية التي تمثل فضاء حقيقي للمحلات داخل الشبكة عن طريقها يستطيع الزائر الحصول على كل ما يحتاجه، تكون عموماً على شكل قوائم (كتالوجات) أو على شكل إشهار لكل ما هو معروض.

كما يمكن تقديم بطاقة فنية عن شركة Amazon تشمل العناصر الأساسية الخاصة بها من خلال الجدول رقم 04.

<sup>1</sup> حليلة خنوس وآخرون، استراتيجيات المؤسسات الافتراضية -دراسة حالة مؤسسة أمازون-، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 15، 2019، ص 92.

جدول رقم -04-: بطاقة فنية حول شركة Amazon

المعلومة	الوصف
اسم الشركة	أمازون. كوم، وشهرتها أمازون بالإنجليزية: Amazon.com, Inc
المقر الرئيسي	سياتل، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية
تاريخ التأسيس	5 يوليو 1994
الفروع	ألمانيا سنة 1998، بريطانيا سنة 1998، فرنسا سنة 2000، اليابان سنة 2000، كندا سنة 2002، الصين سنة 2004، إيطاليا سنة 2010، إسبانيا سنة 2011، الهند سنة 2012، المكسيك سنة 2013، أستراليا سنة 2013، هولندا سنة 2014.
المؤسس	"جيف بيزوس"
الرئيس التنفيذي	"أندي جاسي"
القطاع	تجارة إلكترونية، حوسبة سحابية، ذكاء اصطناعي، خدمات رقمية
الموظفون	أكثر من 1.6 مليون موظف
الإيرادات	469.8 مليار دولار أمريكي
القيمة السوقية	تريليون دولار أمريكي 1.1
الموقع الإلكتروني	<a href="https://www.amazon.com">https://www.amazon.com</a>

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع شركة Amazon

من خلال الجدول يلاحظ بأن شركة Amazon هي شركة أمريكية تقع بالولايات المتحدة الأمريكية وتأسسها كان سنة 1994. كما للشركة عدة فروع خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

كم يمكن توضيح لمحة سريعة عن حجم أمازون الهائل وصحتها المالية واهتماماتها التجارية المتنوعة وفقا للجدول رقم 05.

جدول رقم -05-: بطاقة فنية حول معايير نشاط شركة Amazon

المعيار	محتوى المعيار
موقف السوق القيمة السوقية	تتقلب القيمة السوقية لشركة أمازون بشكل متكرر ولكنها تتراوح بين 1.5 تريليون دولار إلى 2 تريليون دولار.
أداء السهم	أظهر سهم أمازون (AMZN) نموًا كبيرًا على مر السنين، وغالبًا ما يُنظر إليه على أنه رائد لقطاعي التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية.
قطاعات الأعمال	تدير أمازون أكبر منصة للتجارة الإلكترونية على مستوى العالم، حيث تضم ملايين البائعين والمشتريين. Amazon Web Services (AWS): AWS هي شركة رائدة في مجال توفير الخدمات السحابية، وتساهم بشكل كبير في إيرادات وربحية Amazon. وفي الربع الرابع من عام 2021، حققت AWS إيرادات تبلغ حوالي 17.78 مليار دولار.
الإعلان	نمت أعمال الإعلان في أمازون بسرعة، لتصبح واحدة من أفضل اللاعبين في سوق الإعلانات الرقمية.
خدمات الاشتراك	تشمل Amazon Prime الذي يضم أكثر من 200 مليون مشترك حول العالم. القوى العاملة.
الموظفون	توظف Amazon أكثر من 1.6 مليون شخص على مستوى العالم، مما يجعلها واحدة من أكبر أرباب العمل في العالم.
الوصول العالمي والتواجد الجغرافي	تعمل Amazon في العديد من البلدان عبر أمريكا الشمالية وأوروبا وآسيا وخارجها، مع مواقع ويب مخصصة ومراكز تنفيذ مصممة خصيصًا للأسواق الإقليمية.
الابتكارات والاستثمارات في التكنولوجيا	كانت Amazon في طليعة العديد من الابتكارات التكنولوجية، بما في ذلك تطوير الأجهزة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي مثل Alexa، والتقدم في الخدمات اللوجستية باستخدام طائرات التوصيل بدون طيار المستقلة، والمزيد. الاستدامة: تعهدت أمازون بالوصول إلى صافي انبعاثات كربونية صفرية بحلول عام 2040 وتستثمر في مشاريع الطاقة المتجددة والممارسات المستدامة.
العملاء النشطون	لدى Amazon أكثر من 300 مليون حساب عميل نشط حول العالم.
MGM Studios	تم الاستحواذ عليها مقابل 8.45 مليار دولار في عام 2022 لدعم قسم الترفيه التابع لها.

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع<sup>1</sup>: [Ir.aboutamazon.com](https://ir.aboutamazon.com)

من خلال الجدول يلاحظ بأن شركة Amazon يستمر تأثيرها على التجارة العالمية والتكنولوجيا والثقافة في النمو، مما يجعلها لاعباً محورياً في العديد من الصناعات والمجالات.

### المطلب الثاني: نشأة وتطور شركة Amazon

قام أحد الشبان يدعى **Jeff Bezos** يبلغ من العمر 29 سنة يعمل كنائب رئيس ومحلل مالي لشركة "دي.اي.شو" **D.E shaw**، إحدى شركات وول ستريت، ونظراً لتطلعه في مجال الانترنت أخذته النمو السريع لها ومحاولة منه للاستفادة المالية من هذه الأداة التسويقية الجديدة، وضع قائمة من عشرين منتجاً يمكن أن تجد لها سوقاً رائجة على شبكة الانترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه القائمة، ولذلك أسس شركة لبيع الكتب سماها **Amazon.com** وبعد مضي ست سنوات بلغت مبيعاتها السنوية ما يزيد عن 2 بليون دولار وقائمة تزيد عن 20 مليون عميل، ومع نمو الشركة استمرت في التعرف على فرص نمو استراتيجية، ففي سنة 1998 بدأت تبيع أشرطة موسيقية وأشرطة فيديو وقد استمرت في التوسع في معروضات خط منتجاتها حيث تشمل الآن سلعا استهلاكية متنوعة بما فيها الإلكترونيات والبرمجيات والفنون والأجهزة المنزلية، وبالتالي أصبحت هذه الشركة تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة وبهذا صار **Bezos** وشركته **Amazon** واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

ينتمي موقع أمازون إلى المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية التي تمثل فضاء حقيقي للمحلات داخل الشبكة عن طريقها تستطيع الحصول على كل ما تحتاجه، تكون عموماً على شكل قوائم (كتالوجات) أو على شكل إشهار لكل ما هو معروض.<sup>3</sup>

كما يمكن توضيح مراحل تطورها كما يلي:

<sup>1</sup><https://ir.aboutamazon.com/news-release/news-release-details/2024/Amazon.com-Announces-Fourth-Quarter-Results/default.aspx>

تاريخ الاطلاع: 2024/04/05، الساعة: 21:00

<sup>2</sup> حرمة وفاء، تلي سيف الدين، واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية أنموذجاً"، مجلة المدير، المجلد 9، العدد 02، 2022، ص 45.

<sup>3</sup> موسى سهام، تحليل تنافسية المتاجر الإلكترونية دراسة حالة موقع أمازون، مجلة الباحث، العدد 07، 2010، ص 267.

1. **البداية البسيطة:** تأسست أمازون في عام 1994 على يد جيف بيزوس في مدينة سياتل بولاية واشنطن الأمريكية. بدأت الشركة كشركة بيع كتب عبر الإنترنت، مع التركيز الأساسي على توفير تشكيلة واسعة من الكتب بأسعار تنافسية.

2. **النمو السريع:** بفضل استراتيجيتها القوية والابتكارية، نمت أمازون بسرعة لتضيف مجموعة واسعة من المنتجات إلى عروضها، بما في ذلك الإلكترونيات والأجهزة المنزلية والملابس وغيرها. كما قامت بتوسيع نطاق عملياتها لتشمل أسواق دولية.

3. **الابتكار المستمر:** منذ بدايتها، كان لدى أمازون سجل طويل من الابتكار، بما في ذلك إطلاق خدمات مثل Amazon Prime التي توفر شحن مجاني وسريع للمشتريات، و Amazon Web Services (AWS) التي توفر خدمات الحوسبة السحابية.

4. **التوسع في قطاعات جديدة:** في السنوات الأخيرة، قامت أمازون بالتوسع إلى قطاعات جديدة مثل الصناعات الغذائية والتجارة الفعالة عبر الإنترنت والرعاية الصحية، مما جعلها تصبح شركة متعددة الجوانب تعمل في مجموعة متنوعة من الصناعات.

5. **المكانة العالمية:** اليوم، تعتبر أمازون واحدة من أكبر الشركات العالمية من حيث القيمة السوقية والإيرادات، وتشغل مواقع في عدة دول حول العالم. توظف أمازون مئات الآلاف من الموظفين وتقدم خدماتها لملايين العملاء عبر العالم.

### المطلب الثالث: منتجات وخدمات شركة Amazon

تقدم شركة "Amazon" العديد من السلع والخدمات المتعددة، وتمارس كل عملياتها إلكترونياً عن طريق التجارة الإلكترونية، وبالرغم من ذلك فهي تمتلك مخازن تحفظ فيها كل السلع والتي ترسلها عن طريق مكاتب وشركات للشحن. وتعتبر خدمة "Prime" العنصر الرئيسي في استراتيجية Amazon في تطبيقها للتجارة الإلكترونية. هناك العديد من المنتجات والخدمات التي تقدمها Amazon يمكن توضيحها من خلال الجدول رقم 06.

جدول رقم -06-: خدمات ومنتجات شركة Amazon

الخدمة / المنتج	محتوى الخدمة / المنتج
متجر أمازون	بيع بالتجزئة عبر الإنترنت لمجموعة واسعة من المنتجات
Amazon Prime	خدمة اشتراك تُتيح شحنًا مجانيًا سريعًا ومحتوى ترفيهي رقمي
Amazon Marketplace	منصة لبيع المنتجات من قبل جهات خارجية
Amazon Web Service	منصة حوسبة سحابية
Amazon Alexa	مساعد ذكي افتراضي
Amazon Kindle	قارئ إلكتروني.
Amazon Fire TV	جهاز بث تلفزيوني
Amazon Music	خدمة بث موسيقى
Amazon Prime Video	خدمة بث فيديو
Amazon Fresh	خدمة توصيل بقالة إلى المنازل
Amazon Pantry	خدمة توصيل للمنتجات الغذائية غير القابلة للتلف
Amazon Go	متاجر بدون أمين صندوق
Amazon Robotics	شركة تابعة تُطور روبوتات تُستخدم في المستودعات
الاستثمارات	استثمارات في شركات ناشئة ومشاريع جديدة في مجالات مختلفة

خدمات جديدة محتملة	قد تشمل خدمات جديدة في مجالات مثل: النقل الذاتي، الطاقة المتجددة، الرعاية الصحية، الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي.
-----------------------	--

**المصدر:** من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع شركة Amazon

من خلال الجدول يلاحظ بأن شركة Amazon تتنوع خدماتها وأنشطتها، وهذا ما يدل على تنوع نطاقها التجاري، وتنوع سلسلة الامداد الخاصة بها.

كما يمكن توضيح المميزات والتفضيلات التي تقدمها الشركة وفقا للجدول رقم 07.

**الجدول رقم -07-: المميزات والتفضيلات التي تقدمها شركة Amazon**

حصة المستجيبين	الصفة المستجيبة
79.8 %	شحن سريع ومجاني
68.9 %	مجموعة واسعة - بيع كل ما يحتاجه الزبون
65.7 %	العضوية الرئيسية
49.2 %	أفضل الأسعار
43.7 %	سهولة عملية الارجاع
42 %	تسويق رقمي
40.5 %	تقييمات وتوصيات المنتج
22.3 %	عناصر فريدة لا تتوفر في منتج آخر
17.8 %	التواصل الاستباقي أثناء التسليم
2.4 %	أخرى

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع **Statista.com**

من خلال الجدول يلاحظ بأن شركة أمازون تقدم العديد من المميزات والتفضيلات لمستخدمي الإنترنت عبر العالم من خلال سلسلة توريد فعالة تسمح لهم باختيار شركة أمازون كوجهة دائمة للتسوق على غرار باقي الشركات بحيث نجد الشريحة الأكبر من المستهلكين (79.8%) يفضلون شركة أمازون لميزتها في شحن السريع والمجاني لمختلف أنحاء العالم وذلك لامتلاكها شركات نقل وأسطول (جوي، بحري، أرضي) بمواصفات عالمية وأحدث التقنيات وأمنة للحفاظ على المنتجات وضمان وصولها للمستهلكين بأحسن جودة وفي وقت مناسب، أما في ما يخص الشريحة (68.9%) يفضلون شركة أمازون لاحتوائها على مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات (كتب ومجلات، مأكولات، ملابس، أجهزة كهربائية، سيارات، مجوهرات....) بحيث تسعى شركة أمازون لتوفير كل ما يحتاجه المستهلك أما الشريحة (65.7%) فيفضلون شركة أمازون كونها تحتل المرتبة الرئيسية فالعالم من ناحية تقديم المنتجات والخدمات هذا الأمر يجعل من المستهلك يحس بالضمان والمصداقية تليها كل من الشرائح الأخرى بنسب متفاوتة (49.2%) لاحتوائها على أفضل الأسعار و(43.7%) بالنسبة لخدمة عملية إرجاع سهلة التي توفرها الشركة و(42%) كونها توفر أحسن تجربة تسوق رقمية و(40.5%) لوجود خاصية التقييمات وتوصيات على المنتج و (22.3%) كون أن منصة شركة أمازون توفر عناصر فريدة لا يمكن العثور عليها في أي مكان آخر (مصنوع يدويا، عتيق، مخصص) و(17.8%) لتوفر خدمة التواصل الاستباقي أثناء عملية التسليم و(2.4%) يرغبون للتسوق في شركة أمازون لأسباب أخرى مختلفة ومتعددة.

ويمكن توضيح أهم الخدمات المقدمة من طرف متجر Amazon كنموذج لعناصر الميزة التنافسية بالنسبة للمتجر<sup>1</sup>:

- **محرك البحث 9A.com**: أطلقت شركة Amazon عملاق تجارة التجزئة على شبكة الأنترنت النسخة Beta Version من محرك البحث 9A.com، وأعلنت في سبتمبر 2004 عن تكوير ليكون مجرد أداة بحث ليساعد المستخدمين على البحث عن المنتجات والتسوق على الموقع الرئيسي للشركة، ومحرك البحث كان مدعوما تقنيا من شركة Amazon ومن شركة أليكسا للتحقق من الترويج على مواقع الأنترنت ومن محرك البحث الأكثر شهرة.

<sup>1</sup> موسي سهام، مرجع سبق ذكره، ص 273.

-خدمة الفحص عن طريق Amazon: أطلقت الشركة خدمة باسم " الفحص عن طريق أمازون"، وهي الخدمة التي أتاحت لتلك المواقع الالكترونية استخدام نظام شراء المنتجات من Amazon بضغطة واحدة على فارة الحاسوب، وهو النظام الذي يحسب قيمة ضريبة المبيعات وتكاليف الشحن بسهولة، ويمكن أيضا للعملاء من تتبع منتجاتهم التي قاموا بشرائها خلال عملية الشحن.

### المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة التطبيقية

لقد خصص هذا المبحث لتحليل المعطيات المتحصل عليها من الاحصائيات الخاصة بالنشاط التجاري الالكتروني وسلاسل الامداد لشركة Amazon.

### المطلب الأول: تقييم الأداء التجاري لشركة Amazon

#### 1. التقييم السنوي لشركة Amazon

يمكن توضيح احصائيات التقييم السنوي لشركة Amazon وفقا للجدول رقم 08.

الجدول رقم-08: التقييم السنوي لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى بداية 2024

التقييم	السنة
919	2020
1549	2021
1641	2022
1005	2023
1784	بداية 2024

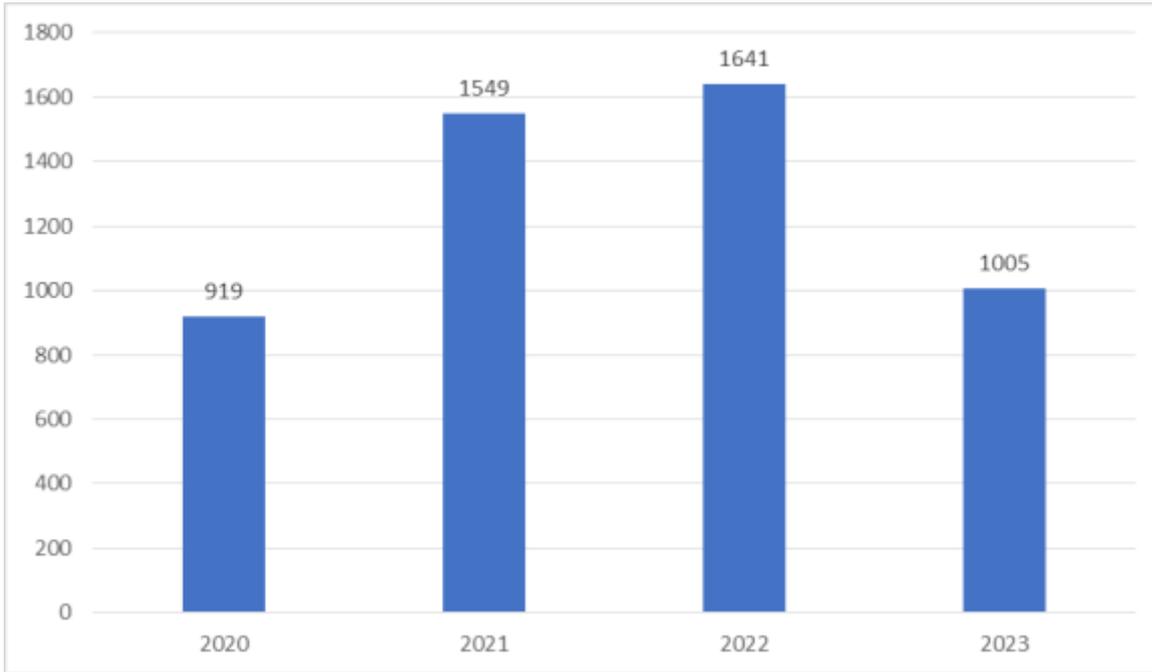
(الوحدة: مليار دولار)

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع Statista.com

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة الأمازون ارتفعت بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة من 919(مليار دولار) في عام 2020 إلى 1784(مليار دولار) في عام 2024.

كما يمكن اسقاط بيانات الجدول وفقا للشكل رقم 03.

الشكل رقم -03: التقييم السنوي لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى 2024



المصدر: من اعداد الطالبان باستخدام برنامج Excel وبالاعتماد على معطيات الجدول رقم 08.

2. العدد السنوي لموظفي لشركة Amazon

كما يمكن توضيح العدد السنوي لموظفي لشركة Amazon للفترة: من 2020 إلى 2023 وفقا للجدول رقم 09.

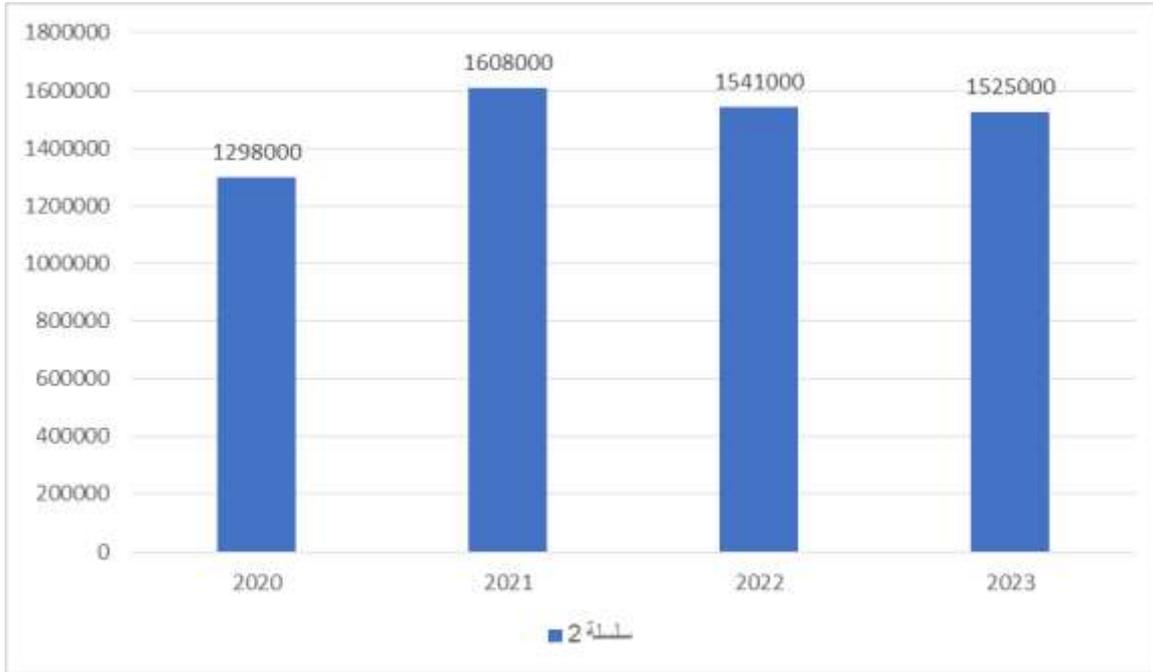
الجدول رقم -09-: العدد السنوي لموظفي شركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023

عدد الموظفين	السنة
1.298.000	2020
1.608.000	2021
1.541.000	2022
1.525.000	2023

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع Statista.com

كما يمكن اسقاط بيانات الجدول وفقا للشكل رقم 04.

الشكل رقم -04-: العدد السنوي لموظفي شركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023



المصدر: من اعداد الطالبان باستخدام برنامج Excel وبالاعتماد على معطيات الجدول رقم 09.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الموظفين في شركة أمازون بلغ ذروته في عام 2021 عندما وظفت شركة التجارة الإلكترونية الأمريكية متعددة الجنسيات 1.60.8000 موظف بدوام كامل وجزئي، دون احتساب المقاولين الخارجيين. لكن في عام 2023، انخفض العدد إلى 1.525.000

الجدول رقم-10-: تطور جملة من المتغيرات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023

السنة	رقم الاعمال السنوي (بالدولار الأمريكي)	النتيجة الصافية (بالدولار الأمريكي)	النفقات التسويقية (بالدولار الأمريكي)	عدد الزوار (بالملايين)
2019	705.63 مليار	12.56 مليار	63.4 مليار	545.0
2020	1.063.28 مليار	44.57 مليار	75.4 مليار	645.0
2021	1.363.42 مليار	24.75 مليار	85.3 مليار	705.0
2022	1.460.51 مليار	11.61 مليار	92.2 مليار	765.0
2023	1.644.94 مليار	14.23 مليار	100.0 مليار	825.0

**المصدر:** من إعداد الطالبان بالاعتماد على مؤشر <sup>1</sup>Agility

يوضح الجدول ان أمازون شهدت نموًا هائلاً في رقم أعمالها خلال السنوات الخمس الماضية، مدفوعة بزيادة الطلب على التجارة الإلكترونية والخدمات السحابية بحيث بلغ رقم الاعمال في عام 2019 (705.63 مليار دولار) ثم شهد ارتفاع كبير في سنوات الأخيرة لتصل في 2023 (1644.94 مليار دولار) وارتفعت النتيجة الصافية للشركة بشكل كبير في عام 2020 مدفوعة بوباء COVID-19، حيث لجأ المزيد من الأشخاص إلى التسوق عبر الإنترنت بحيث بلغت في عام 2019 (12.56 مليار دولار) ثم شهدت تذبذب كبير في سنوات الأخيرة بين زيادة و نقصان لتصل في عام 2023 ( 14.23 مليار دولار) و ارتفعت النفقات التسويقية للشركة بشكل مطرد خلال السنوات الخمس الماضية، حيث تستثمر أمازون في توسيع نطاقها العالمي وجذب المزيد من العملاء من عام 2019 (63.4 مليار دولار ) لتبلغ في عام 2023 ( 100.0 مليار دولار) و ارتفع عدد زوار موقع أمازون الإلكتروني بشكل كبير خلال السنوات الخمس الماضية، مما يدل على شعبيتها المتزايدة من (545.0 مليون) في عام 2019 الى (825.0 مليون) في عام 2023.

**3. تحليل مبيعات وايرادات شركة Amazon**

يمكن توضيح الاحصائيات الخاصة بمبيعات وايرادات شركة للفترة الممتدة من 2020 إلى غاية 2023 وفقاً للجدول رقم 11.

**الجدول رقم-11-: إيرادات المبيعات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023**

الايادات ( المبيعات )	السنة
386	2020
470.8	2021
513.9	2022
574.9	2023

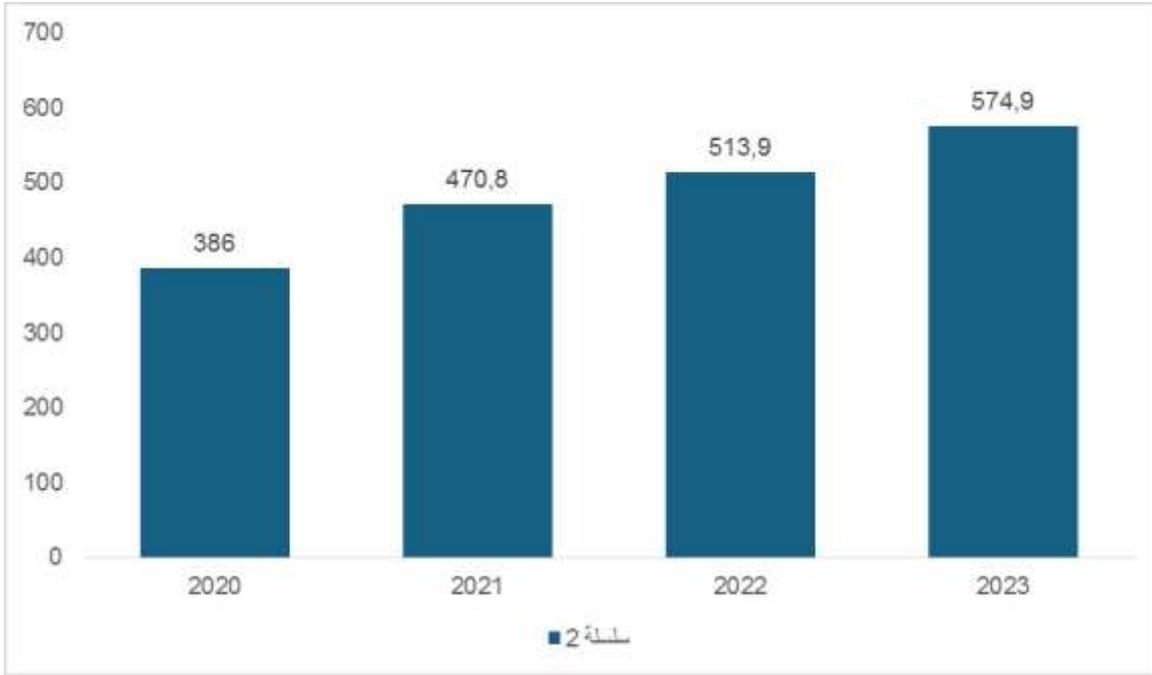
(الوحدة: مليار دولار)

**المصدر:** من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع **Statista.com**

<sup>1</sup> <https://www.agility.com/ar/emerging-markets-logistics-index/highlights>

ويمكن اسقاط بيانات الجدول وفقا للشكل رقم 05.

الشكل -05-: إيرادات المبيعات لشركة Amazon للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023



**المصدر:** من اعداد الطالبان باستخدام برنامج **Excel** وبالاعتماد على معطيات الجدول رقم 11.

من خلال المنحنى البياني نلاحظ أن صافي الإيرادات المبيعات شهد تزايد كبير حيث حققت شركة أمازون في 2020 (386 مليار دولار) مقارنة بالعام الذي قبلها 2019 التي حققت فيها (280.5 مليار دولار) وهذا راجع بسبب الانتشار الحاد لفيروس كورونا حول العالم، ولقد كانت شركة أمازون حذرت من الخسارة المحتملة بسبب إنفاق حوالي أربعة مليارات دولار على التجهيزات الوقائية للعاملين و نفقات الأخرى المرتبطة بكوفيد-19 لكن الشركة حققت في سنة 2021 (470.8 مليار دولار) وذلك راجع لسياسة الدول التي فرضت الحجر الصحي من أجل الحفاظ على سلامة المواطنين دفع هذا الأمر إلى زيادة كبيرة عمليات التسوق عبر الإنترنت، ومع بداية 2022 بدأت نهاية الجائحة حيث بلغت فيها صافي الإيرادات المبيعات (513.9 مليار دولار) وفي سنة 2023 بلغت (574.9 مليار دولار) ومن هذا التحليل نستنتج أن نجاعة سلسلة إمداد شركة أمازون في تسليم الفوري للمنتجات والخدمات شهد زيادة الكثير من المستهلكين من مختلف أنحاء العالم.

#### 4. الإيرادات من خدمات الويب من شركة Amazon

بدأت شركة أمازون خدمات الويب كمشروع جانبي في عام 2006 ثم أصبح مهما وذلك راجع لمساهمتها الكبيرة في نمو هامش ربح المؤسسة حيث أصبحت أكبر خدمة حوسبة سحابية فالعالم تقدر حصتها بـ 31% من إجمالي السوق السحابية.

ويمكن توضيح إيرادات من خدمات الويب وفقا للجدول رقم 12.

الجدول رقم-12: الإيرادات من شركة Amazon من خدمات الويب للفترة الممتدة من

2020 إلى 2023

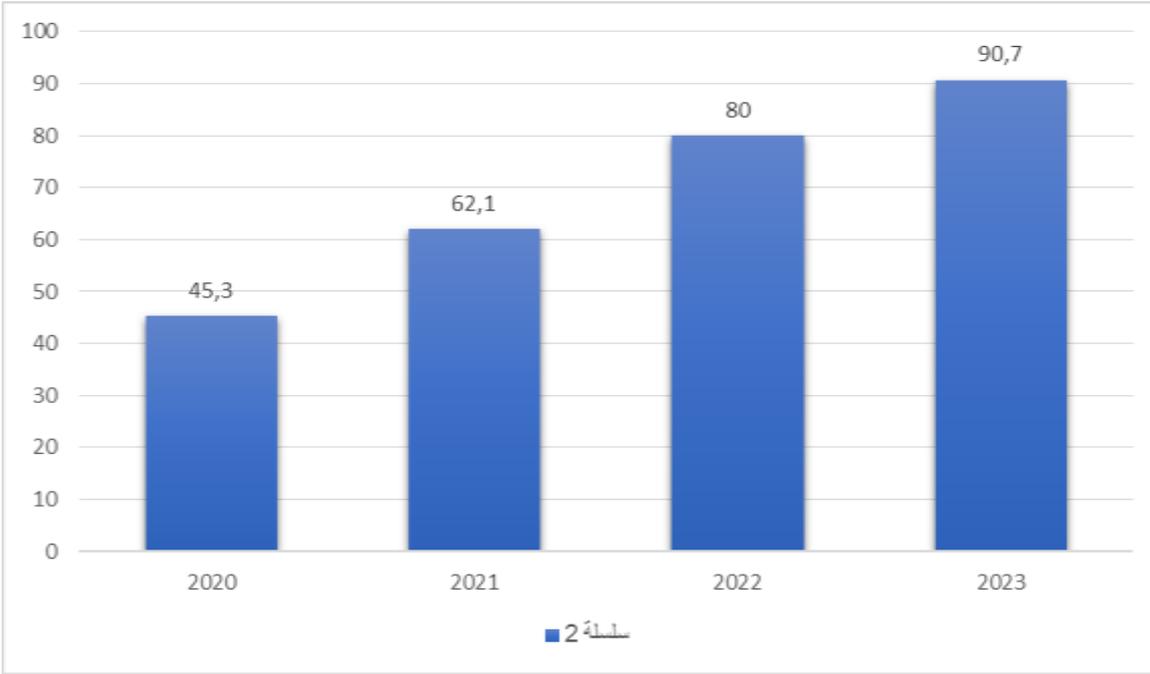
الإيرادات	السنة
45.3	2020
62.1	2021
80	2022
90.7	2023

(الوحدة: مليار دولار)

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع [Statista.com](https://www.statista.com)

ويمكن اسقاط بيانات الجدول وفقا للشكل رقم 06.

الشكل (06): الإيرادات من شركة Amazon من خدمات الويب للفترة الممتدة من 2020 إلى 2023



المصدر: من اعداد الطالبان باستخدام برنامج Excel وبالاعتماد على معطيات الجدول رقم 12.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة إيرادات الحوسبة السحابية لشركة أمازون AWS ارتفعت بشكل كبير في السنوات الأخيرة من 45.3 (مليار دولار) في عام 2020 إلى 90.7 (مليار دولار) في عام 2023. أسباب قيام مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة بالتسوق على أمازون اعتباراً من 2020.

##### 5. مكانة شركة Amazon مقارنة بالشركات العالمية

يمكن توضيح مكانة شركة Amazon من بين الشركات العالمية حسب مؤشر رقم الأعمال خلال سنة 2023 وفقاً للجدول رقم 13.

الجدول رقم -13-: رقم أعمال Amazon مقارنة بالشركات العالمية

رقم الأعمال	الشركة
469.82 مليار	Amazon
378.64 مليار	Alibaba
572.75 مليار	Walmart
193.95 مليار	JD.com
192.06 مليار	Costco
175.34 مليار	Kroger
192.63 مليار	CVS Health
132.9 مليار	Lowe's

(الوحدة: الدولار الأمريكي)

الإحصائيات متوقفة عند سنة 2023

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع: [Ir.aboutamazon](https://ir.aboutamazon.com/overview/default.aspx)<sup>1</sup>

يوضح الجدول أن شركة Walmart أكبر شركة من حيث رقم الأعمال، على الرغم من نمو التجارة الإلكترونية (572.75 مليار دولار) تليها شركة Amazon في المرتبة الثانية التي تعد أكبر شركة من ناحية التجارة الإلكترونية (469.82 مليار) متقدمة على Alibaba و JD.com، مع تفوقها مع العديد من متاجر التجزئة الأخرى. Costco و Lowe's و Kroger من ناحية رقم الأعمال والنمو السنوي.

### 5. توزيع إيرادات مبيعات Amazon حسب القطاع

يمكن توضيح القطاع الخاصة بإيرادات ومبيعات الشركة من خلال الجدول رقم 14

<sup>1</sup> <https://ir.aboutamazon.com/overview/default.aspx>

الجدول رقم -14-: توزيع إيرادات مبيعات Amazon حسب القطاع للفترة الممتدة من 2019 إلى

2023

السنة	المتاجر الالكترونية	المتاجر المادية	البيع بالتجزئة	خدمات الاشتراك	AWS	الدعاية	أخرى
2019	141.2	17.1	53.7	19.2	35	-	14
2020	197.2	16.2	80.4	25.2	45.3	15.5	5.9
2021	222	17	103.3	31.7	62.2	31.1	3.4
2022	220	18.9	117.7	35.2	80	37.7	4.2
2023	231.8	20	140	40.2	90.7	46.9	4.9

(الوحدة: مليار دولار)

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع [Statista.com](https://www.statista.com)

من خلال الجدول أعلاه نجد أهم القطاعات التي تعتمد عليها شركة أمازون في تحقيق المبيعات بحيث نلاحظ من خلال الجدول أن قطاع المتاجر الإلكترونية كان في سنة 2019 قد حقق (141.2 مليار دولار) ومع نهاية 2023 بلغت المبيعات (231.8 مليار دولار).

أما في ما يخص المتاجر المادية قد بلغت المبيعات في سنة 2019 (17.1 مليار دولار). وفي نهاية سنة 2023 بلغت المبيعات (20 مليار دولار).

أما قطاع البيع بالتجزئة لطرف ثالث كانت المبيعات في 2019 قد بلغت (53.7 مليار دولار) ومع نهاية 2023 بلغت المبيعات (140 مليار دولار).

أما قطاع خدمات الاشتراك قد بلغت المبيعات في 2019 (19.2 مليار دولار) ومع نهاية 2023 بلغت المبيعات (40.2 مليار دولار).

أما قطاع AWS الحوسبة السحابية قد بلغت في سنة 2019 (35 مليار دولار) ومع نهاية سنة 2023 بلغت المبيعات (90.7 مليار دولار).

أما قطاع الإعلانات قامت شركة أمازون بإنشائه في بداية سنة 2020 والذي بلغت مبيعاته في تلك السنة (15.5 مليار دولار) ومع نهاية سنة 2023 بلغت المبيعات (46.9 مليار دولار) ويوجد قطاعات أخرى ثانوية ومتعددة هي كذلك شهدت مبيعات في سنة 2019 (14 مليار دولار) ومع نهاية سنة 2023 شهدت تناقص كبير (4.9 مليار دولار)

" هذا ما يؤكد على نجاعة وفعالية الخطط والاستراتيجيات بعيدة المدى، وبتركيز مكثف أدى إلى تحقيق إيرادات ومبيعات في مختلف القطاعات، وبنسب مئوية كبيرة جعلها تتربع عرش الشركات العالمية مرونة واستمرارية."

#### 6. نسبة البائعين فيما يتعلق بالفئات ومنتجات شركة Amazon

يمكن توضيح نسبة البائعين بالنسبة لكل من الفئات والمنتجات الخاصة بالشركة وفقا للجدول رقم 15.

جدول رقم -15-: نسبة البائعين فيما يتعلق بالفئات ومنتجات شركة Amazon لسنة 2023

نسبة البائعين	الفئات
35%	المنزل والمطبخ
26 %	الجمال والعناية الشخصية
20%	ملابس و أحذية و مجوهرات
18%	الالعاب
17%	الصحة والاسرة ورعاية الطفل
16%	الالكترونيات
16%	الرياضة والهواء الطلق
13%	اللوازم المكتبية

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع Statista.com

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة الأكثر شعبية بين بائعي أمازون هي المنزل و المطبخ بنسبة 35% في حين يأتي التجميل والعناية الشخصية في المرتبة الثانية الأكثر شعبية بنسبة 26% من البائعين.

#### 7. صافي مبيعات Amazon السنوية في الأسواق

يمكن توضيح صافي مبيعات Amazon السنوية في الأسواق خلال الجدول رقم 16.

الجدول رقم -16-: صافي مبيعات Amazon السنوية في أسواق رائدة مختارة للفترة الممتدة من 2019 إلى 2022

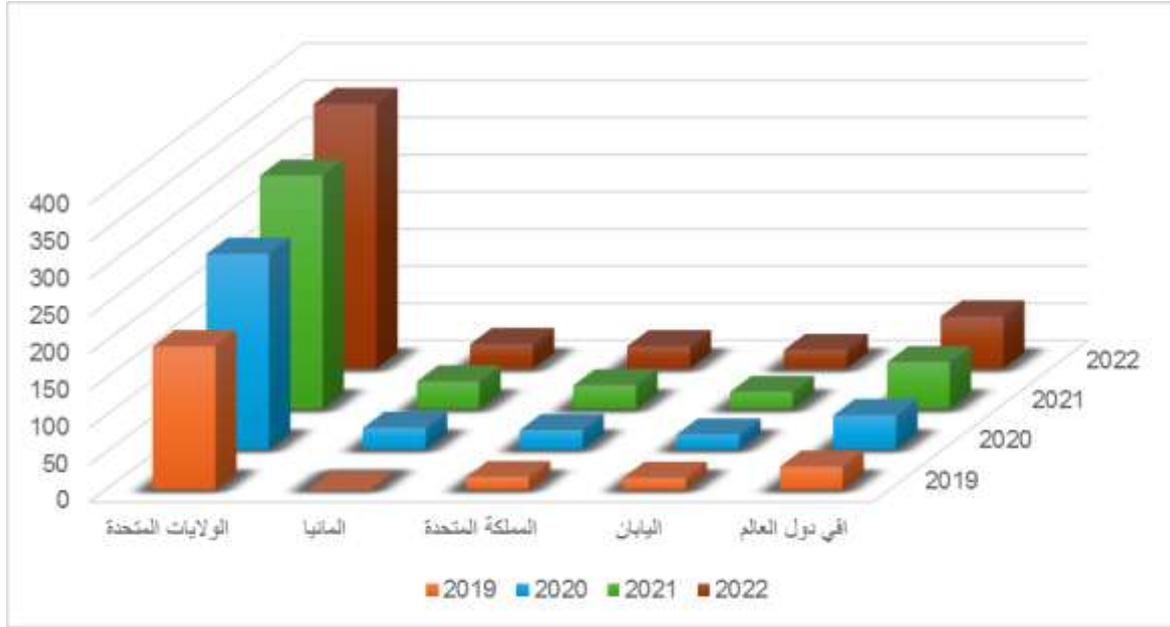
السنوات				الدول
2022	2021	2020	2019	
356.11	314	263.52	193.63	الولايات المتحدة
33.6	37.33	29.57	2.23	ألمانيا
30	31.91	26.48	17.53	المملكة المتحدة
24.4	23.07	20.46	16	اليابان
69.8	63.5	46.04	31.3	باقي دول العالم

(الوحدة: مليار دولار)

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موقع Statista.com

ويمكن اسقاط بيانات الجدول وفقا للشكل رقم 07.

الشكل رقم -07- صافي مبيعات Amazon السنوية في أسواق رائدة مختارة للفترة الممتدة من 2019 إلى 2022



(الوحدة: مليار دولار)

المصدر : من اعداد الطالبان باستخدام برنامج Excel وبالاعتماد على بيانات الجدول رقم 16

يوضح الجدول صافي المبيعات السنوية لشركة أمازون في أسواق مختارة ورائدة خلال الفترة 2019 إلى غاية 2022 بحيث تمثل هذه الأسواق بلدان ذات الاقتصادات المتقدمة ومتطورة وهي أسواقا هامة الأمازون وتمتلك فيها مواقع خاصة بها، والمتمثلة في الولايات المتحدة وألمانيا والمملكة المتحدة واليابان بالإضافة إلى مبيعات أمازون لباقي دول العالم، في حين يمثل الرسم البياني الارتفاع المزايد للمبيعات أمازون في هذه الدول، بداية من الولايات المتحدة والتي هي مقر شركة أمازون وتمثل أكبر حصة للشركة نظرا لعدد المشتركين في خدماتها ومنتجاتها فقد بلغت مبيعات أمازون ما قيمته 193.64 مليار دولار سنة 2019 وهي بداية الجائحة، لترتفع إلى 356.11 مليار دولار سنة 2022 وهو تقريبا الضعف.

تليها ألمانيا فقد حققت أمازون مبيعات بقيمة 22.23 مليار دولار سنة 2019، لترتفع إلى 33.6 مليار دولار سنة 2022، وفي المملكة المتحدة حققت أمازون مبيعات تقدر ب 17.53 مليار دولار في 2019 بداية الجائحة لتقفز إلى قيمة 30 مليار دولار في سنة 2022، وفي ما يخص اليابان فقد حققت أمازون في اليابان مبيعات ما قيمته 16 مليار دولار سنة 2019، وفي سنة 2022 ارتفع مبيعات الشركة إلى 24.4 مليار

دولار أما باقي دول العالم والتي تمتلك فيها أمازون مواقع بنسب متفاوتة لكنها قليلة مقارنة بالدول السابقة، حققت فيها أمازون مبيعات بقيمة 31.3 مليار دولار سنة 2019، وترتفع هذه القيمة خلال فترة انتشار الفيروس لتبلغ 69.8 مليار دولار سنة 2022.

من خلال هذا التحليل نستنتج بأن تحقيق شركة Amazon لهذه الإيرادات المتزايدة خلال هذه السنوات الأخيرة خاصة في ظل الجائحة التي امتدت قرابة ثلاث سنوات راجع الى استراتيجية الشركة وادارتها لسلاسل امدادها ويكشف حجم الاتفاق على التكنولوجيا مدى اهتمام الشركة بتحسين كفاءة سلاسل الامداد الخاص بها من خلال الرقمنة والتي مكنت هذه الشركة من أن تصبح رائدة في مجال الامداد التجاري الالكتروني عالميا ، والذي من خلاله يمكن أن تحقق إيرادات أكبر وتوقع في السوق أفضل من منافسيها مما يمكنها من الحصول على حصص سوقية كبيرة.

### المطلب الثاني: تحليل سلاسل امداد شركة Amazon

سلاسل إمداد شركة Amazon أكثر كفاءة في العالم بسبب مزيجها المتطور لتكنولوجيا المعلومات وشبكات التخزين الواسعة، والمخزون متعدد المستويات، والسيطرة على تكاليف النقل.

#### 1. مميزات سلسلة التوريد في شركة Amazon

تعتبر شركة Amazon أكبر بائع تجزئة عبر الإنترنت في العالم ومورد معروف للخدمات السحابية، بدأت أمازون ككتاب على الإنترنت بائع تجزئة ولكنه تطور منذ ذلك الحين إلى عمل تجاري قائم على الويب مع التركيز على التدفق الرقمي، والحوسبة السحابية، والتجارة الإلكترونية، وخدمات الذكاء الاصطناعي، أين يمكن للعملاء شراء أي شيء تقريبًا من الشركة، وذلك بفضل تنوع منتجاتها الهائل والمخزون الذي يشمل الملابس والسلع المنزلية والأثاث ولعب الأطفال والمجوهرات، الكتب والأفلام والإلكترونيات ومستلزمات الحيوانات الأليفة.

سلسلة الامداد في Amazon تعد أحد أسرار نجاحها وفيما يلي بعض الجوانب المهمة لسلسلة التوريد في هذه الشركة العملاقة<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Stephanie Jensen, ow Does the Amazon Supply Chain Work, 2024 <https://amzadvisers.com/amazon-supply-chain-work>.

-مراكز التنفيذ: تسمى مستودعات Amazon الفريدة بمراكز التنفيذ يوجد أكثر من 100 مركز تلبية طلبات على مستوى العالم، وتركز أمازون العديد منها في المناطق الحضرية الكبرى، حيث تعد هذه المستودعات جزءاً لا يتجزأ من نموذج سلسلة التوريد الخاص بأمازون فحسب، بل أيضاً من أجل رضا عملائها.

تقدم أمازون 1.8 مليار طرد لأعضاء Prime باستخدام سرعات الشحن في اليوم التالي أو حتى في نفس اليوم، إن مراكز التنفيذ العديدة الخاصة بهم هي السبب وراء وجود عملية التسليم السريعة هذه، بالإضافة إلى ذلك، تعمل Amazon على توسيع نطاق انتشارها عالمياً. على سبيل المثال، يفتح عملاق البيع بالتجزئة المزيد من المستودعات الأوروبية، حتى يتمكن المزيد من عملاء الاتحاد الأوروبي من الاستمتاع بمزايا Amazon Prime والشحن السريع. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل رقم 08.

### الشكل رقم- 08-: مراكز التنفيذ لشركة Amazon



**Source:** <https://amzadvisers.com/amazon-supply-chain-works><sup>1</sup>.

### -أساطيل التوصيل:

السبب الآخر وراء تلبية أمازون للطلبات بسرعة هو امتلاكها لأسطول التوصيل الخاص بها. تتميز سلسلة التوريد العالمية في أمازون بخيارات نقل متنوعة، وشركاء توصيل، وحلفاء آخرين للتنفيذ، مما يساعدهم على مواكبة متطلبات التسليم الخاصة بهم. على الرغم من أننا لا نعرف العدد الدقيق للطرود التي تقوم أمازون بتسليمها في يوم واحد، إلا أننا نعلم أنها تقوم الآن بتوصيل طرود أكثر من كل من FedEx وUPS.

<sup>1</sup> تاريخ الاطلاع: 2024/02/05، الساعة: 14:00

بالإضافة إلى شاحنات وشاحنات أمازون، فإنها تستخدم أيضاً الشحن الجوي، وفي الفترة من سبتمبر 2022 إلى فبراير 2023، زادت رحلات طيران أمازون بمقدار الثلث، يعد هذا أمراً ضرورياً لتلبية سرعات التسليم لمدة يوم أو يومين والتي تعد جزءاً لا يتجزأ من سلسلة التوريد في أمازون.

### -التكنولوجيا:

استخدمت أمازون الابتكارات العالية التقنية مثل الطائرات بدون طيار والروبوتات لتحسين سلسلة التوريد. جعلتها واحدة من أشهر بائعي التجزئة والأكثر ربحية في العالم، يمكن القول إن أمازون كان لها التأثير الأكبر على التجارة الإلكترونية الحديثة، وتميز سلسلة التوريد الخاصة بأمازون بالبساطة والفعالية، ولكنها تستثمر في أحدث التقنيات، وتستفيد من التصنيع، وتحافظ على أسعارها منخفضة، كل هذا يفيد البائعين والمشتريين على حد سواء، وتبقى أمازون في صدارة لعبتها.

## 2. استراتيجية سلسلة التوريد الخاصة بشركة Amazon

تعد استراتيجية سلسلة التوريد الخاصة بأمازون بمثابة نهج شامل ومتكامل لتقديم المنتجات والخدمات للعملاء. يكمن جوهر هذه الاستراتيجية في استخدام الشركة لتقنيات مثل الحوسبة السحابية والروبوتات والتعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لإنشاء سلسلة توريد تتسم بالكفاءة والفعالية من حيث التكلفة من مراكز التنفيذ التي بنتها أمازون حول العالم إلى خدمة مشترك أمازون برايم التي تتيح للعملاء الوصول إلى الشحن المجاني والإضافات الأخرى، تم تصميم استراتيجية سلسلة التوريد الخاصة بأمازون لتزويد العملاء بتجربة تسوق سريعة وسهلة وبأسعار معقولة وسنحاول شرح الاستراتيجية الخاصة بأمازون بشيء من التفصيل في التالي:<sup>1</sup>

- **الوفاء بمتطلبات أمازون:** يعد الوفاء من قبل أمازون (FBA) من بين الأجزاء الرئيسية في استراتيجية سلسلة التوريد الخاصة بأمازون. من خلال خدمة FBA، تتولى أمازون عملية التنفيذ الكاملة للتجار، بدءاً من تخزين المنتجات والشحن وحتى خدمة العملاء، ويتيح ذلك للتجار التركيز على تنمية أعمالهم وترك عملية التنفيذ لأمازون.

<sup>1</sup> AN INSIGHT INTO AMAZON SUPPLY CHAIN STRATEGY, <https://dfreight.org/blog/an-insight-into-amazon-supply-chain-strategy>.

- أمازون برايم: Amazon Prime هي خدمة اشتراك سنوية توفر للعملاء الشحن المجاني لمدة يومين على المشتريات المؤهلة، والوصول إلى الأفلام والبرامج التلفزيونية المتدفقة، وغيرها من المزايا الحصرية. من خلال تزويد العملاء بهذه الامتيازات، تشجعهم أمازون على التسوق بشكل متكرر وشراء سلع أكثر قيمة.

- شبكة أمازون اللوجستية: تم تصميم شبكة أمازون اللوجستية لتزويد العملاء بالشحن السريع والمجاني الذي وعدت به Amazon Prime. تتكون الشبكة من مراكز التنفيذ ومراكز التوزيع وخدمات توصيل الميل الأخير، والتي تعمل معًا لضمان وصول المنتجات في الوقت المحدد وفي حالة ممتازة.

- خدمات الحوسبة السحابية من أمازون: تعد خدمات الحوسبة السحابية من أمازون أمرًا بالغ الأهمية لاستراتيجية سلسلة التوريد الخاصة بالشركة. تسمح Amazon Web Services (AWS) لشركة Amazon بتخزين كميات كبيرة من البيانات وتحليلها بسرعة وفعالية من حيث التكلفة. يمكن استخدام هذه البيانات لتتبع المخزون وتحليل سلوك العملاء وتحسين سلسلة التوريد وبالتالي إن استخدام شركة أمازون لهذه التقنيات الرقمية والتعلم الآلي باستخدام الذكاء الاصطناعي في سلسلة التوريد الخاصة بها يمكنها من تحقيق إيرادات ضخمة وتحقيق العديد من الامتيازات الضخمة التي جعلتها تتربع المراتب الأولى في بيئة الأعمال.

### 3. الخدمات اللوجستية للنقل والتوصيل لشركة Amazon:

تعتبر الخدمات اللوجستية لنقل وتوصيل جزءًا أساسيًا من نموذج أعمال أمازون، حيث تساعد الشركة في توصيل المنتجات بكفاءة وسرعة وبأسعار معقولة للعملاء.<sup>1</sup>

#### -شبكة واسعة:

تمتلك أمازون شبكة واسعة من مراكز التخزين والتوزيع في جميع أنحاء العالم، مما يتيح لها تخزين المنتجات بالقرب من العملاء وتقليل وقت الشحن وتستخدم أمازون أسطولاً خاصاً من الشاحنات والطائرات للسيطرة على سلسلة التوريد الخاصة بها وضمان وصول المنتجات إلى العملاء في الوقت المحدد.

#### -خدمات متنوعة:

تقدم أمازون مجموعة متنوعة من خدمات النقل والتوصيل، بما في ذلك:

التوصيل إلى المنازل: توصيل الطلبات إلى عناوين العملاء.

<sup>1</sup> <https://flex.amazon.com>

التوصيل إلى الخزائن: تسمح للعملاء باستلام الطلبات من خزائن آمنة في مواقع محددة.

توصيل البقالة: توصيل البقالة الطازجة من متاجر Whole Foods Market

الخدمات اللوجستية لآخر الميل: حلول مخصصة للشركات لمساعدتهم على توصيل منتجاتهم إلى العملاء.

### -تقنيات متقدمة:

تستخدم أمازون تكنولوجيا متقدمة لتحسين عمليات النقل والتوصيل، بما في ذلك:

نظام تحديد المواقع العالمي (GPS) تتبع مسار الشاحنات والسائقين في الوقت الفعلي.

التنبؤ بالطلب: توقع الطلب على المنتجات وتحديد أفضل مسارات التوصيل.

التعلم الآلي: تحسين عمليات التوصيل بشكل مستمر بناءً على البيانات.

### -الاستدامة:

تعمل أمازون على تقليل تأثيرها البيئي من خلال:

استخدام الطاقة المتجددة: تشغيل مراكز التخزين والتوزيع بالطاقة المتجددة.

التقليل من النفايات: تقليل كمية النفايات المتولدة من عمليات التوصيل.

الاستفادة من سرعة التوصيل: تُقدم أمازون خيارات توصيل سريعة، بما في ذلك التوصيل في اليوم التالي والتوصيل في نفس اليوم.

-الموثوقية: تمتلك أمازون سجل حافل في توصيل الطلبات في الوقت المحدد وبشكل آمن.

التكلفة: تُقدم أمازون أسعارًا تنافسية لخدمات النقل والتوصيل.

الملاءمة: تُقدم أمازون مجموعة متنوعة من خيارات التوصيل لتلبية احتياجات العملاء المختلفة.

خدمة العملاء: تُقدم أمازون خدمة عملاء ممتازة لمساعدة العملاء في حل أي مشكلات قد تواجههم. من

المركبات الكهربائية: استخدام مركبات كهربائية لتوصيل الطلبات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://flex.amazon.com>

### المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني لشركة Amazon

تعتبر شركة Amazon من الشركات التي بذلت مجهودا كبيرا خاصة مع زيادة المنافسين لها، فقامت بالمزيد من التحسينات والتطوير في سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها، لأجل التسريع في التسليم، والبناء المزيد من المستودعات، ورقمنة كل الأنشطة التي تدخل ضمن سلسلة الامداد الخاصة بها لكي تصبح سلاسل امداد تجارية إلكترونية. بحيث تعتمد Amazon بشكل كبير على أحدث التقنيات والخدمات اللوجستية لسلسلة الامداد .

#### 1.رقمنه شركة أمازون لسلاسل الإمداد

تعمل أمازون على دمج تقنيات الحوسبة السحابية الخاصة بالتجارة الالكترونية بهدف تقديم عروض وحلول لسلاسل الامداد الخاصة بالشركات الصغيرة والمتوسطة مع الخدمات اللوجستية الشاملة AWS من أجل تقديم أحسن الخدمات للعملاء الحاليين ، بالإضافة إلى القيام بالعديد من المبادرات مثل Bay With Prime والتي تمتاز بسرعة التسليم وتتبع الطرود وخدمات لوجستية لعمليات الارجاع على مواقع التجارة الالكترونية الخاصة بهم من أجل الوصول لأكبر عدد من الأسواق في مختلف أنحاء العالم، كما قامت شركة أمازون بالعديد من الاستثمارات في مجال أتمتة المستودعات أهمها شراء شركة kiva system بصفقة 775 مليون دولار، شركة اتصالات تعمل في مجال أنظمة المناولة، لاستخدام تكنولوجيا الروبوتات الذكية في مراكزها اللوجستية، هذه الروبوتات تساعد في تحسين كفاءة التخزين فوفقا لما ذكرته شركة أمازون فإن دمج الروبوتات في مراكز التنفيذ يساهم في زيادة استيعاب المخزون بنسبة تصل إلى 40% والتوزيع داخل المستودعات، مما يقلل من التكاليف ويزيد من الإنتاجية هذا ما يساعد الشركة على تحسين تلبية طلبات الشحن بشكل أسرع (conrad2021).

ويمكن توضيح ذلك حسب الشكل رقم 09.

الشكل رقم -09-: الروبوتات الذكية في مستودعات Amazon



**Source** :<https://dfreight.org/blog/an-insight-into-amazon-supply-chain-strategy><sup>1</sup>

من خلال الشكل يلاحظ بأن Amazon تعتمد على الروبوتات الذكية بشكل واضح في عمليات التخزين وهذا ما جعلها تتميز عن باقي الشركات في نفس المجال.

كما قامت شركة بالاستثمار في قدراتها الجوية من خلال أمازون آر والتي تعد شركة طيران للشحن تعمل حصريا على نقل طرود أمازون بشراء طائرات لبناء أسطولها، وحتى الآن تمتلك أمازون أسطول مكون من 22 طائرة بوينغ 737-800 و 55 طائرة بوينغ 767-300 9 طائرات تحت الطلب، ومن الواضح أن Amazon ترى أن الطائرات بدون طيار المثل جزءا كبيرا من مستقبلها فقد سعت الاستخدام المركبات الطائرة ذاتية القيادة في سبتمبر 2020 كجزء من استراتيجيتها للتوصيل إلى المنازل و 11 طائرة نفائة من طراز بوينغ 767-300، ضمن خططها التي أعلنت عنها في عام 2016 للوصول بعدد طائرات أسطولها إلى 85 طائرة بنهاية 2022.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تاريخ الاطلاع: 2024/02/07، الساعة: 17:00

<sup>2</sup> <https://www.agility.com/ar/emerging-markets-logistics-index/highlights>

تاريخ الاطلاع: 2024/04/17، الساعة: 15:00

## 2. احصائيات مستودعات شركة Amazon

لقد شهدت شركة Amazon في عام 2020 ارتفاع تكاليف الشحن بمقدار 37.9 مليار دولار مقارنة بعام 2019 بسبب ارتفاع نفقات العديد من الفئات والمنتجات التي أضافتها، وأيضاً بسبب عدد الإصابات المبلغ عنها في مستودعات الشركة وفقاً لأحد التقارير، تغيب العمال في مستودعات شركة Amazon لمدة 46.3 يوماً في المتوسط من عام 2017 إلى عام 2020 (استناداً إلى بيانات من إدارة السلامة والصحة المهنية).

تتمتع مستودعات Amazon بمعدل أعلى بنسبة 80% من الإصابات في مكان العمل (5.9 من كل 100 شخص) مقارنة بالمنافسين. وهذا على الرغم من استخدامها للروبوتات وإعلانها أن معظم العاملين في Amazon مدربون على قيادة الرافعات الشوكية وغيرها من المعدات الثقيلة. تغطي مراكز تلبية طلبات أمازون أكثر من 150 مليون قدم مربع حول العالم.

اعتباراً من عام 2020، كان لدى Amazon 200 ألف روبوت يعملون في المستودعات. اشترت أمازون شركة Kiva Systems، الشركة المصنعة الوحيدة في العالم لروبوتات المستودعات، في عام 2017، ولديها الآن وحدة أعمال خاصة بها يطلق عليها اسم " Amazon Robotics "

اعتباراً من عام 2018، امتلكت أمازون إجمالي 288 مليون قدم مربع من المساحة، بما في ذلك المستودعات.<sup>1</sup>

## 3. استخدام شركة Amazon للذكاء الاصطناعي

تعد أمازون من رواد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مجالات عملها مما أحدث ثورة في طريقة عملها وخدماتها على نطاق محلي وعالمي، ومن أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في Amazon: - توصيات المنتجات الشخصية

عند شراء شيء ما على Amazon، من المحتمل أن ترى خيارات مثل "موصى به لك"، أو "المنتجات التي قد تعجبك"، أو "اشترى العملاء أيضاً". تعد هذه واحدة من أكثر الاستراتيجيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي شيوعاً والتي تستخدمها أمازون لتعزيز المبيعات ويتم تشغيلها بواسطة محرك التوصيات القوي من أمازون.

يستخدم أمازون توصيات المنتجات المخصصة كأسلوب تسويقي لمساعدتها على تحسين المبيعات ومواصلة إرضاء العملاء من خلال توقع احتياجاتهم. تكمن الفكرة في إنشاء توصيات تتوافق بشكل وثيق مع ما يحتمل أن يشتريه المستخدم. يستخدم محرك توصيات أمازون البيانات الضخمة لتحليل:

- السلوك الشرائي للعملاء؛
- المنتجات في السلة؛
- العناصر التي تم عرضها؛
- العناصر الأكثر بحثاً.

واستناداً إلى بيانات المستخدم هذه، تقدم Amazon بعد ذلك توصيات، وتنبأ بالضبط بما يحتمل أن يشتريه كل عميل. هذه هي الطريقة التي تحفز المستخدمين على شراء المزيد من العناصر. وبالتالي، يسمح الذكاء الاصطناعي لشركة أمازون بتحويل متجر سلمي عبر الإنترنت إلى قناة مبيعات نشطة.

ولقد كانت توصيات المنتجات المخصصة تعمل بشكل جيد بالنسبة لعملاق التجارة الإلكترونية، حيث استمرت بعض التقارير في الادعاء بأن هذه التوصيات تؤدي إلى 35٪ من عمليات الشراء على أمازون.

### -تحسين الذكاء الاصطناعي في مستودعات Amazon:

ساعد دمج الذكاء الاصطناعي في سلسلة التوريد الخاصة بـ Amazon على تحسين مستودعاتها ومخزونها. يستخدم أمازون الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بطلب المستهلكين وبالتالي إدارة المخزون.

وتستخدم Amazon الذكاء الاصطناعي في مستودعاتها من خلال:

-التنبؤ بطلب المستهلك؛

-تقييم مدى توفر المنتج؛

-تحسين طرق التسليم؛

-تتبع سلسلة التوريد؛

-إضفاء الطابع الشخصي على اتصالات العملاء.

وهذا يساعد Amazon على تسهيل عملية التسليم ويمنح العملاء تجربة تسوق ممتعة. كما تعد Amazon أيضا رائدة في السوق في استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تسليم المنتج من خلال تحديد المسار الأكثر فعالية.

ولقد كانت أمازون أول شركة قدمت خدمة الشحن ليوم واحد. لم يكن هذا ممكناً إلا لأن الشركة تكيفت وتطورت باستمرار لتصبح أكثر آلية وانسيابية. وكان للذكاء الاصطناعي دور كبير في تحقيق ذلك. من خلال الروبوتات والابتكارات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، تواصل أمازون توسيع وتبسيط نموذج عملياتها العالمي. وفي الآونة الأخيرة، بدأت أمازون أيضاً في استخدام طائرات بدون طيار آلية للتوصيل بشكل أسرع.

### -تقنية "فقط اخرج" في متاجر Amazon Go

أطلقت أمازون مؤخراً نوعاً جديداً من متاجر البيع بالتجزئة في الولايات المتحدة يسمى متاجر Amazon Go. تعتمد هذه المتاجر على تقنية ثورية تسميها أمازون تقنية "مجرد الخروج".

التسوق في متاجر "الخروج فقط" يعني أن العملاء لا يحتاجون إلى الانتظار في الطابور. يمكنهم دخول المتجر باستخدام تطبيق أمازون الخاص بهم، وأخذ المنتجات التي يريدونها، والمغادرة بكل بساطة. سيتم إجراء الفواتير تلقائياً من خلال تطبيق أمازون.

كان أول متجر Amazon Go عبارة عن متجر صغير في سياتل تبلغ مساحته حوالي 1800 قدم مربع من مساحة البيع بالتجزئة. اعتباراً من مارس 2021، يوجد الآن 32 متجر من متاجر Amazon Go في الولايات المتحدة و15 متجرًا في المملكة المتحدة.

بدأت Amazon أيضاً في تقديم تقنياتها لتجار التجزئة الآخرين لمساعدتهم على أتمتة متاجر البيع بالتجزئة الخاصة بهم أيضاً.

### -سر Amazon - نهج دولاب الموازنة:

تتمتع أمازون بمهارة خاصة في دمج الذكاء الاصطناعي من الأعلى إلى الأسفل. السر في ذلك هو ما يسمى نهج "Fly Wheel" الذي تستخدمه أمازون كاستراتيجية لإدارة الذكاء الاصطناعي.

من الناحية الهندسية، دولاب الموازنة هي أداة مصممة لتخزين الطاقة الدورانية بكفاءة. إنه يعمل عن طريق تخزين الطاقة عندما لا تعمل الآلة بمستوى ثابت. بدلاً من إهدار الطاقة عن طريق تشغيلها وإيقافها، تحافظ دولاب الموازنة على ثبات الطاقة وتوزعها على مناطق أخرى من الماكينة.

على غرار دولاب الموازنة، يتطلب استخدام الذكاء الاصطناعي الكثير من الجهد للبدء. ومع ذلك، بمجرد أن تبدأ العجلة في الدوران، سيكون من الأسهل بكثير الاستمرار في ذلك من خلال إعطائها تعزيزات صغيرة ومستمرة.

في Amazon ، يعني استخدام نهج دولاب الموازنة الحفاظ على استمرارية ابتكار الذكاء الاصطناعي مع تشجيع انتشار الطاقة والمعرفة إلى مناطق أخرى في الشركة، وبفضل هذا النهج، يساعد الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في أحد الأقسام جهود الفرق الأخرى أيضاً. وهذا يضمن بشكل أساسي الابتكار في جميع أنحاء المنظمة بأكملها.

وبالتالي فإن ما يتم إنشاؤه في جزء واحد من أمازون يمكن أن يكون بمثابة حافز لنمو الذكاء الاصطناعي في أجزاء أخرى من الشركة. ولقد أثبت هذا النهج نجاحه الكبير في جعل أمازون من كبار مستخدمي الذكاء الاصطناعي بالإضافة إلى كونها رائدة في السوق.<sup>1</sup>

### -الروبوتات في كل مكان: (Amazon Robotics) :

في أعماق مراكز إنجاز Amazon تقوم مجموعة من الروبوتات بالرقص (Dance of robots) كما تسميها Amazon، حيث يوجد فوق كل آلة علبة صفراء من تسعة صفوف من الرفوف المعبأة بالمنتج، مدعوماً بالذكاء الاصطناعي يقوم كل روبوت بالعمل تلقائياً للحصول على المنتجات التي تم شراؤها وفق المناورة بشكل مستقل حول الآلات الأخرى للوصول إلى حافة حقل آلي مسيح حيث يقوم العامل بنقل العنصر المعني هذا ما يعطي أمازون التميز في التعامل مع ملايين الطلبات سنوياً، فالثانية التي يتم توفيرها لكل طلب تحدث فرقا كبيرا في المحصلة النهائية لتجربة التسوق الإلكتروني .

### -الدفق باستخدام تطبيق Amazon:

<sup>1</sup> <https://www.godatafeed.com/blog/how-amazon-uses-ai-to-dominate-ecommerce>

تاريخ الاطلاع: 2024/03/15، الساعة: 11:00

عند زيارة متجر Amazon Book Store مثلا، يمكنك مسح رمز QR ضوئي، ومن ثم سيقدم المتجر المرتبط إيصالا اختياريا، يتم تخزين سجل الشراء في سجل طلبات التطبيق بهذه البساطة ومن خلال الهاتف لتمكين عملية الدفع بسهولة. حيث يقوم الذكاء الاصطناعي مثلا بعرض الكتب مع لافتات « مجاناً » لأجل جذب الزبائن ودفعهم لتنزيل التطبيق ومسح الكتاب لشرائه، ما يعطي تدفق هائل للبيانات ليس فقط لتحليل المشتريات ولكن أيضا لتدريب الخوارزميات والبنية التحتية للتعلم الآلي، هذا ما يطور ويحسن أكثر تجربة التسوق الإلكتروني.

### - Amazon يتعلم 24/7 ويعطي العميل تجربة فريدة:

متاجر الشركة مليئة بالتقنيات المتطورة مثل تطويرات الكمبيوتر ودمج أجهزة الاستشعار والتعلم العميق، يبحثون عن البيانات والمعلومات ويحصلون عليها، حيث يمكن للتقنيات اكتشاف وقت أخذ المنتجات أو إعادةتها إلى الرفوف، وتتبعها في عربة التسوق الافتراضية، ما يجعل أمازون تعرف الكثير عن عملائها من نوع الملابس المفضلة إلى الإلكترونيات وغيرها، بهذه الآليات تستفيد أمازون الآن من الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بما سيشتريه الزبون، ما يجعلها تعمل على توفيرها وستكون هذه المنتجات هي التي من المرجح أن يشتريها شخص معين، ما يوفر تجربة تسوق لا فريدة من نوعها ورضا عند الزبائن.

### -مراكز التحقق وخدمة توصيل متميزة (Fulfillment centers) :

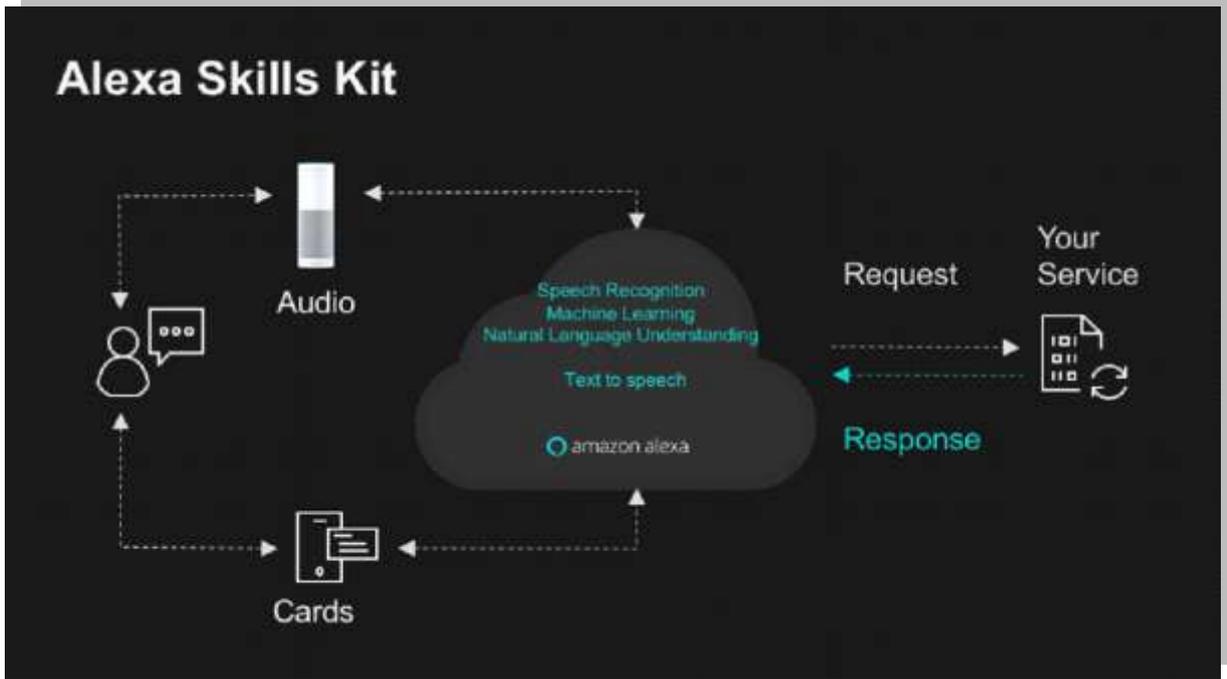
تلعب مراكز التحقق دورا مركزيا في Amazon، فهي شبكات شديدة التنظيم وهامة تسمح لأنظمة الكمبيوتر من تحديد موقع كل طلب بشكل مثالي، حيث يستطيع مركز مناهتن مثلا من معالجة من 1 إلى 3 ملايين حاوية وحوالي عشرة ملايين طلبية تحلل أمازون باستمرار رحلة كل طلب حتى تتمكن من تحسين طريقها أثناء التنقل، الروبوتات التي تحمل الطلبات مدعومة بالذكاء الاصطناعي وتساعدهم الخوارزميات على التعلم في الوقت الفعلي. هيكل الشبكة الخاص بهذه المراكز هو أفضل تكوين لهذا الغرض، فالشركة تمتلك أسطولا من السيارات والطائرات بدون طيار ومركبات أخرى للبيع، إنها سلسلة لوجستية كاملة تسمح بالتميز في تجربة التسوق واعطائه أفضل خدمة.

### -مهارات نظام متكامل Alexa :

هو المساعد الرقمي ل: Amazon والذي يعتمد على تقنية الصوت المدعومة بالذكاء الاصطناعي كليا، قادر على التفاعل الصوتي والتفاعل مع الشخص وطلباته لأجل طلب منتج أو تشغيل الموسيقى، وعمل قوائم المهام

وضبط الإنذارات وإعطاء الطقس وغيرها من المعلومات في الوقت الفعلي. لذا فإن Alexa تقدم ما تحتاجه الشركة من بيانات للتعامل مع حالات الطلب المتزايد أو نفاذ المخزون، لذا فهي تريد منك التحدث إلى Alexa قدر الإمكان، فيحصل الزبون على التوصيات من موقع التسوق والخدمات الأخرى، بالتالي يوفر الذكاء الاصطناعي التميز والجودة والتجربة المرغوبة من المتسوقين الكترونياً. والشكل رقم 10 يوضح كيفية عمل نظام Alexa

### الشكل رقم -10- : كيفية عمل شركة Amazon بنظام Alexa



**Source:** <https://www.godatafeed.com/blog/how-amazon-uses-ai-to-dominate-ecommerce>

من خلال الشكل يلاحظ بأن نظام Alexa يعتمد على تقنية الصوت كما هو موضح في الشكل، ويتم ذلك من خلال التفاعل الصوتي في طلب مختلف المنتجات وغيرها من العمليات الخاصة بالطلبات وغيرها.

### -نظام أمازون للخدمة الإلكترونية AWS:

هو خادم تخزين ومعالجة سحابي يركز على التنسيق مع الكثير من البرامج لدفع الأعمال وخفض التكاليف وتقديم منتجات وخدمات ذكية، حيث قدم دفعة هائلة في تقديم أدوات وحلول وخدمات التعلم الآلي والتنبؤ، لذلك يمكن مراقبة مقدار حركة البيانات التي يحصل عليها كل عميل، ومدة استمرار الاتصالات وجودتها، حيث تغذي هذه البيانات الوصفية نماذج التعلم الآلي التي تتنبأ متى وأين سيقوم المشتري بالطلب، لأجل تسهيل التسوق وعمليات الشراء وتوطيد العلاقة التجارية .

### -تقنية الإعلانات الموجهة :

تقوم شركة Amazon باستخدام بيانات ملفات تعريف الارتباط وتاريخ التصفح والكلمات المفتاحية للبحث، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي توجيه الإعلانات إلى العملاء بناء على معايير مثل المنطقة الجغرافية والعمر والجنس. حيث بمجرد الدخول للموقع تلاحظ هذا جليا في ما سيظهر ويقترح عليك، فأمازون تستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل نشاط المتسوق وتاريخ البحث لتوجه له إعلانات توافق احتياجاته، فان كنت تبحث عن شيء ما في Google، ثم ذهبت إلى Youtube، فإن الإعلانات التي تظهر لك مع Amazon ستكون لها علاقة غالبا بالأشياء التي كنت تبحث عنها في جوجل، أو المواضيع التي كنت تقرأها.<sup>1</sup>

### 4. تأثير التجارة الإلكترونية لشركة Amazon على أداء سلاسل الامداد

لعبت التجارة الإلكترونية دورا حاسما في تعزيز عملية تحديد المصادر لشركة Amazon من خلال العديد من الجوانب المختلفة.

### -تحليل بيانات العملاء:

تمكن منصات التجارة الإلكترونية التابعة لشركة أمازون من جمع كميات ضخمة من بيانات العملاء، مثل سلوكيات الشراء وتفضيلات المنتجات وتقييمات العملاء.

تقوم أمازون بتحليل هذه البيانات لفهم احتياجات العملاء بشكل أفضل وتحديد المنتجات التي يتم طلبها بشكل كبير، مما يمكن شركة أمازون تحديد البلدان والمناطق التي يمكن أن توفر هذه المنتجات بأسعار تنافسية وجودة عالية.

### -الوصول إلى موردين عالميين:

توفر منصات التجارة الإلكترونية لشركة أمازون إمكانية الوصول إلى موردين من جميع أنحاء العالم، مما يسمح للشركة بالعثور على أفضل الموردين في البلدان والمناطق التي تقدم المنتجات بأسعار تنافسية وجودة عالية. بالإضافة إلى ذلك، يسمح للشركة بتنويع سلسلة التوريد الخاصة بها وتقليل المخاطر.

### -تقليل تكاليف التوريد:

<sup>1</sup>قحايرية سيف الدين، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على حاضر ومستقبل التسوق الإلكتروني، دراسة قياسية لحالة شركة أمازون، جامعة الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2021، ص 373 .

تُمكن منصات التجارة الإلكترونية لشركة أمازون من التواصل مباشرة مع الموردين الدوليين دون الحاجة إلى وسطاء محليين. يساهم ذلك في تقليل تكاليف التوريد وتحسين هامش الربح. كما يسمح للشركة بالتفاوض على أسعار أفضل مع الموردين الدوليين.

### -تحسين كفاءة سلسلة التوريد:

توفر منصات التجارة الإلكترونية لشركة أمازون أدوات لتحسين كفاءة سلسلة التوريد الدولية. على سبيل المثال، يمكن للشركة استخدام هذه الأدوات لتتبع حركة المنتجات عبر الحدود وإدارة المخزون وتحسين عمليات التوصيل الدولية. يساهم ذلك في تقليل التكاليف وتحسين تجربة العملاء.

### -بناء علاقات قوية مع الموردين:

توفر منصات التجارة الإلكترونية لشركة Amazon فرصة لبناء علاقات قوية مع الموردين الدوليين. يمكن للشركة التواصل بسهولة مع الموردين ومشاركة المعلومات وتقديم التعليقات، مما يساهم في بناء الثقة والتعاون معهم وبالتالي تحسين أداء سلسلة التوريد الدولية. وتوجد أمثلة محددة على كيفية استخدام أمازون للتجارة الإلكترونية لتحديد المصادر، مثل برنامج "Amazon Global Selling" الذي يسمح للشركات ببيع منتجاتها على منصة أمازون واستخدام بياناته لفهم إمكانيات التوريد في مختلف البلدان. ومنصة "Amazon Web Services" التي تتيح للشركات استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم احتياجات العملاء العالمية بشكل أفضل. وأيضًا استخدام التعلم الآلي لتحليل البيانات من منصات التجارة الإلكترونية لتحديد البلدان والمناطق التي يمكن أن توفر المنتجات بأسعار تنافسية وعالية الجودة في الوقت المناسب.<sup>1</sup>

### -تحسين الخدمات اللوجستية باستخدام الحوسبة السحابية:

يمكن للحوسبة السحابية حل المشكلات اللوجستية الصعبة بشكل أسرع بعشرة أضعاف، مما يؤدي إلى تحسين مخططات التوجيه وتصميمات المستودعات والمخزون، بالإضافة إلى تطبيقات الواقع الافتراضي والمختلط في سلسلة الامداد، واستخدام الشركة للواقع الافتراضي لتعليم موظفي المستودعات عن بعد، والوصول للمنتجات الافتراضية، وخلق تفاعل من خلال التجارب مع العملاء.

<sup>1</sup> <https://www.supplychainmovement.com/in-e-commerce-supply-chain-and-business-strategy-are-merging/>

تاريخ الاطلاع: 2024/04/22، الساعة: 23:00

**-خدمة Amazon Prime Air**

طورت أمازون فكرة تسليم الطائرات بدون طيار. تعتبر الطائرات بدون طيار فعالة من حيث التكلفة وصديقة للبيئة خيار الشحن الذي اختارته أمازون من أجل تقليل الانبعاثات وتسريعها التسليم، وإرضاء العملاء. بسبب مدى سرعة الابتكارات.

بصفة عامة يمكن القول بأن شركة Amazon تهدف إلى تحسين تدفق المواد في الوقت والمكان والكمية المناسبة، وبالتالي زيادة الإنتاجية الإجمالية للشركة. وذلك بتأثير تطبيقات التجارة الالكترونية على نشاطها بشكل ايجابي مما جعلها تتميز عن باقي الشركات في نفس مجال، بالإضافة إلى الابتكارات الحديثة والمتطورة التي اعتمدها جعل منها نموذج يستفاد منه في مجال التجارة الالكترونية وفي كيفية جعل سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها تسير بشكل رقمي وتعتمد فيها على التكنولوجيا المتطورة.

### خلاصة الفصل الثاني

من خلال ما تقدم يمكن القول بأن شركة Amazon هي من الشركات الرائدة في تطبيق التجارة الإلكترونية، وممارستها وفقا للتقنيات والوسائط الإلكترونية التي سمحت لها برقمنة سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها وجعل كل العمليات تعمل وفقا للتقنيات الإلكترونية الأكثر تطورا، كما اعتمدت شركة Amazon على الذكاء الاصطناعي في نشاطها مما ساعدها على تطوير نشاطها التجاري الإلكتروني والذي بدوره أثر تأثير ايجابي على سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها.

---

---

خاتمة

---

---

إن ظهور تقنيات وأساليب التجارة الإلكترونية الحديثة أدى إلى خلق فرص ومزايا جديدة، مما ساعد في تطوير سلاسل الامداد بشكل كبير. فباستخدام التجارة الإلكترونية يمكن للشركات تحسين عملياتها منذ بداية إنتاج المنتج أو الخدمة حتى وصولها إلى العميل، وذلك من خلال توفير خيارات شحن أسرع بتكلفة أقل ونظام إلكتروني متكامل يجعل سلاسل التوريد أكثر فعالية وسرعة.

وتشير الدراسة الحالية التي تمحورت حول "دور التجارة الإلكترونية في تحسين سلاسل الإمداد" إلى أهمية شركة Amazon كمثال عالمي في هذا المجال. وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام التجارة الإلكترونية يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين جودة التسويق وإدارة العمل التجاري بشكل عام، مما يؤدي في النهاية إلى رضا العميل وتحسين الأداء العام للشركة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج مع طرح مجموعة من التوصيات وآفاق لدراسات مستقبلية يمكن توضيحها كالتالي:

#### أولاً: نتائج الدراسة

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج الخاصة بالدراسة، وفيما يلي عرض أهم هذه النتائج:

- تعتبر التجارة الإلكترونية أهم نوع من أنواع التجارة في الوقت المعاصر.
- لسلاسل الامداد أهمية بالغة في تسيير أعمال وأنشطة الشركات.
- ممارسات التجارة الإلكترونية يسمح بتحسين الخدمات اللوجستية للشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية.
- التجارة الإلكترونية تحسن نظام المخزون من خلال المستودعات الرقمية.
- شركة Amazon هي الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية من خلال اعتمادها على التقنيات والتكنولوجيا المتطورة.
- تركز Amazon على رقمنة سلال الامداد الخاصة بها لتسهيل مختلف الأعمال التجارية الإلكترونية.
- تعتمد Amazon على التقنيات الحديثة في تطوير تجارتها الإلكترونية، وفي إدارة سلال الامداد الخاصة بأنشطتها.

## ثانيا: تفسير النتائج حسب الفرضيات

**الفرضية الفرعية الأولى: " تمارس شركة Amazon التجارة الإلكترونية عند مستويات جيدة"**

من خلال الاحصائيات الخاصة بتقييم الأداء التجاري لشركة Amazon، ومن خلال الاحصائيات الخاصة بإيرادات ومبيعات الشركة (من الجدول رقم 10 إلى غاية الجدول رقم 16)، يتضح بأن شركة Amazon تحقق إيرادات مرتفعة في نشاطها التجاري الإلكتروني وهذا هو السبب الذي جعلها تتميز في عملها وجعلها تتطور أكثر. وبالتالي نقبل الفرضية الأولى التي تنص على أن شركة Amazon تمارس التجارة الإلكترونية عند مستويات جيدة.

**الفرضية الفرعية الثانية: "تطبق شركة Amazon استراتيجيات خاصة بسلاسل امداد نشاطها التجاري"**

من خلال ما تم التطرق اليه في الجزء التطبيقي الجانب الخاص بتحليل سلاسل الامداد لشركة، اتضح لنا بأن شركة Amazon تطبق ادارة سلال الامداد الخاصة بها بطريقة صحيحة وتولى أهمية وعناية كبيرة لإدارة سلاسل الامداد، كما تعتمد في ذلك على مجموعة من التقنيات الخاصة بها خاصة فيما يخص المستودعات وطرق الشحن والروبوتات الذكية، والاعتماد أيضا على الذكاء الاصطناعي. وبالتالي قبول الفرضية الثانية التي تنص على أن شركة Amazon تطبق استراتيجيات خاصة بسلاسل امداد نشاطها التجاري.

**الفرضية الفرعية الثالثة: " توجد علاقة تأثير بين التجارة الإلكترونية لشركة Amazon على سلاسل****الامداد الخاصة بها من خلال الامداد التجاري الإلكتروني"**

من خلال تحليل تأثير التجارة الإلكترونية على سلال الامداد لشركة Amazon في الجزء التطبيقي، اتضح بأن التجارة الإلكترونية التي هي في الأساس النشاط الرئيسي لشركة Amazon تؤثر بشكل ايجابي على سلال الامداد الخاصة بنشاطها وذلك من خلال استخدام قواعد بيانات ضخمة وتكنولوجيا حديثة ومتطورة وتقنيات أدت بها إلى جعل سلال الامداد تطبق الكترونيا سواء تعلق الأمر بالطلب الإلكتروني والتسليم الإلكتروني والتخزين الإلكتروني واستخدام التقنيات الخاصة بالشركة التي تهدف إلى جعل لكل أعمالها تتم إلكترونيا. بالإضافة الى استخدام التقنيات الإلكترونية في تحسين خدماتها اللوجستية. وبالتالي قبول الفرضية الثالثة التي تنص على أنه توجد علاقة تأثير بين التجارة الإلكترونية لشركة Amazon على سلاسل الامداد الخاصة بها من خلال الامداد التجاري الإلكتروني.

ما سبق يمكن تلخيص النتائج حسب الفرضيات في الجدول التالي:

## الجدول رقم- 17- : النتائج حسب الفرضيات

القرار	محتوى الفرضية	الفرضية
قبول الفرضية	تمارس شركة Amazon التجارة الالكترونية عند مستويات مقبولة	الأولى
قبول الفرضية	تطبق شركة Amazon استراتيجيات خاصة بسلاسل امداد نشاطها التجاري	الثانية
قبول الفرضية	توجد علاقة تأثير بين التجارة الإلكترونية لشركة Amazon على سلاسل الامداد الخاصة بها من خلال الامداد التجاري الالكتروني	الثالثة

## ثالثا: التوصيات

- هناك بعض التوصيات التي يمكن أن نقدمها في مجال التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد كالاتي:
- تفعيل المنصات الرقمية المختلفة الهادفة لتوسيع النشاط التجاري الالكتروني.
  - رقمنة سلاسل الامداد للشركات مما يسمح بعصرنة العمليات التجارية.
  - تفعيل التجارة الالكترونية على المستوى الوطني مما يسمح بمواكبة النشاط التجاري الالكتروني العالمي.
  - ضرورة الاستفادة من تجارب الشركات الرائدة في مجال التجارة الالكترونية مثل شركة Amazon.

## رابعا: آفاق الدراسة

يمكن أن تكون هذه الدراسة نقطة انطلاقا لدراسات مستقبلية كآفاق يمكن ذكر أهمها على سبيل الاقتراح كما يلي:

- دور المنصات الرقمية في تسهيل عمليات سلاسل الامداد.
- دور المنصات الرقمية في تفعيل التجارة الالكترونية.
- أهمية الامداد الالكتروني في تحسين الخدمات اللوجستية.
- أهمية الامداد التجاري الالكتروني في توسيع الانشطة الانتاجية.
- الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات اللوجستية للشركات الالكترونية.
- مساهمة الامداد التجاري الالكتروني في تحسين المركز التنافسي للشركات.

---

---

# قائمة المصادر و المراجع

---

---

## • القرآن الكريم

## ثانياً: المراجع باللغة العربية

## أ. الكتب

1. ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط 01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2011.
2. أكرم أحمد الطويل، علي وليد العبادي، إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد استراتيجية العمليات والأداء التسويقي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
3. حنان ملكية و آخرون، التجارة الالكترونية، ط 01، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، 2018.
4. الطويل العبادي، إدارة سلسلة التوريد الخضراء GSCM، ط 01، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2018.
5. محمد نور صالح الجدايه وآخرون، التجارة الالكترونية، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
6. ممدوح عبد العزيز رفاعي، إدارة سلاسل التوريد- مدخل تحسين العمليات -، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر، 2009.
7. ممدوح عبد العزيز رفاعي، إدارة سلسلة التوريد - مدخل تحسين العمليات-، الطبعة الثالثة، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، مصر، 2007.

## ب. الأطروحات والمذكرات

8. سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الالكترونية في الفقه الاسلامي ، مذكرة ماجستير، الجامعة الاسلامية غزة، 2005.
9. صابرين صبحي حسين محيسن، مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية وفقا لمتطلبات المعيار المحاسبي الدولي 18 الاعتراف بالايراد، مذكرة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية غزة، 2017.
10. عبد الرحمان عفيصة، نموذج مقترح لتصميم وإدارة سلسلة الإمداد لشبكة مؤسسات - دراسة تطبيقية لشبكة مؤسسات بالجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة باتنة، الجزائر، 2017-2018.
11. العمري هاشمي، تكييف النظام الجبائي الجزائري في ظل تبني التجارة الالكترونية ، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية، تخصص محاسبة و جباية معمقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الابراهيمى ، برج بوعرييج، الجزائر، 2022 / 2023.
12. عواد مرزوق عواد الحديد، قواعد الضمان في البيع الالكتروني، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2020.

## ت. المجالات العلمية

13. احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق و التجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010.
14. بن فتاشة موسى، نوفل سمايلي، دور الامداد التجاري الالكتروني في تحقيق اليرادات في ظل تداعيات جائحة كورونا دراسة حالة شركة أمازون، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 01، 2024.
15. حرمة وفاء، تلي سيف الدين، واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية أنموذجا"، مجلة المدبر، المجلد 9، العدد 02، 2022.
16. حليلة خنوس وآخرون، استراتيجيات المؤسسات الافتراضية -دراسة حالة مؤسسة أمازون-، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 15، 2019.
17. خالد سعد زغلول حلمي، التجارة الالكترونية الآثار الاقتصادية والحماية القانونية، مجلة الكويت الاقتصادية، العدد 17، 2018.
18. خطيب سيدي محمد بومدين، انعكاسات تطبيق إدارة سلسلة الامداد على أداء المؤسسات الصناعية لولاية تلمسان، مجلة الاقتصاد والإدارة، المجلد 02، العدد 04، سبتمبر 2017.
19. زرادنة محمد وآخرون، دراسة تحليلية لأثر جائحة كوفيد 19 على سلاسل الامداد العالمية، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد 07، العدد 01، 2022.
20. طرشي محمد وآخرون، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 02، 2018.
21. طلال فاهد فالح فهاد الظفيري، التجارة الالكترونية من المنظور الشرعي، مجلة الدراسات الاسلامية و البحوث الأكاديمية، العدد 99، 2020، ص 199.
22. عبود زرقين وآخرون، تعزيز دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010.
23. فارس فضيل و آخرون، الأبعاد القانونية و لضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 3، 2011.
24. قازي أول محمد شكري وآخرون، أثر تكامل سلسلة الامداد في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الأسواق الدولية - دراسة حالة مؤسسة خنتر بسيدي بلعباس-، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد 08، العدد 01، أبريل 2022.
25. قازي أول محمد شكري، زرادنة محمد، إدارة مخاطر سلاسل الامداد في مؤسسات الأعمال الدولية: دراسة تحليلية لعينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة الاقتصاد والأعمال، المجلد 01، العدد 20، جوان 2021.
26. قحاييرة سيف الدين، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على حاضر ومستقبل التسوق الإلكتروني، دراسة قياسية لحالة شركة أمازون، جامعة الشيخ العريب التبسي، تبسة، الجزائر، 2021.
27. كتوش عاشور، متطلبات تبني التجارة الالكترونية و افاق تطويرها في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 9، العدد 3، 2015.

28. موسي سهام، تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية دراسة حالة موقع أمازون، مجلة الباحث، العدد 07، 2010.

29. نورا العرابوي، معوقات تطبيق نظام التجارة الالكترونية في مصر من المنظور الاقتصادي، مجلة أبحاث الدراسات العليا، المجلد 11، العدد 57، مارس 2021.

30. وليد أحمد سعيد مصباح، دور المصرفية الالكترونية في دعم التجارة الالكترونية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية (المنصورة)، أبحاث الدراسات العليا، المجلد 13، العدد 83، 2023.

### ث. القوانين

31. القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصفحة 04.

### ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

#### أ. الكتب

32. ALEXANDRE .K .SAMII, Stratégies Logistiques : Fondements – Méthodes – Application, 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris 2001.
33. CLOUD ALAZARD et SABINE SEPARI, Contrôle de Gestion, 2<sup>e</sup> édition, DUNOD- Paris.2010.
34. Dave Chaffey, E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson/Financial Times Prentice Hall, 2011.
35. Gary p , schneider , Electronic commerce , united states of america , 2012.
36. Thomas Hanne, Rolf Dornberger. Computational Intelligence in Logistics and Supply Chain Management. Springer International Publishing Switzerland 2017.
37. Yacob Khojasteh, Developing Supply Chain Risk Mitigation Strategies , chapter in book « Yacob Khojasteh Advanced Tools, Models, and Developments », Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2018.

#### ب. المجلات العلمية

38. Ahmi, A., Rahm, S. A., & Elbardan, Global Trend of the Electronic Supply Chain Management (e-SCM) Research: A Bibliometric Analysis, International Journal of Supply Chain Management, 7(5),2018.
39. Ghasemi, A., Shirmohamadi, M., & Taimouri, Assessing the Impact of Electronic Supply Chain Management on the Performance of Small and Medium sized Enterprises using the Sustainable Balanced Scorecard Approach (Case Study of Online Stores and Industrial town of Abasabad). *International Journal of Scientific Management and Development*, 3(12),2015.
40. Lidija Pulevska-Ivanovska, Neda Kaleshovska, Implementation of E-Supply Chain Management, TEM Journal Association for Information Communication Technology Education and Science, – Volume 2, Number 4 , Novi Pazar, Serbia, 2013.
41. Salgado, J.A.P., Novi, J.C., Júnior, A.C., & Oliveira, E-SCM and inventory management: A study of multiple cases in a segment of the department store chain. *Jistem Journal of Information Systems and Technology Management*, 8,2011.
42. Savaliya Vivek ,Jignesh Vidani, E-Commerce Supply Chain Efficiency, International Journal of Business and Management Practices (IJBMP), Vol.2, No.2, 2024.

43. SHREYA TIWARI , Impact OF E-Commerce On Supply Chain Management, International Journal of Creative Research Thoughts, Volume 11, Issue 4 April 2023.
44. Zhang Wei, Wu Xiang, The Importance of Supply Chain Management, International Journal of Business and Social Science, Volume 4, Number 16, USA, December 2013.

ثالثا: المواقع الالكترونية

[www.ir.aboutamazon.com](http://www.ir.aboutamazon.com)

موقع علاقات المستثمرين لشركة أمازون

[www.amzadvisers.com](http://www.amzadvisers.com)

موقع الخدمات الاستشارية لشركة أمازون

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

موقع أمازون العالمي

[www.statista.com](http://www.statista.com)

موقع بيانات حول حجم سوق التجارة الإلكترونية واتجاهات النمو

[www.supplychainmovement.com](http://www.supplychainmovement.com)

موقع حول أحداث سلسلة الامداد

[www.godatafeed.com](http://www.godatafeed.com)

موقع لإدارة منتجات الشركات الالكترونية

[www.dfreight.org](http://www.dfreight.org)

موقع خاص بخدمات الشحن والتتبع والتسليم

[www.agility.com](http://www.agility.com)

موقع مؤشر اللوجستيات الرقمية

---

---

# فهرس المحتويات

---

---

الصفحة	المحتوى
	البسمة آية قرآنية شكر وعرافان الاهداء الملخص
93	قائمة المحتويات
939393	قائمة الجداول
93V	قائمة الأشكال
V	قائمة المختصرات
أ-هـ	مقدمة
الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية وسلاسل الامداد
08	المطلب الأول: مضمون التجارة الالكترونية
18	المطلب الثاني: مضمون سلاسل الامداد
25	المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني
29	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
29	المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية
32	المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية
36	المطلب الثالث: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
43	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاطار التطبيقي للدراسة	

45	تمهيد
46	المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة
46	المطلب الأول: التعريف بشركة Amazon
49	المطلب الثاني: نشأة وتطور شركة Amazon
50	المطلب الثالث: خدمات ومنتجات شركة Amazon
54	المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة التطبيقية
54	المطلب الأول: تقييم الأداء التجاري لشركة Amazon
66	المطلب الثاني: تحليل سلاسل امداد لشركة Amazon
71	المطلب الثالث: الامداد التجاري الالكتروني لشركة Amazon
82	خلاصة الفصل
84	خاتمة
88	قائمة المصادر المراجع
93	فهرس المحتويات

تم بفضل الله

## الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التجارة الالكترونية في تحسين سلاسل الامداد والتعرف على العلاقة القائمة بين المتغيرين، وذلك من خلال دراسة حالة لشركة **Amazon** باعتبارها من الشركات الرائدة في مجال التجارة الالكترونية والتي حظيت بنسبة كبيرة من التعامل من طرف مختلف الأطراف.

وتم التطرق إلى مختلف الاحصائيات الخاصة بالشركة محل الدراسة ذات الصلة بالتجارة الالكترونية وسلاسل الامداد وعمليات الامداد الالكتروني، وقد توصلت الدراسة إلى أن شركة **Amazon** هي شركة رائدة في مجال التجارة الالكترونية، وتقوم برقمنة سلاسل الامداد الخاصة بنشاطها، كما تم التوصل إلى أن التجارة الالكترونية لشركة أثرت بشكل إيجابي على سلال الامداد الخاصة بنشاطها ودمج التقنيات والوسائل الالكترونية، هذا ما جعلها أكثر تطورا واستخداما للتكنولوجيا المتطورة والتقنيات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، سلاسل الامداد، الامداد التجاري الالكتروني.

## Abstract:

This study aims to identify the role of e-commerce in improving supply chains and to identify the relationship that exists between the two variables, through a case study of Amazon, as it is one of the leading companies in the field of e-commerce, which has enjoyed a large percentage of dealings by various parties.

The various statistics of the company under study related to e-commerce, supply chains, and e-supply operations were discussed. The study concluded that Amazon is a leading company in the field of e-commerce, and is digitizing the supply chains of its activity. It was also found that e-commerce has influenced... It has had a positive impact on the supply baskets of its activity and the integration of electronic technologies and means, which has made it more developed and uses advanced technology and modern technologies.

**Keywords: Electronic commerce, supply chains, Electronic commercial supply.**