

إدارة سلاسل إمداد التجارة الالكترونية E-commerce Supply Chain Management



أجندة الدورة التدريبية

Course Agenda

1. المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الالكترونية
2. الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية
3. تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون داخل المتاجر الالكترونية
4. التسليم والخدمات اللوجستية داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية
5. حالة تطبيقية مجمعة لمنصة منصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

أهداف الدورة التدريبية

Course Objectives

بنهاية هذا الكورس ستكون قادراً علي:

1. تحليل البيانات والمعلومات للتعرف على اتجاهات الأسواق داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية.
2. تحليل ومعرفة كافة مصادر المعلومات الرئيسية اللازمة لفتح الأسواق الدولية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل الإمداد العالمية.
3. تحديد الاستراتيجيات المختلفة لتحليل الطلب والمخزون داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية.
4. فهم ومعرفة مصطلحات وشروط التسليم والخدمات اللوجستية داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية.
5. القدرة على تطويع آليات الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بحجم الطلب والمخزون.
6. استكشاف الآليات الفنية والمهارات العملية للتعامل مع الموردين داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية.

المحاضرة الأولى
المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد
والتجارة الالكترونية
Basic Principles And Concepts Of Supply
Chain & E-commerce

المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

1. مقدمة



نتج عن ضغوط النمو من العولمة وزيادة حداثّة وتطور العمل " موجات تحسين الأعمال " وذلك خلال العقود الأخيرة بدءاً بالإدارة بالأهداف والنتائج ومروراً بمراقبة الجودة الكلية ثم إدارة الجودة الشاملة ثم إعادة هندسة الأعمال ثم إدارة المعرفة وأخيراً وليس آخراً إدارة سلاسل الإمداد الإلكترونية ، نهايةً بذكاء الأعمال Business Intelligence .

المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الالكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce



ومما لا شك فيه أن إدارة سلسلة الإمداد الناجحة سوف
تخفض من التكاليف لكل من العملاء والموردين وأيضا تدير
الخطر ، وتبقى على أو تحسن القيمة المضافة وهامش الربح
، وبصورة متتابعة فإن الشركات التي تكون فعالة في سلاسل
التوريد فهي الأكثر نجاحًا في دنيا الأعمال اليوم.

المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الالكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

2. التعريف العلمي لسلاسل الإمداد

هي حلقة الوصل للموارد والعمليات والتي تبدأ بمصدر المواد الخام وتمتد خلال توصيل أو تسليم المنتجات التامة إلى العميل النهائي ، ويشمل ذلك التجار والتسهيلات الصناعية ، والقائمين على نظم الإمداد ومراكز التوزيع الداخلية والموزعين وأي كينونات أخرى تمهد السبيل إلى قبول ورضاء العميل النهائي .



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

3. التعريف العملي لإدارة سلاسل الإمداد

يمكن تعريف إدارة سلسلة الإمداد على إنها فن وعلم إدارة تدفق البضائع والخدمات، حيث تشمل إدارة حركة (نقل) وتخزين المواد الخام والسلع نصف المصنعة والسلع التامة الصنع (المنتجات النهائية) والمخزون من نقطة البداية (نقطة المنشأ) إلى نقطة الاستهلاك (أي وصول المنتج أو الخدمة إلى المستهلك النهائي).



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

4. سلاسل الإمداد في التجارة الإلكترونية

وبالتطبيق والشرح على المتاجر الإلكترونية أو مواقع البيع عبر الإنترنت، فإن إدارة سلاسل الإمداد في التجارة الإلكترونية هنا هي تلك الشبكة المُتحكّمة والتي تُدير العلاقات وتربط كافة الأطراف التي تلعب دور في عملية الشراء من المتجر من بدايتها وحتى نهايتها، بداية من توفير المنتجات وحتى توصيلها إلى المستهلك النهائي.



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

5. مهام سلاسل الإمداد في التجارة الإلكترونية



6. عناصر إدارة سلاسل الإمداد



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

6. عناصر إدارة سلاسل الإمداد في التجارة الإلكترونية

إدارة سلسلة الإمداد تتضمن العديد من العناصر والمكونات التي تعمل سويًا لضمان فعالية وسلاسة جميع العمليات المتعلقة بتوريد المواد وتصنيع المنتجات وتوزيعها.

إليك بعض العناصر الرئيسية لإدارة سلسلة الإمداد:
- التخطيط

عندما تقوم شركات سلاسل الإمداد بالتخطيط، فإنها إما أن تضع خطة لإنتاج السلع أو خطة لشرائها جاهزة من الموردين، وتصنيع المنتجات يعتمد على شراء المواد الخام، وهذا يتطلب تحديد أسماء الموردين الذين يوفر هذه المواد، والتخطيط لتصنيع السلع أو لاستيرادها يعتمد على الإمكانيات والموارد المتوفرة لدى الشركة.



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

- المصدر (المُورد)

تحديد شركتك للمصادر يتطلب اختيار المورد الذي يعرض المنتجات بأسعار مناسبة وتسليمها في الوقت المطلوب، فهذا بدوره سيكون له تأثير حيوي على سلسلة التوريد، كما أن اختيار أفضل الموردين سيساعد الشركة على توفير في التكاليف بأكبر قدر ممكن.

وبعد ذلك، يعمل مديرو SCM على تطوير مجموعة من عمليات التسعير والتسليم والدفع مع الموردين وإنشاء مقاييس لمراقبة العلاقات وتحسينها.



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

- التصنيع

يقوم مديرو سلسلة التوريد بجدولة الأنشطة اللازمة للإنتاج والاختبار والتعبئة والتحضير للتسليم، هذا هو الجزء الأكثر كثافة من حيث المقاييس في سلسلة التوريد، الجزء الذي تستطيع فيه الشركات قياس مستويات الجودة في الإنتاج وإنتاجية العمال.

- التسليم

هذا هو الجزء الذي يشير إليه العديد من المطلعين في SCM على أنه لوجستيات، حيث تقوم الشركات بتنسيق استلام الطلبات من العملاء، وتطوير شبكة من المستودعات، واختيار شركات النقل لإيصال المنتجات إلى العملاء وإنشاء نظام فواتير لاستلام المدفوعات.



المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

- المُرْتَجِع (المردودات)

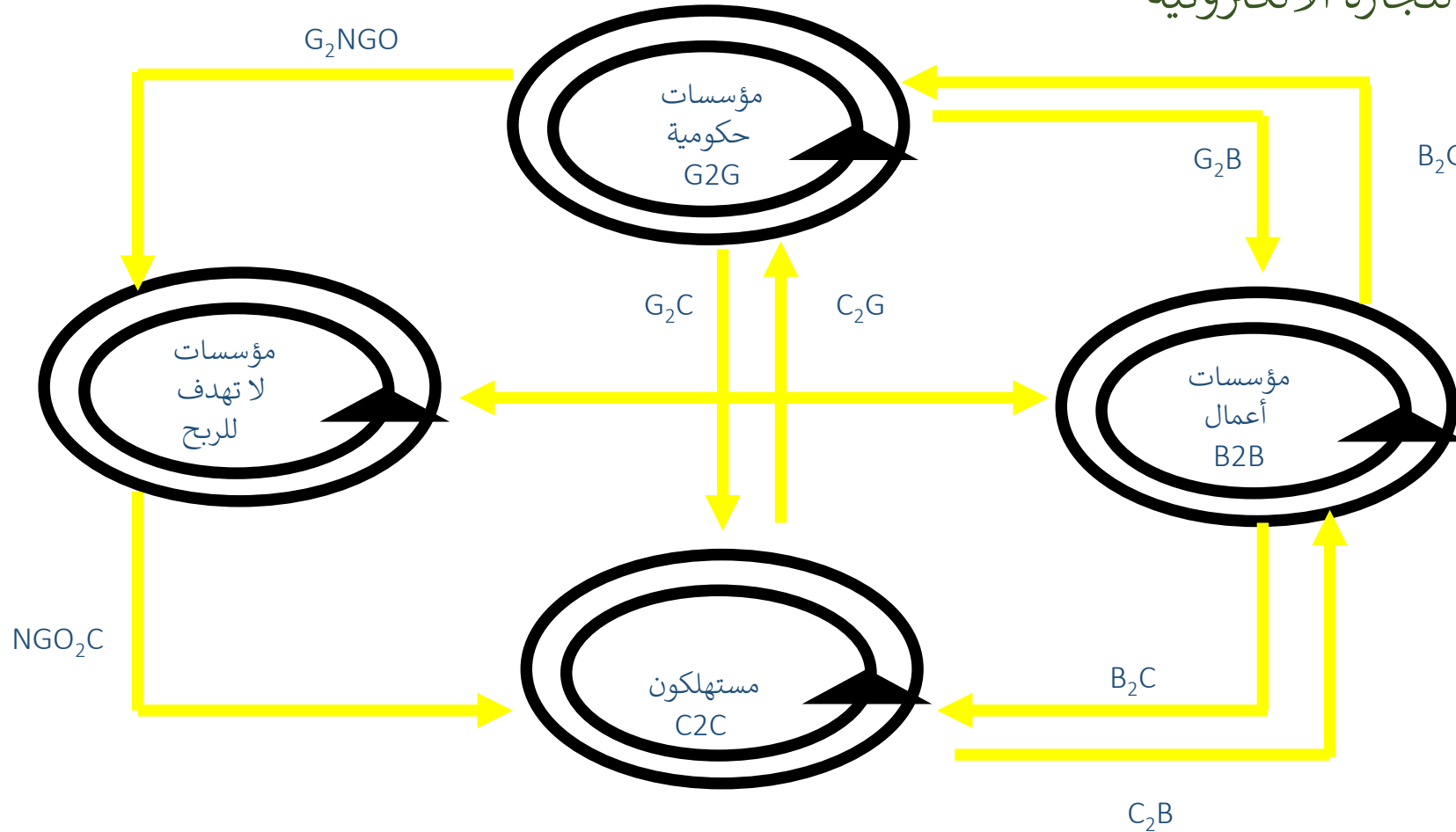


يمكن أن يكون هذا جزءًا إشكاليًا من سلسلة التوريد للعديد من المنظمات، ويتعين على مخططي سلسلة التوريد إنشاء شبكة سريعة الاستجابة ومرنة لاستلام المنتجات المعيبة والزائدة من عملائهم ودعم العملاء الذين لديهم مشاكل مع المنتجات المستلمة.

المبادئ والمفاهيم الأساسية لسلاسل الإمداد والتجارة الإلكترونية

Basic Principles and Concepts Of Supply Chain & E-commerce

7. أنواع ومجالات التجارة الإلكترونية



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس

issue 01

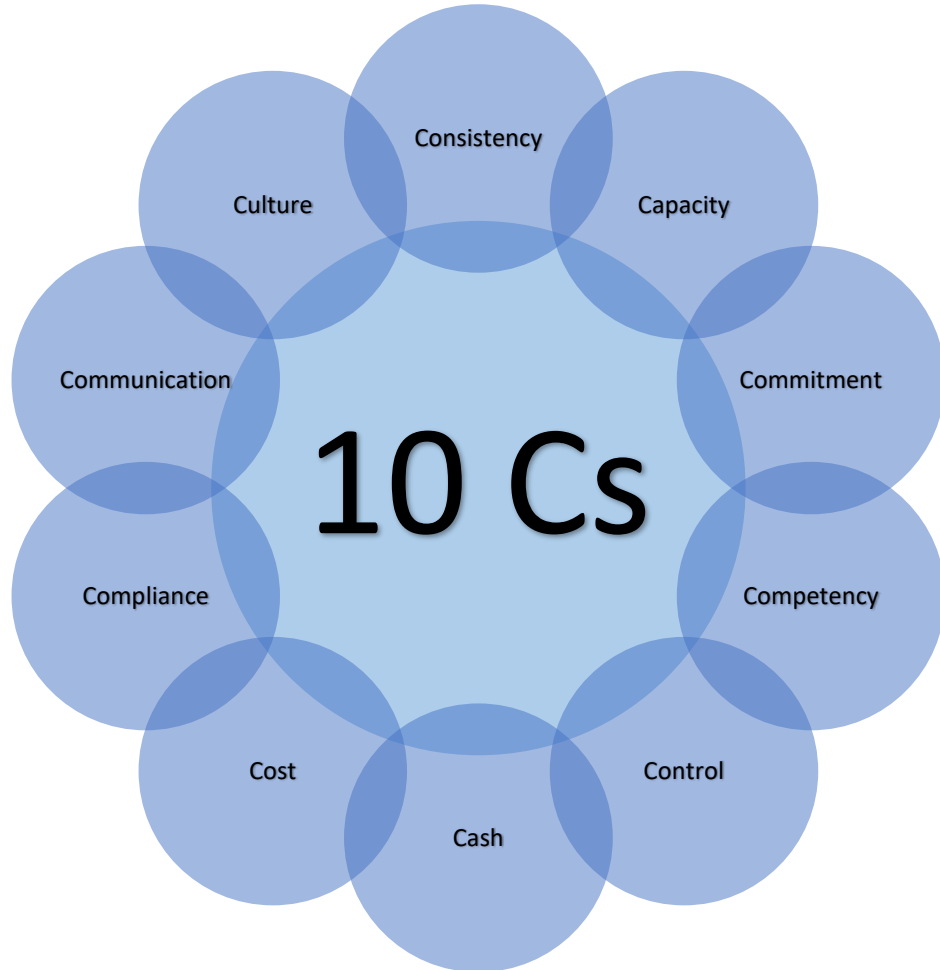


المحاضرة الثانية
الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد
التجارة الإلكترونية

Practical Principles For Selecting a Supplier
Or Source In E-commerce Supply Chains

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



1. تقييم الموردين بتجارة الـ B2C

ليس كل الموردين المسجلين لديك والذين بينك وبينهم عقود يحققون المعايير المطلوبة (السعر - الجودة - الوقت المطلوب)، وعدم التوافق بين حاجاتك وما يقدمه المورد يمكن أن يضيف عليك تكلفة زائدة أو يسبب تأخير أو إيقاف عمليات التشغيل.

وضح Carter Ray نظرية العشرة أشياء تبدأ بالحرف C أو ما تسمى 10 Cs لتقييم المورد وتساعد في تجنب الاختيار الخاطئ للمورد وهي كالتالي:

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

09

تشير إلى التزام المورد بالاستمرارية وأخلاقيات العمل والالتزام بالأنظمة والقوانين والمساهمة بالمشاركات الإنسانية والاهتمام بالنشاطات العالمية .

10

تواصل المورد واللقاء الدوري ووضع الخطط المستقبلية ورسم وتوزيع خطط الإنتاج ومواعيد التسليم وفتح قناة اتصال مباشرة في الحالات المستعجلة أو خلال الأزمات .

السمعة والالتزام
الأخلاقي Clean

التواصل
Communication

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



2. حالة تطبيقية لتقييم الموردين بتجارة الـ B2C
ترغب أمازون في تقييم ثلاث موردين لاختيار
أفضلهم للقيام بتوريد مجموعة من الأدوات
والمعدات والمستلزمات الرياضية، ولقد تم تصميم
استمارات استطلاع الرأي لتقييم العناصر العشر
السابق الإشارة إليهم وفقًا لمجموعة من النقاط،
ولقد تم إعطاء وزن نسبي لكل عنصر من عناصر
التقييم وفقًا لاهتمامات أمازون في الوقت الحالي.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

2. حالة تطبيقية لتقييم الموردين بتجارة الـ B2C

Criteria	Relative weight	Supplier A	Supplier B	Supplier C
Capacity القدرة	5%	4	4	4
Commitment الالتزام بالتعهدات	10%	3	3	4
Competency الجدارة	5%	3	3	3
Control الرقابة	5%	3	2	2
Cash النقدية	10%	2	3	2
Cost التكلفة	20%	4	4	4
Consistency الثبات	25%	4	3	4
Culture الثقافة	5%	2	4	3
Clean السمعة	10%	2	3	2
Communication التواصل	5%	2	3	3
Total	100%	29	32	31

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

2. حالة تطبيقية لتقييم الموردين بتجارة الـ B2C

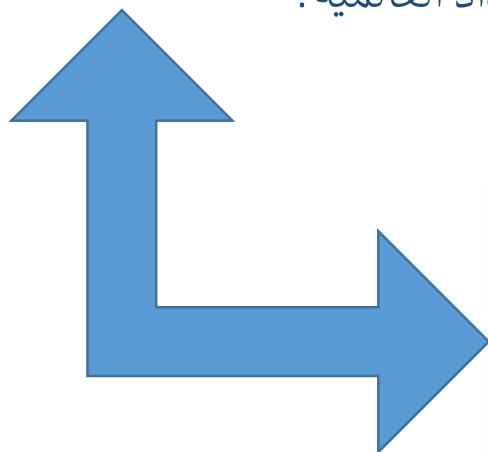
Final Evaluation Matrix				
Criteria	Relative weight	Supplier A	Supplier B	Supplier C
Capacity القدرة	5%	0.2	0.2	0.2
Commitment الالتزام بالتعهدات	10%	0.3	0.3	0.4
Competency الجدارة	5%	0.15	0.15	0.15
Control الرقابة	5%	0.15	0.1	0.1
Cash النقدية	10%	0.2	0.3	0.2
Cost التكلفة	20%	0.8	0.8	0.8
Consistency الثبات	25%	1	0.75	1
Culture الثقافة	5%	0.1	0.2	0.15
Clean السمعة	10%	0.2	0.3	0.2
Communication التواصل	5%	0.1	0.15	0.15
Total	100%	3.2	3.25	3.35

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

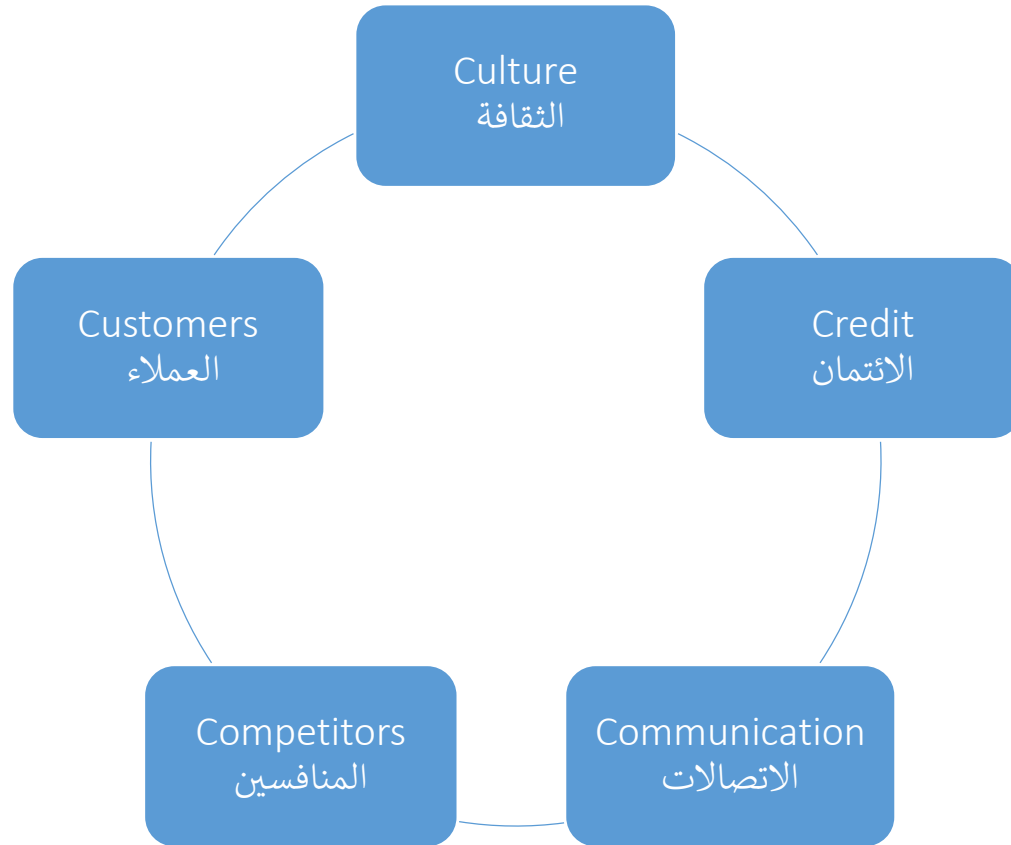
3. تقييم الموردين بتجارة الـ B2B

منصة علي بابا تحتاج إلى مورد عالمي لتزويدها بشحنات بكميات كبيرة ، فما معايير اختياره داخل سلاسل الإمداد العالمية؟



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



3. تقييم الموردين بتجارة الـ B2B

حتى يتم اختيار المورد بشكل مناسب داخل تجارة الـ B2B فلا بد من أن تدرك 5 معايير تبدأ بحرف الـ C وتسمى 5Cs.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين

بتجارة الـ B2B

متجر الإلكتروني بالسوق السعودي

يحتاج إلى مورد عالمي لتزويدك

بشحنات بكميات كبيرة من البرتقال،

فما معايير اختياره داخل سلاسل

الإمداد العالمية؟



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

أولاً : لا بد من تحديد الرقم الدولي المنسق لتكويد السلع عالمياً H.S Code كما يلي من خلال الـ Trade

Map



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

At 2,4,6 Digit levels At Tariff Line level

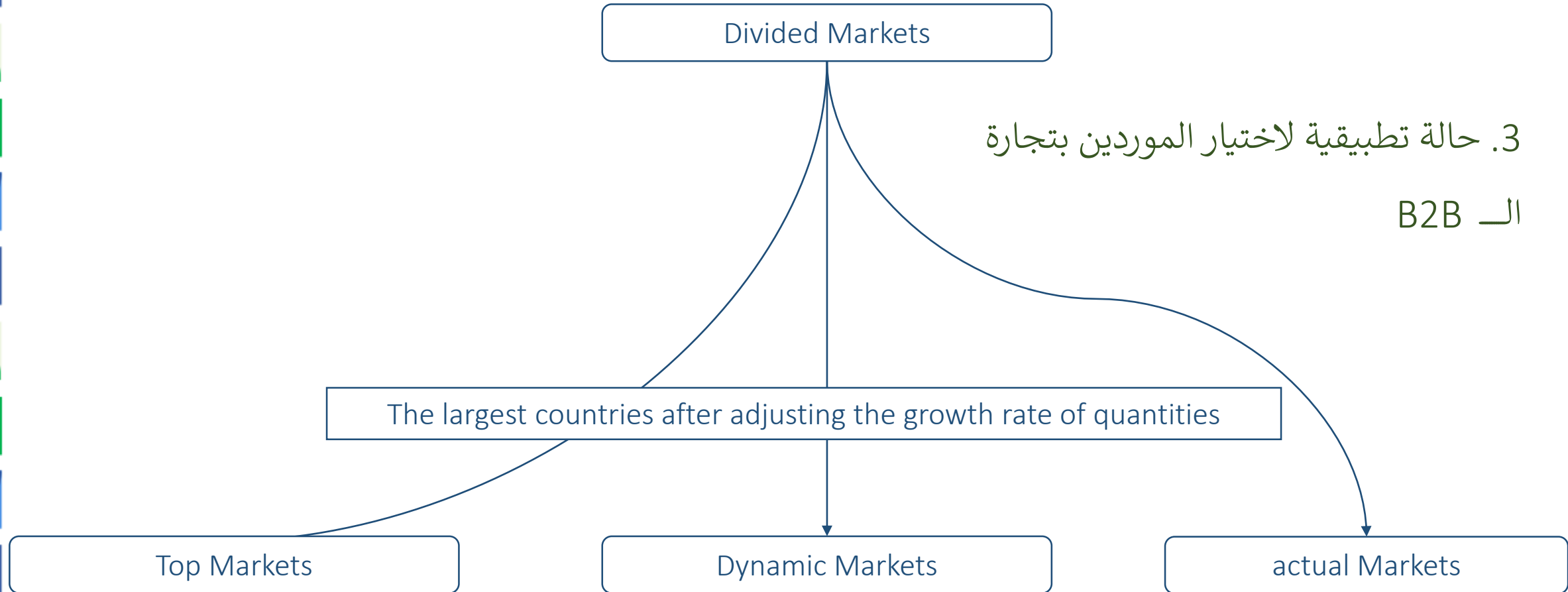
Keywords: Search orange

Rows per page: Default (25 per page) ▼

Code	Label
330112	Oils of sweet and bitter orange, whether or not terpeneless, incl. concretes and absolutes (excl. orange-flower oil)
080510	Fresh or dried oranges
2824	Lead oxides; red lead and orange lead
282420	Red lead and orange lead
200911	Frozen orange juice, unfermented, whether or not containing added sugar or other sweetening matter (excl. concentrates)
200912	Orange juice, unfermented, Brix value <= 20 at 20°C, whether or not containing added sugar or other sweetening matter (excl. concentrates)
200919	Orange juice, unfermented, whether or not containing added sugar or other sweetening matter (excl. containing spirit, frozen, and of a Brix value <= 20 at 20°C)
200830	Citrus fruit, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, n.e.s.
200990	Mixtures of fruit juices, incl. grape must, and vegetable juices, unfermented, whether or not containing added sugar or other sweetening matter (excl. containing spirit)
210690	Food preparations, n.e.s.
220290	Non-alcoholic beverages (excluding water, fruit or vegetable juices and milk)
220299	Non-alcoholic beverages (excl. water, fruit or vegetable juices, milk and beer)
282410	Lead monoxide "litharge, massicot"
282490	Lead oxides (excl. monoxide "litharge, massicot")

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



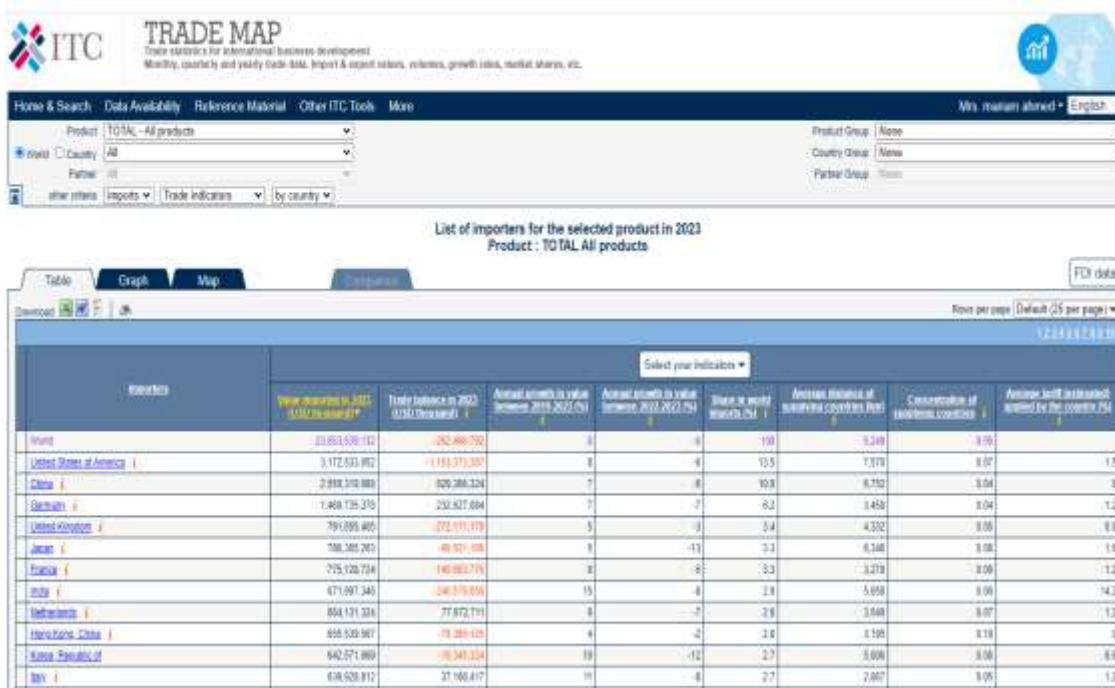
3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة

الـ B2B

ثانيًا: تحديد أكبر الدول الموردة لهذا المنتج في العالم وهو ما يعرف بكبار الدول المصدرة

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



ITC TRADE MAP

Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.

Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Product: TO TAL - All products
Country: All
Partner: All
other criteria Imports Trade Indicators by country

Product Group: All
Country Group: None
Partner Group: None

List of importers for the selected product in 2023
Product: TO TAL All products

Table Graph Map

Download

Rows per page: Default (25 per page)

Indicator	Value recorded in 2023 (USD thousands)	Trade balance in 2023 (USD thousands)	Annual growth in value between 2015-2022 (%)	Annual growth in value between 2022-2023 (%)	Share in world imports (%)	Annual increase of imports in value (%)	Concentration of imports in value (%)	Annual trade balance in 2023 (USD thousands)
World	23,853,636,112	-252,486,752	8	8	100	5,249	0.05	
United States of America	3,172,533,952	+1,151,313,337	8	6	13.5	7,879	0.07	1.5
China	2,898,319,888	929,286,324	7	6	10.9	6,732	0.04	8
Germany	1,468,135,216	232,527,894	7	-7	6.2	3,456	0.04	1.2
United Kingdom	791,889,488	-272,917,179	5	-3	3.4	4,332	0.05	0.8
Japan	786,385,264	-48,521,088	8	-13	3.3	6,348	0.08	1.6
France	725,126,736	-140,883,716	8	6	3.3	3,279	0.08	1.2
Italy	671,987,344	-246,879,856	15	8	2.8	5,658	0.08	14.2
Netherlands	664,131,336	77,872,716	9	-7	2.8	3,648	0.07	1.2
South Korea, China	658,539,967	-78,285,125	4	-2	2.8	3,198	0.18	0
Spain, Republic of	642,571,889	-16,341,324	19	-12	2.7	5,698	0.08	8.9
Italy	638,628,812	37,166,417	11	8	2.7	2,807	0.08	1.2

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ

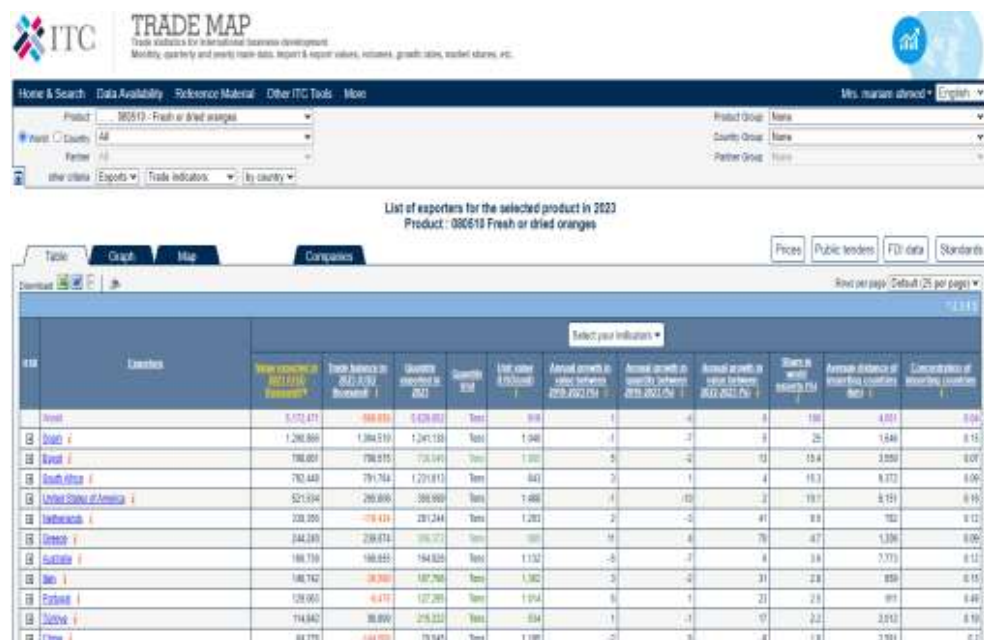
B2B

بعد اختيار Total All Products واختيار

المعيار الخاص بـ Trade Indicators

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains



The screenshot displays the ITC Trade Map interface. The top navigation bar includes 'Home & Search', 'Data Availability', 'Reference Material', and 'Other ITC Tools'. The search filters are set to 'Product: 080610 - Fresh or dried oranges', 'Country: All', and 'Period: All'. The results are sorted by 'Export value' and 'By country'. The table below lists the top 10 countries by export value for the selected product in 2023.

Rank	Country	Export value in 2023 (USD)	Export value in 2022 (USD)	Change (%)	Share of total exports (%)	Share of total imports (%)	Share of total trade (%)	Share of total value added (%)	Share of total employment (%)
1	Spain	5,172,471	4,448,834	16.3	100	100	100	100	100
2	Italy	1,298,869	1,094,919	18.6	25	25	25	25	25
3	France	788,881	758,915	3.9	15	15	15	15	15
4	South Africa	783,448	751,744	4.2	15	15	15	15	15
5	United States of America	521,934	269,896	93.4	10	10	10	10	10
6	Peru	238,250	178,434	33.5	5	5	5	5	5
7	Germany	244,849	238,874	2.5	5	5	5	5	5
8	Australia	188,719	188,855	-0.1	4	4	4	4	4
9	India	188,742	188,855	-0.1	4	4	4	4	4
10	Portugal	128,960	127,281	1.3	3	3	3	3	3

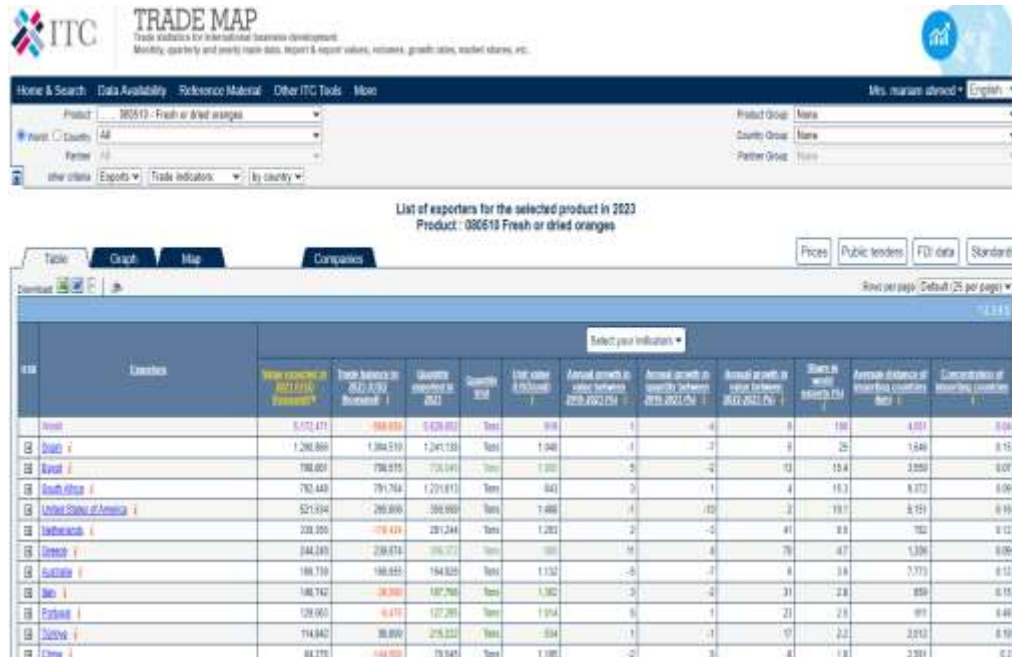
3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ

B2B

لتحديد أكبر الدول الموردة لهذا المنتج في

العالم وهو ما يعرف بكبار الدول المصدرة

لهذا المنتج يجب اختيار الكود على 3 مراحل



3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

يلاحظ أن إسبانيا ومصر وجنوب أفريقيا هم كبار

الدول الموردة لهذا المنتج في العالم، ولكن هل يتم

الاكتفاء بثلاث دول؟ أم نحتاج لمزيد من الدول

والبيانات

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

وفقًا لمعايير الـ ITC فإن اختيار سلاسل الموردين على المستوى العالمي يتطلب تحديد أكبر 15 دولة موردة للمنتج والحصول على كمياتهم ومعدل نموها على مدار 5 سنوات، وذلك لتحديد الأسواق النشطة مستقبلاً.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

ثالثاً: تحديد أكبر الأسواق النشطة الموردة لهذا

المنتج في العالم وهو ما يعرف بالأسواق الديناميكية

Markets Dynamic وذلك من خلال ترجيح

الكميات التي توردها هذه الأسواق بمعدل نمو

كمياتها للتنبؤ باتجاهات الأسواق مستقبلاً

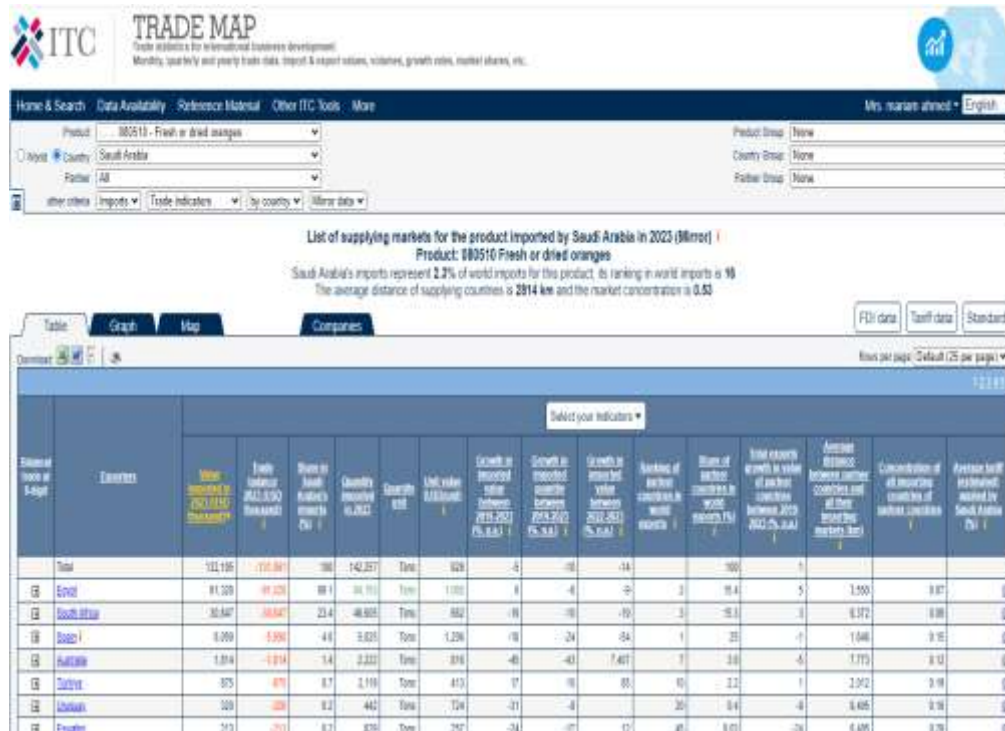
الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

	<i>Top Markets</i>	<i>Dynamic Markets</i>
1		
2	Spain	South Africa
3	Egypt	Spain
4	South Africa	Egypt
5	United States of America	Greece
6	Netherlands	United States of America
7	Greece	Netherlands
8	Australia	Türkiye
9	Italy	Australia
10	Portugal	Portugal
11	Türkiye	Italy
12	China	Chile
13	Hong Kong, China	China
14	Chile	Hong Kong, China
15	France	France
16	Morocco	Morocco

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

يتم إعادة ترتيب الأسواق الكبيرة الموردة للمنتج وفقًا لاتجاهات هذه الأسواق لتظهر الأسواق الديناميكية وهي بمثابة إعادة ترتيب للأسواق الكبيرة ونلاحظ مثلاً صعود دولة مثل اليونان من المرتبة السادسة إلى المرتبة الرابعة



رابعًا: تحديد الأسواق الفعلية الموردة لهذا المنتج داخل السوق السعودي، حيث قد تختلف كبار الدول الموردة لهذا المنتج عالميًا عن الدول الفعلية الموردة لهذا المنتج داخل السوق السعودي، فرغبات وتفضيلات المستهلك السعودي تعكسها الأسواق الفعلية.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ

B2B

Top Markets	Dynamic Markets	Actual Markets	Target Markets	Criteria
Spain	South Africa 1	Egypt	South Africa	T+D+A
Egypt	Spain	South Africa 3		
South Africa 2	Egypt	Spain		
United States of America	Greece	Australia		
Netherlands	United States of America	Türkiye		
Greece	Netherlands	Uruguay		
Australia	Türkiye	Eswatini		
Italy	Australia	Morocco		
Portugal	Portugal	Bahrain		
Türkiye	Italy	Jordan		
China	Chile	France		
Hong Kong, China	China	Greece		
Chile	Hong Kong, China	Pakistan		
France	France	Zambia		
Morocco	Morocco	India		

خامسًا: تحديد المورد المستهدف داخل سلاسل الإمداد العالمية بالسوق السعودي من خلال تطبيق معايير منظمة التجارة العالمية WTO والتي تضمنت أن يكون المورد ديناميكي ثم كبير ثم فعلي وبذلك تكون جنوب أفريقيا في المرتبة الأولى.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة ال-B2B

سادسًا: بعد الانتهاء من المعيار الأول لتحديد المورد المستهدف داخل سلاسل الإمداد العالمية بالسوق السعودي والذي استكمل 8 موردين بالأسواق المستهدفة، تم استكمال الـ 7 الباقين من خلال الاعتماد على المعيار الثاني وهو أن يكون المورد فعلي فقط فجاءت أوروجواي في المرتبة الأولى

Top Markets	Dynamic Markets	Actual Markets	Target Markets	Criteria
Spain	South Africa 1	Egypt	South Africa	T+D+A
Egypt	Spain	South Africa 3	Spain	
South Africa 2	Egypt	Spain	Egypt	
United States of America	Greece	Australia	Greece	
Netherlands	United States of America	Türkiye	Türkiye	
Greece	Netherlands	Uruguay 1	Australia	
Australia	Türkiye	Eswatini	France	
Italy	Australia	Morocco	Morocco	
Portugal	Portugal	Bahrain	Uruguay 1	A
Türkiye	Italy	Jordan	Eswatini	
China	Chile	France	Bahrain	
Hong Kong, China	China	Greece	Jordan	
Chile	Hong Kong, China	Pakistan	Pakistan	
France	France	Zambia	Zambia	
Morocco	Morocco	India	India	

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

ITC TRADE MAP
Trade statistics for international business development.
Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.

Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More Mrs. maiam.ahmed - English

Product: 080510 - Fresh or dried oranges
Country: Saudi Arabia
Partner: All
other criteria Imports Trade Indicators by country Mirror data

Product Group: Name
Country Group: Name
Partner Group: Name

List of supplying markets for the product imported by Saudi Arabia in 2023 (Mirror)
Product: 080510 Fresh or dried oranges
Saudi Arabia's imports represent 2.3% of world imports for this product, its ranking in world imports is 16
The average distance of supplying countries is 2814 km and the market concentration is 0.83

Table Graph Map Companies FDI data Tariff data Standards

Rows per page: Default (25 per page)

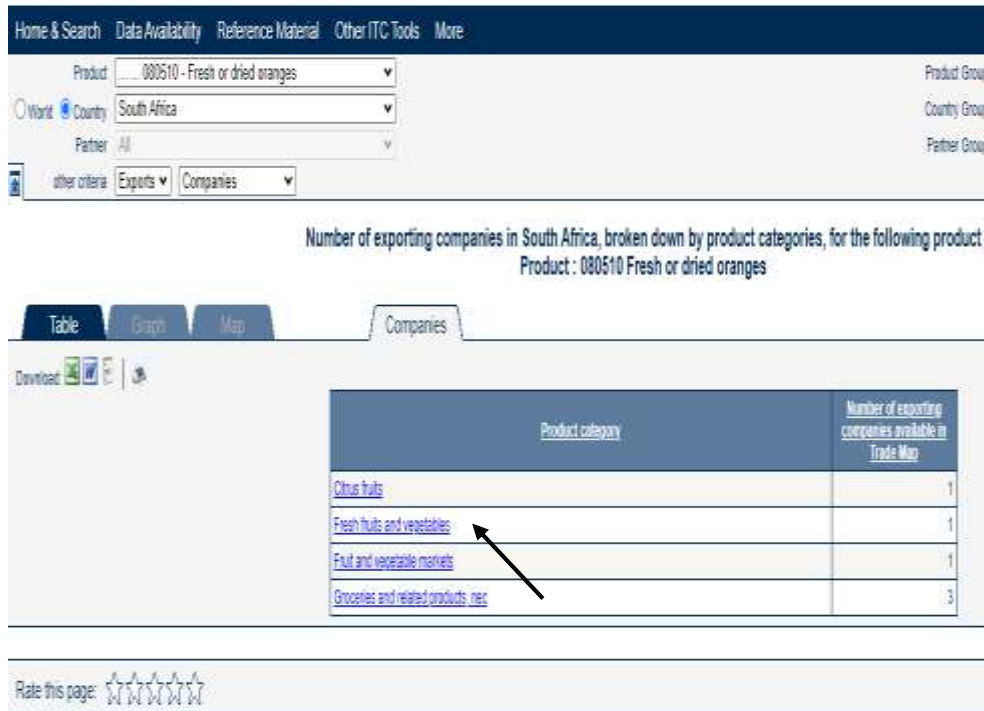
External trade at a glance	Executive	Value imported in 1000 USD thousands	Trade balance 2012-2023 thousands	Share in Saudi Arabia's imports %	Quantity imported in 2023	Quantity unit	Unit value 1000 USD	Growth in imported value between 2019-2023 (% a.a.)	Growth in imported volume between 2019-2023 (% a.a.)	Growth in imported value between 2022-2023 (% a.a.)	Ranking of partner countries in world imports	Share of partner countries in world imports %	Total exports growth in value of partner countries between 2019-2023 (% a.a.)	Average distance between partner countries and all other countries (km)	Concentration of all partner countries of Saudi Arabia	Average tariff (estimated) applied by Saudi Arabia (%)
Total		132,105	-191,861	1.86	142,257	Tons	929	-5	-10	-14	700	1	1			
EGYPT		81,338	-81,338	60.1	84,193	Tons	1,839	9	-4	-4	2	10.4	5	3,550	0.07	
South Africa		30,847	-30,847	23.4	48,682	Tons	652	-18	-10	-19	3	10.3	3	9,272	0.09	
Qatar		6,859	-6,859	4.8	9,925	Tons	1,206	-18	-24	-54	1	25	-1	1,848	0.15	
Australia		1,814	-1,814	1.4	2,222	Tons	816	-45	-43	-7,407	7	3.6	-6	7,773	0.12	
Ukraine		875	-875	0.7	2,119	Tons	413	17	10	85	18	2.2	1	2,812	0.19	
Uzbekistan		329	-329	0.2	442	Tons	724	-31	-9		28	0.4	-9	8,405	0.10	

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B
سابعًا: بعد تحديد أول سوق مستهدف وهو السوق الجنوب الأفريقي، تأتي الخطوة الأخيرة وهو تحديد المورد المستهدف داخل السوق المستهدف وذلك من خلال الضغط على السوق المستهدف واختيار كلمة الشركات Companies ثم يتم اختيار الشركات وتجميعها لمراسلتها والاتفاق على الصفقة.

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B
بعد ذلك يتم الضغط على القطاعات المختلفة والتي
تحتوي بداخلها الشركات حيث يحتوى القطاع الأول
مثلا على مورد واحد أما القطاع الرابع والأخير يحتوي
على ثلاث موردين، فالضغط على القطاع الثاني
تظهر بيانات المورد ولكن يجب التأكد من هذه
البيانات.



Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Product: 080510 - Fresh or dried oranges
Country: South Africa
Partner: All
other criteria: Exports Companies

Number of exporting companies in South Africa, broken down by product categories, for the following product
Product : 080510 Fresh or dried oranges

Table Graph Map Companies

Download

Product category	Number of exporting companies available in Trade Map
Citrus fruits	1
Fresh fruits and vegetables	1
Fruit and vegetable markets	1
Groceries and related products, nec	3

Rate this page: ☆☆☆☆☆

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

The screenshot displays the ITC Trade Map interface. On the left, there's a search bar with filters for Product (000510 - Fresh or dried oranges), Country (South Africa), and Partner (All). Below this is a table titled 'List of exporting Companies' with columns for 'Download', 'Company name', 'Number of product or service categories traded', and 'Number of employees'. The table lists 'Class A Trading 153 (Pty) Ltd - Seven Seas' with 1 product category and 9 employees. On the right, a 'Company profile' window is open for 'Class A Trading 153 (Pty) Ltd - Seven Seas'. It provides details such as Location (South Africa, Somerset West), Contact (Carl Gregory Schmidt Reinauer, Director), Website (https://www.sevenseasfruit.com), Phone (+27 218512098), Fax (+27 218520373), and Additional Information (Turnover, Number of employees: 9). The profile also lists 'Product or service categories traded by the company (1)' and 'Region or countries partners of the company (0)'. At the bottom, there's a 'Contact us' section with email (marketanalysis@intracen.org) and phone (+41 (0) 22 730 05 46).

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ

B2B

من الملاحظ بعد الضغط على المورد من داخل القطاع تظهر نافذة أخرى بها كافة المعلومات عن الشركة المختارة ومن خلال الضغط على ال لينك الخاص بموقع المورد الالكتروني، تظهر البيانات الخاصة بالمورد على شبكة الانترنت ومن خلال الضغط على Contact

الأسس العملية لاختيار المورد أو المصدر في سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Practical principles for selecting a supplier or source in E-commerce supply chains

3. حالة تطبيقية لاختيار الموردين بتجارة الـ B2B

يتم تجميع كافة بيانات التواصل كأرقام التليفونات والفاكس والبريد الالكتروني والموقع الالكتروني الخاص بالشركة ، وهكذا بالنسبة لباقي الشركات حتى يتم التواصل معهم والتفاوض حول العقود والأسعار وشكل التعاقد للوصول إلى أنسب العروض.





المحاضرة الثالثة

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون داخل
المتاجر الالكترونية

Artificial Intelligence Applications for Demand and
Inventory Forecasting Methods in E-Commerce Stores

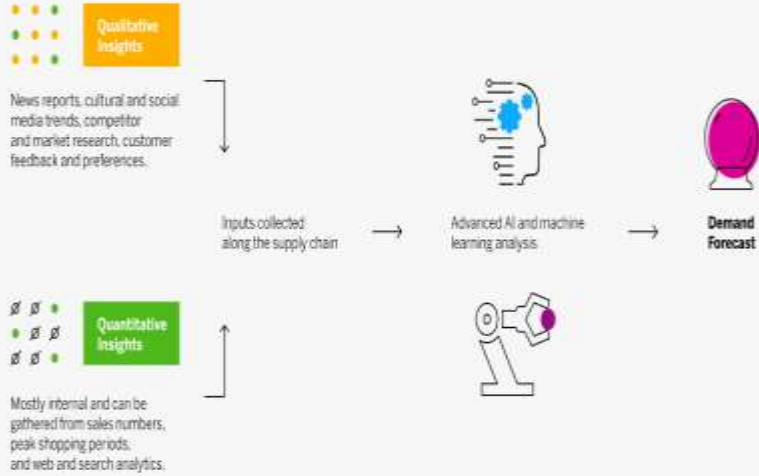
تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

1. التنبؤ بالطلب داخل الفكر التكنولوجي

يشير التنبؤ بالطلب إلى عملية تخطيط وتوقع الطلب على السلع والمواد لمساعدة الشركات على البقاء مربحة قدر الإمكان.

وبدون توقع الطلب القوي، تخاطر الشركات بحمل فائض مهدر ومكلف – أو تفقد الفرص لأنها فشلت في توقع احتياجات العملاء وتفضيلاتهم وقصودهم الشرائية.



تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods



1. التنبؤ بالطلب داخل الفكر التكنولوجي
يتمتع محترفو التنبؤ بالطلب بمهارات وخبرات متخصصة، فعندما يتم تعزيز هذه المهارات بالتقنيات الحديثة لسلسلة التوريدات والتحليلات التنبؤية، يمكن أن تصبح سلاسل التوريدات أكثر تنافسية وانسيابية من أي وقت مضى.
في أعقاب كورونا، أصبحت الشركات في مناخ أعمال سريع الحركة بشكل استثنائي.
وتتطور سلوكيات العملاء وتوقعاتهم بسرعة ومع اعتماد المزيد والمزيد من الشركات لممارسات سلسلة التوريدات المحسنة وشبكات الأعمال المتصلة بالسحابة، تزداد المنافسة شراسة.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

1. التنبؤ بالطلب داخل الفكر التكنولوجي

يجمع التنبؤ بالطلب في أفضل حالاته بين التنبؤ النوعي والكمي، وكلاهما يعتمد على القدرة على جمع الرؤى من مصادر البيانات المختلفة على طول سلسلة التوريد.

عادةً ما تكون البيانات الكمية داخلية في الغالب ويمكن تجميعها من أرقام المبيعات وفترات ذروة التسوق وتحليلات البحث والويب.

توظف التقنيات الحديثة تحليلات متقدمة وقواعد بيانات قوية وتستخدم الذكاء الاصطناعي AI وتدريب الآلة لتحليل ومعالجة مجموعات البيانات العميقة والمعقدة.

عند تطبيق التكنولوجيا الحديثة على التنبؤ النوعي والكمي والتحليلات التنبؤية، يمكن لمديري سلسلة التوريدات توفير مستويات متزايدة من الدقة والمرونة.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

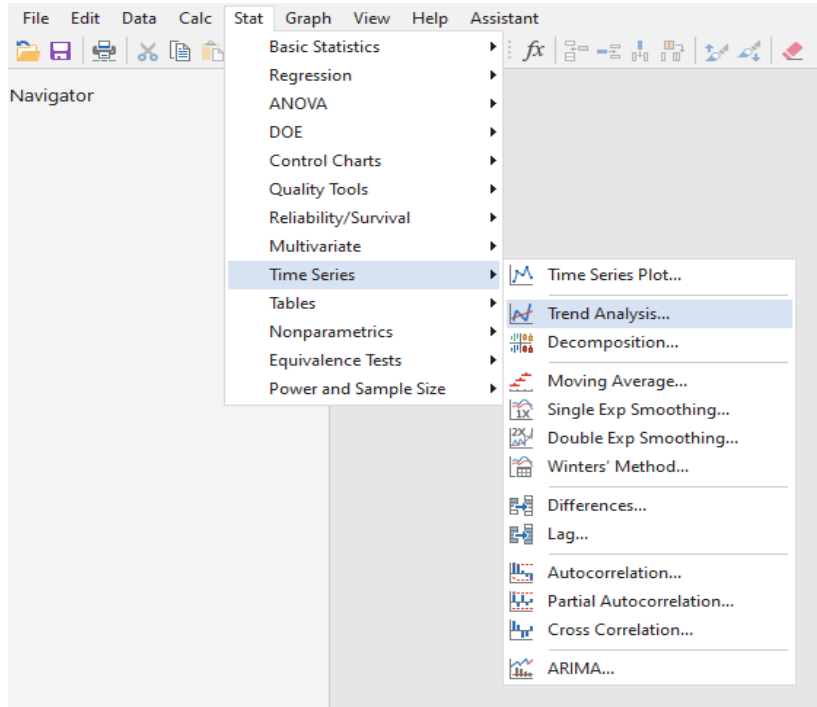
Month/Year	Sales
Jan-18	45.69
Feb-18	44.81
Mar-18	45.62
Apr-18	46.57
May-18	50.57
Jun-18	50.73
Jul-18	48.29
Aug-18	44.75
Sep-18	40.45
Oct-18	37.26
Nov-18	31.71
Dec-18	29.07
Jan-19	27.84
Feb-19	26.68
Mar-19	24.87
Apr-19	24.08
May-19	23.70
Jun-19	23.68
Jul-19	24.19

2. للتنبؤ بحجم الطلب داخل متجر E- Pay
(حالة تطبيقية)

توافرت لديك البيانات التالية عن حجم الطلب على مجموعة من القطاعات داخل متجر E- pay وذلك لسلسلة زمنية شهرية تغطي الفترة من يناير عام 2018 وحتى أغسطس عام 2024، والمطلوب استخدام أحد تقنيات الذكاء الاصطناعي وهي نماذج تعلم الآلة لاستخدام هذه البيانات التاريخية للتنبؤ باتجاه وحجم الطلب في سبتمبر عام 2024

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods



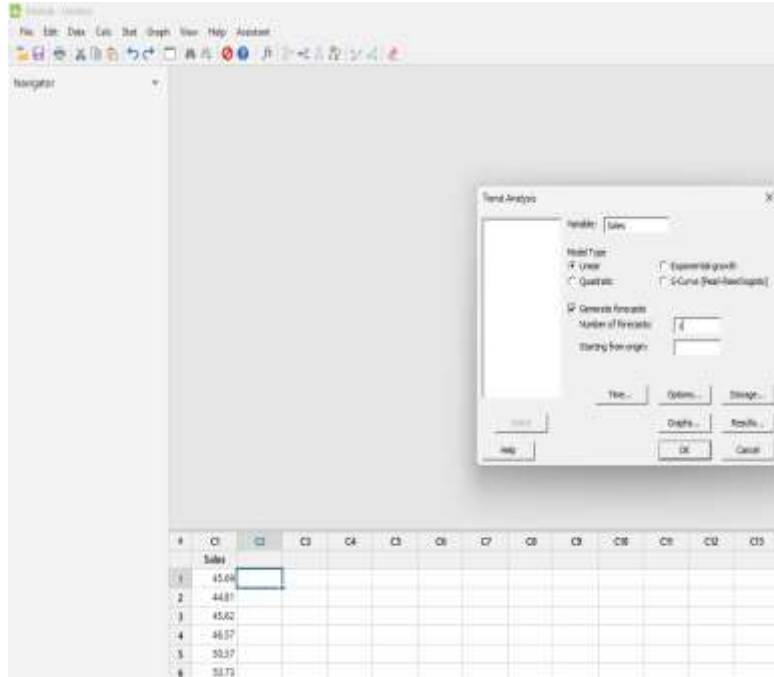
2. للتنبؤ بحجم الطلب داخل متجر E- Pay
(حالة تطبيقية)

أولاً: يتم تجهيز البيانات وإعدادها داخل شيت مع استبعاد القيمة الأخيرة للطلب، ثم يتم انهاء كافة الإعدادات الخاصة بالبرامج التي تحتوي على نماذج تعلم الآلة، حيث سيتم اللجوء لأحد النماذج البسيطة وهي نماذج تحليل الاتجاه العام ، بعد ذلك يتم نسخ البيانات ووضعها داخل البرنامج ومن خلال قائمة Stat يتم اختيار Time Series ثم Trend Analysis

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

2. حالة تطبيقية للتنبؤ بحجم الطلب داخل أحد المتاجر الإلكترونية

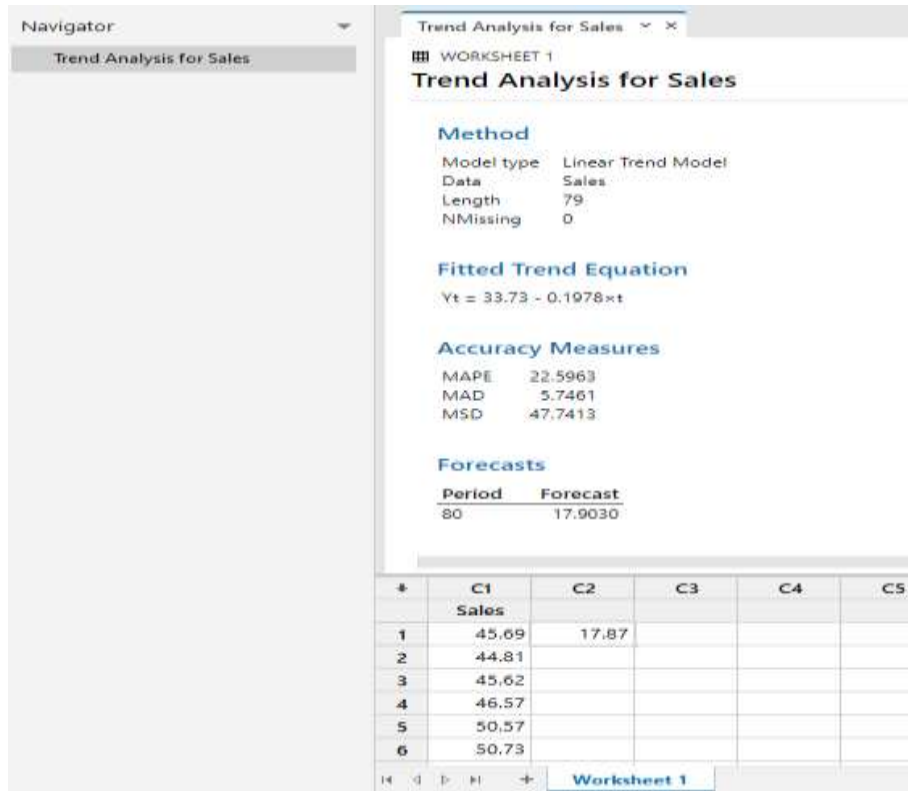


ثانيًا: عندما تظهر شاشة ال Trend Analysis نقوم باختيار الاسم المختار داخل خانة Variable ثم اختيار نوع نموذج تعلم الآلة المختار ثم نختار القيمة المراد التنبؤ بها ولتكن 1 في خانة Generate Forecast ثم بعد ذلك الضغط على الزر الخاص بـ OK .

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

2. حالة تطبيقية للتنبؤ بحجم الطلب داخل أحد المتاجر الإلكترونية

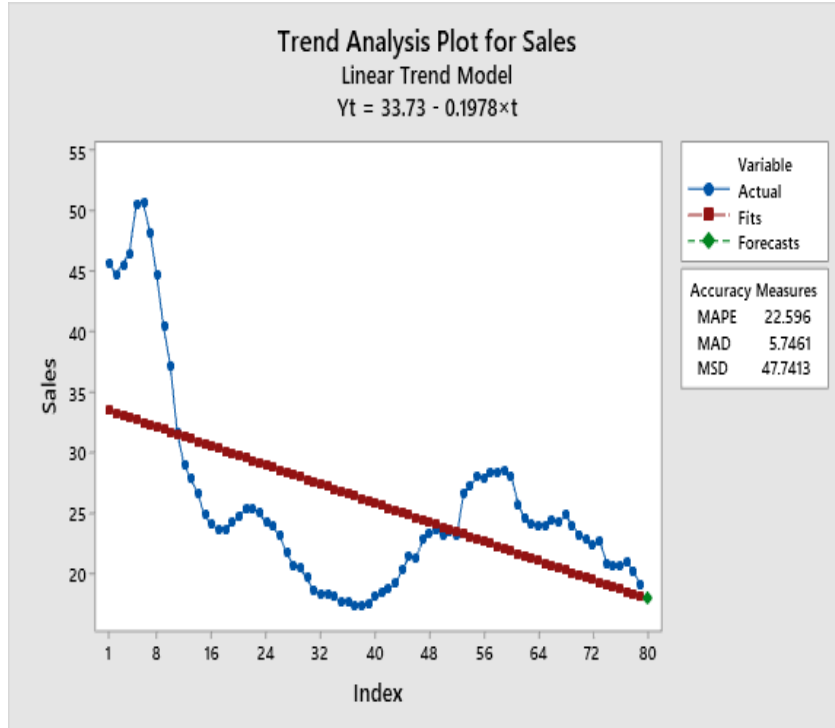


ثالثًا: تحديد القيمة المتنبأ بها والتي جاءت 17.9 وهي قيمة قريبة جدًا من القيمة الفعلية وهي 17.87 والتي توضح أن مقدار الخطأ الذي تم اكتشافه داخل هذا النموذج هو 0.03 وبالتالي فهي قيمة صغيرة جدًا أي أنه يمكن اللجوء إلى هذا النموذج لعملية التنبؤ الفعلية ، ولكن لابد من التنويه على أنه لا يوجد أي نموذج يمكن أن يصل به الخطأ إلى الصفر ولكن من الممكن أن يكون قيمة قريبة منه.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي لطرق التنبؤ بالطلب والمخزون

Artificial Intelligence Applications for Demand and Inventory Forecasting Methods

2. حالة تطبيقية للتنبؤ بحجم الطلب داخل أحد المتاجر الإلكترونية



رابعًا: بالنظر إلى شكل النموذج يتضح إمكانيات الذكاء الاصطناعي ونماذج تعلم الآلة ، حيث أن الانحرافات الكبيرة في بداية عملية التقدير بين القيم الفعلية والقيم المتنبأ بها تلاشت وتقلصت بنهاية عملية التقدير، كما إن معظم الشركات العالمية والتي تستخدم هذه النماذج تسلم بمنطقيتها، وتتعامل مع الأخطاء المتولدة منها على أنها أمر طبيعي لا يمكن التخلص منه.

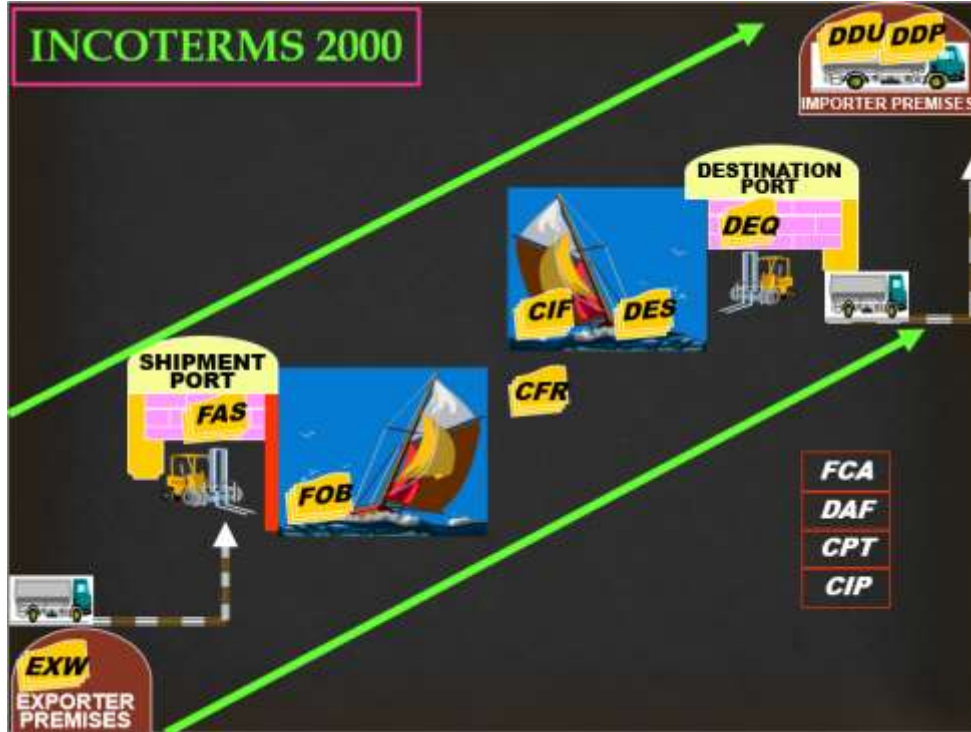


المحاضرة الرابعة

التسليم والخدمات اللوجستية داخل سلاسل إمداد التجارة الالكترونية

Delivery and Logistics Services in E-Commerce Supply Chains

التسليم والخدمات اللوجستية Delivery and Logistics Services



1. شروط التسليم داخل سلاسل الإمداد العالمية
في سلاسل الإمداد العالمية توجد مجموعة من الشروط والمصطلحات لعقود التسليم وتغطي تلك العقود مجموعة من التكاليف اللوجستية بالإضافة إلى بعض المسؤوليات و الالتزامات القانونية لضمان وصول الشحنات والصفقات من المورد إلى متلقي هذه الشحنات، وظهرت النسخة التطبيقية والعملية منها عام 2000م.

التسليم والخدمات اللوجستية Delivery and Logistics Services

1. شروط التسليم داخل سلاسل الإمداد العالمية

كل 10 أعوام يتم إصدار نماذج حديثة من هذه

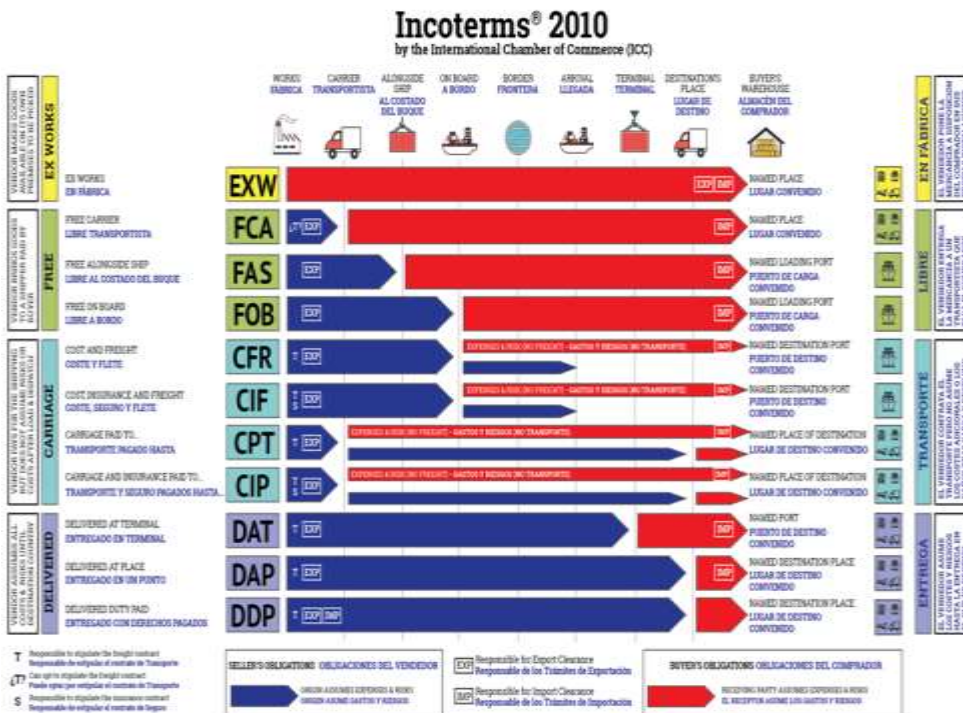
العقود والمصطلحات والشروط.

ففي عام 2010 ظهر الإصدار الجديد للانكوترميز

ليحوي بداخله 11 عقد بدلاً من 13 عقد عام 2000

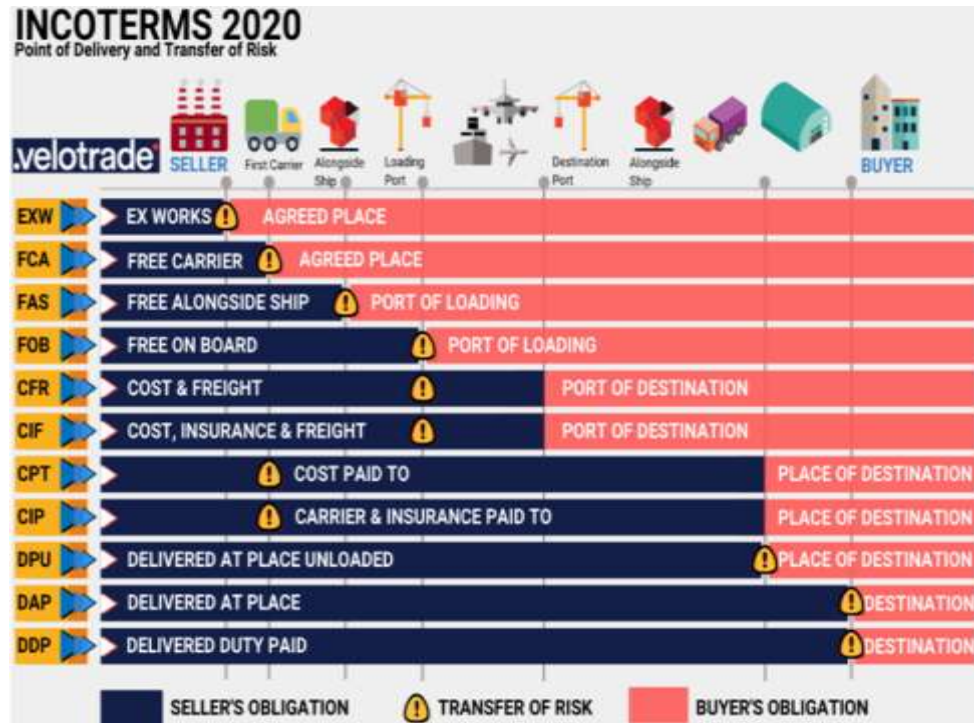
وذلك بإلغاء بعضاً منهم وإجراء تعديلات على البعض

الآخر



التسليم والخدمات اللوجستية

Delivery and Logistics Services



1. شروط التسليم داخل سلاسل الإمداد العالمية
آخر إصدار بواسطة مركز التجارة الدولي عام 2020
ليتم العمل بهذا الإصدار منذ ذلك الحين حتى الآن.
وتم الحفاظ في هذا الإصدار على عدد العقود لكن
تم إجراء بعض التعديلات الفنية داخل بعض العقود
ليظهر هذا الشكل التالي.

التسليم والخدمات اللوجستية Delivery and Logistics Services

2. مسارات الخدمات اللوجستية الدولية
1/ شهادة المنشأ

Certificate of origin

2/ الفاتورة التجارية

Commercial Invoice

3/ تكلفة تصريح التصدير

Export Permit Cost

4/ تكلفة التعبئة

Packing Cost



التسليم والخدمات اللوجستية Delivery and Logistics Services

2. مسارات الخدمات اللوجستية الدولية

5/ تكلفة التحميل على ظهر وسيلة النقل



Cost Of Loading on Transportation

التسليم والخدمات اللوجستية Delivery and Logistics Services

2. مسارات الخدمات اللوجستية الدولية

6/ تكلفة النقل

Cost Of Transportation

7/ تكلفة مستندات الشحن

Cost Of Shipping Documents

8/ تكلفة رسوم التصدير

Cost Of Export Duties

9/ تكلفة التخليص على الصادرات

Cost Of Export Clearance

10/ تكلفة التحميل على ظهر السفينة

Cost Of Loading



التسليم والخدمات اللوجستية

Delivery and Logistics Services

3. العقد المختار في أول طلبية للتعامل مع المورد في سلاسل الإمداد العالمية

يفضل داخل المتجر الالكتروني وخاصة في أول تعامل مع المورد

العالمي داخل سلاسل الإمداد العالمية أن يكون التعامل بنوع

العقد FOB وهو ما يعني أن يتم المورد التزاماته ومسئوليته

بالتسليم على ظهر السفينة Free On Board وهو ما يعطي

متجرك الالكتروني فرصة بالإطلاع على كافة الشروط والمواصفات

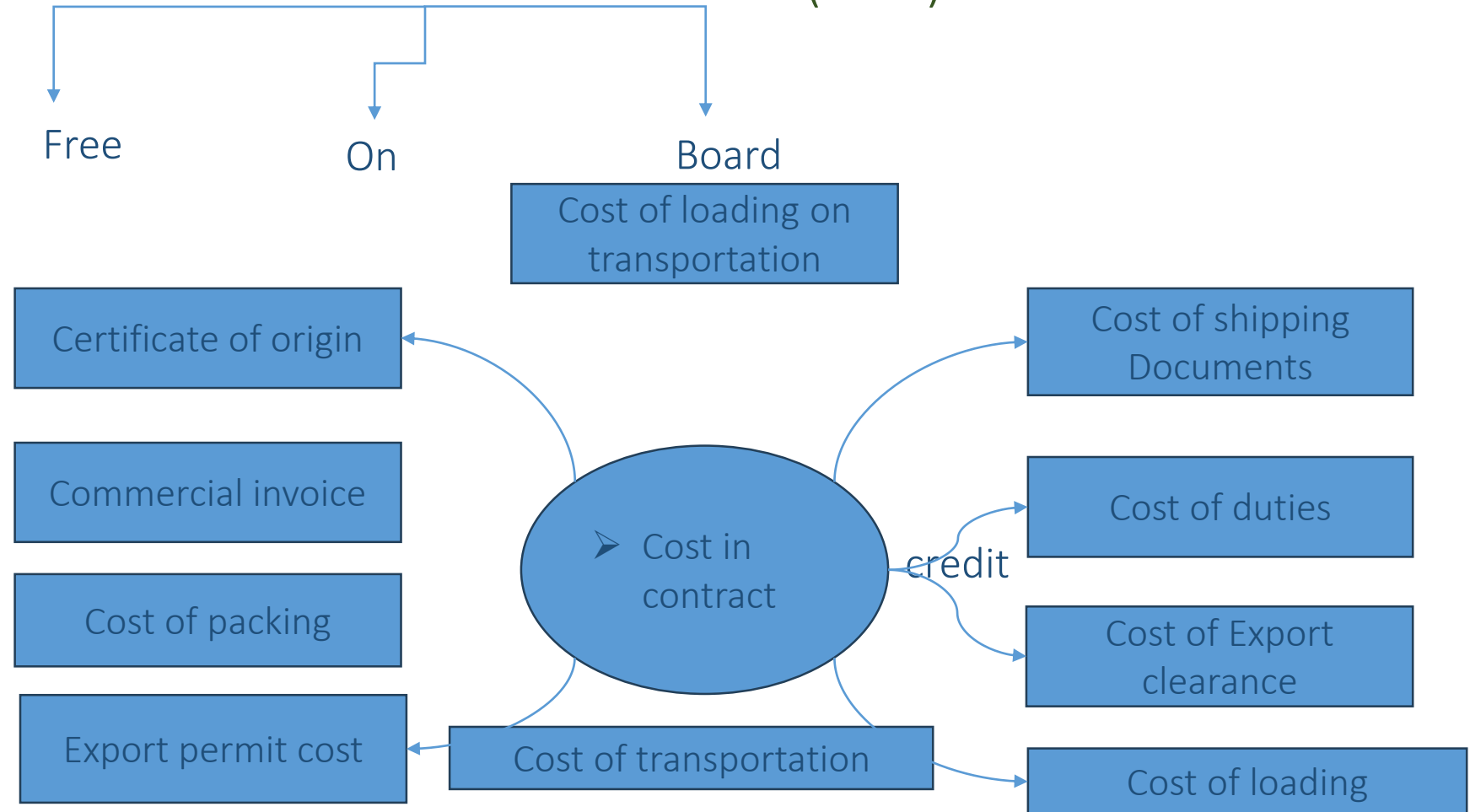
الفنية داخل بلد المورد وقبل الشحن.



التسليم والخدمات اللوجستية

Delivery and Logistics Services

What is Contract (FOB)





المحاضرة الخامسة

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



ترغب إدارة منصة على بابا بالصين في توفير 100 كونتینر 20 قدم من الرمان بما يعادل 2000 طن لتوفيرها وعرضها داخل منصتها الإلكترونية وتوزيعها داخل الفروع ، كما ترغب أن تختار شركة FedEx لتكون الوكيل القائم بعملية الشحن ، والمطلوب تطويع المهارات والمعارف الفنية المكتسبة من هذا البرنامج لاختيار المورد أو المصدر داخل سلاسل إمداد التجارة الإلكترونية وتوضيح آليات التعامل والتسليم والتسلم مع مزودي الخدمات اللوجستية.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

تحديد الرقم الدولي المنسق لتكويد السلع عالميًا H.S Code كما يلي من خلال الـ Trade Map



حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

Search by Keywords Search by Hierarchy

☒ At 2,4,6 Digit levels ☐ At Tariff Line level

Keywords Search **pomegranate**

Rows per page: Default (25 per page) ▼

Code	Label
081090	Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lychees, sapodillo plums, passion fruit, carambola, pitahaya and other edible fruit (excl. nuts, bananas, dates, figs, pineapples, avocados, guavas, mangoes, mangosteens, papaws "papayas", citrus fruit, grapes, melons, apples, pears quinces, apricots, cherries, peaches, plums, sloes, strawberries, raspberries, mulberries, blackberries, loganberries, cranberries, fruits of the genus Vaccinium, kiwifruit, durians, persimmons, black-, white- and redcurrants and gooseb)

Contact us
Email: marketanalysis@intracen.org
Phone: +41 (0) 22 730 05 46

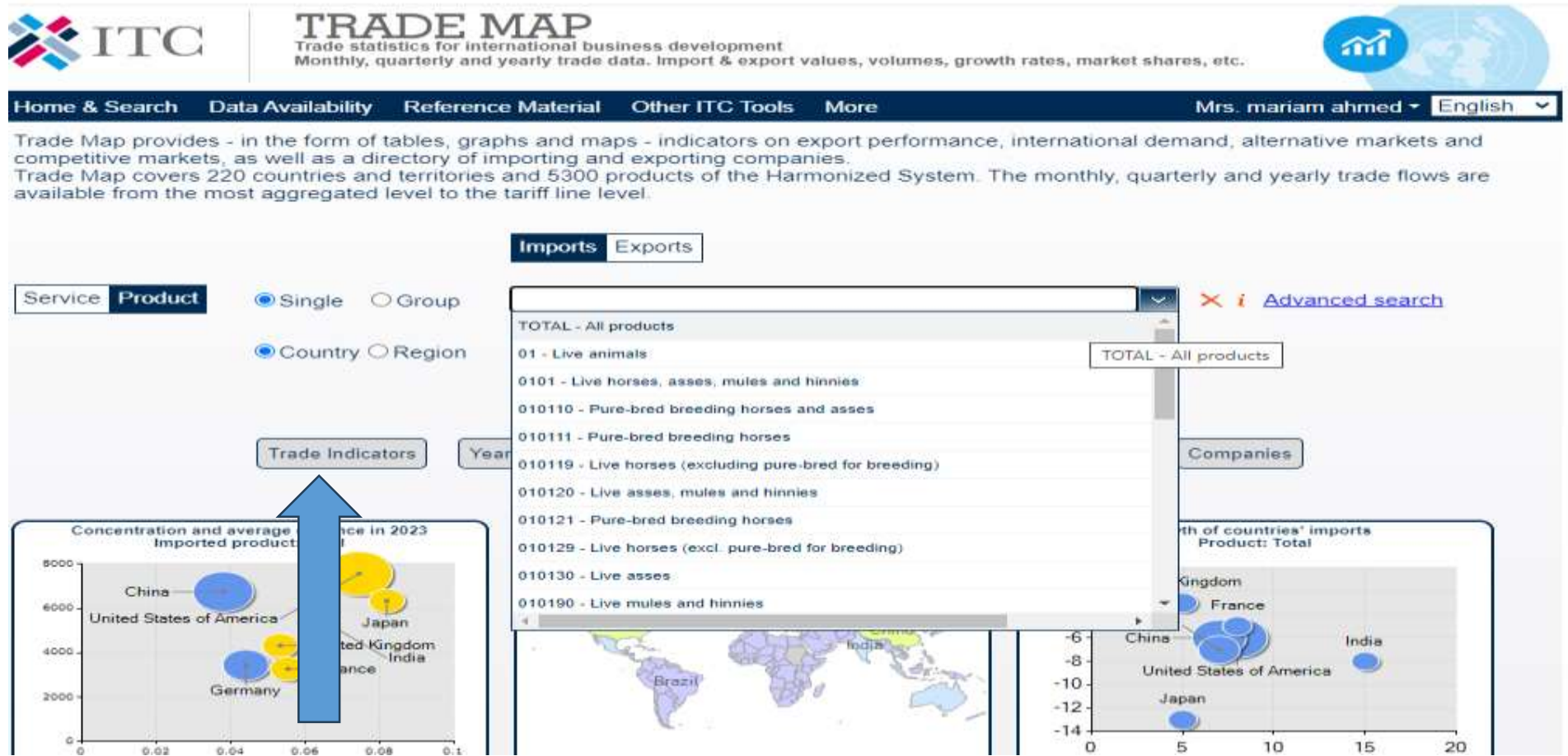
In collaboration with:

Copyright © 1999-2019 International Trade Centre. All rights reserved.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

List of importers for the selected product in 2023
Product : 081090 Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lychees, sapodilla plums, passion fruit, carambola, ... H H
The product code selected above has been reallocated in the 2002 HS revision.
The product code selected above has been reallocated in the 2007 HS revision.
The product code selected above has been reallocated in the 2012 HS revision. View correspondences

Table Graph Map Companies Prices Public tenders FDI data Standards

Items per page: Default (25 per page)

Select your indicators

#	Importers	Value imported in 2023 (USD thousands)	Value imported in 2022 (USD thousands)	Quantity imported in 2023	Quantity imported in 2022	Unit value (USD/tonne)	Annual growth in value between 2021 and 2022 (%)	Annual growth in volume between 2021 and 2022 (%)	Share in world imports (%)	Annual growth of unit value (USD/tonne)	Concentration of imports (countries)	Annual tariff reduction applied to the country (%)
World		3,426,187	2,465,044	0	No quantity		1	-17	100	3,570	0.09	
China		877,932	409,139	799,284	799,284	1,987	9	-3	35.9	2,595	9.96	38.8
United States of America		368,587	286,245	289,890	289,890	1,349	13	8	14	4,327	0.3	3.6
Netherlands		278,714	89,052	84,330	78,834	2,824	1	8	19	5,539	0.13	5.6
Germany		171,147	152,775	84,629	78,834	2,153	5	-1	14	5,221	0.09	3.8
Hong Kong, China		129,829	407,110	83,883	78,834	1,345	-19	-17	14	2,076	0.4	0
France		122,376	45,227	45,253	45,253	2,704	6	-2	12	8,374	0.13	3.8
Russian Federation		118,423	114,844	42,584	42,584	1,286	1	1	17	3,872	0.11	3.8
Indonesia		118,375	188,481	80,652	78,834	1,948	1	8	22	2,643	0.7	8.0
Viet Nam		102,139	426,423	116,965	78,834	874	10	10	1	1,146	1.76	28.2
Canada		93,542	63,191	39,590	39,590	1,128	11	3	7	9,237	0.12	3.3
United Kingdom		88,229	43,388	39,410	39,410	2,927	-8	-1	18	4,299	0.1	3.3
United Arab Emirates		68,489	55,774	30,994	30,994	1,991	1	1	10	4,493	0.08	0
India		56,974	22,487	49,482	49,482	1,146	37	37	67	2,949	0.84	23.7
Bah		53,772	35,831	26,824	26,824	2,005	-12	-8	12	1,884	0.32	3.8
Paraguay		53,885	16,129	26,622	26,622	1,993	12	8	23	1,332	0.41	3.6
Spain		48,679	40,832	43,194	43,194	981	1	1	11	1,894	0.36	3.6
Canada		46,116	390	14,487	14,487	2,974	-8	-12	21	1,427	0.26	3.8

بعد اختيار Total All Products

واختيار المعيار الخاص ب Trade

Indicators ستظهر قائمة بأكبر الدول

المستوردة لهذا المنتج في العالم وعلى

رأسها الصين.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

Product: 081090 - Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, ...

World | Country: All | Partner: All

other criteria: Exports | Trade indicators | By country

Product Group: None

Country Group: None

Partner Group: None

List of exporters for the selected product in 2023

Product: 081090 Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lyches, sapodilla plums, passion fruit, carambola, ...

The product code selected above has been reallocated in the 2002 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2007 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2012 HS revision. [View correspondences](#)

Table | Graph | Map | Companies

Prices | Public tenders | FDI data | Standards

Rows per page: (Default: 25 per page)

HS	Exporter	Value exported in 2023 (USD thousands)	Trade balance in 2023 (USD thousands)	Quantity exported in 2023	Quantity (kg)	Unit value (USD/kg)	Annual growth in value between 2019-2023 (%)	Annual growth in quantity between 2019-2023 (%)	Annual growth in value between 2022-2023 (%)	Share in world market (%)	Average number of importing countries	Concentration of importing countries
081090	Thailand	3,180,873	-348,594	0	No quantity	1,344	-1	-3	-6	100	3,704	0.08
081090	Vietnam	572,381	831,442	580,296	Tons	1,344	-7	-8	-6	17.8	3,820	0.48
081090	Philippines	448,582	436,421	522,388	Tons	1,333	-1	-5	-6	18.1	3,485	0.14
081090	Indonesia	337,769	98,962	84,864	Tons	3,858	1	0	18	10.6	874	0.2
081090	China	329,884	-498,130	187,270	Tons	1,808	-4	9	8	8.8	3,240	0.22
081090	Ecuador	186,888	186,888	80,889	Tons	3,878	25	32	54	3.8	6,181	0.58
081090	Senegal	144,902	143,881	54,701	Tons	3,913	23	88	18	4.3	1,882	0.17
081090	Tanzania	139,837	131,936	146,842	Tons	812	8	-1	15	4.3	1,882	0.13
081090	Colombia	88,887	88,810	25,270	Tons	3,913	-7	9	8	3.1	8,317	0.47
081090	Sierra Leone	83,887	78,748	46,107	Tons	1,812	-1	-6	-7	2.8	1,666	0.11
081090	Peru	88,791	84,812	48,870	Tons	1,868	8	8	8	2.8	8,884	0.28
081090	India	78,101	22,487	87,389	Tons	908	-8	-1	1	2.5	3,389	0.17
081090	Kenya	62,883	62,771	58,154	Tons	1,888	21	80	8	2	1,780	0.82
081090	United States of America	62,302	-388,288	21,488	Tons	2,898	-5	-8	2	2	6,140	0.44

يلاحظ أن تايلاند وفيتنام وهولندا هم كبار الدول الموردة لهذا المنتج في العالم، ولكن هل يتم الاكتفاء بثلاث دول، وسيتم إحصاء كافة الدول الموردة إلى 15 دولة.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

Product:081090 - Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit

World

Country

China

Partner

All

other criteria

Imports

Trade indicators

by country

Direct data

Product Group

None

Country Group

None

Partner Group

None

List of supplying markets for the product imported by China in 2023

Product: 081090 Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lychees, sapodillo plums, passion fruit, carambola, ...

China's imports represent 25.5% of world imports for this product, its ranking in world imports is 1

The average distance of supplying countries is 2906 km and the market concentration is 0.45

The product code selected above has been reallocated in the 2002 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2007 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2012 HS revision.

View correspondences

Table

Graph

Map

Companies

Public tenders

FDI data

Tariff data

Standards

Download

Rows per page: Default (25 per page)

1234567

Bilateral trade at 8-digit

Exporters

Value imported in 2022 (USD thousand)

Trade balance 2022 (USD thousand)

Share in China's imports (%)

Quantity imported in 2022

Quantity unit

Unit value (USD/unit)

Growth in imported value between 2019-2022 (% a.a.)

Growth in imported quantity between 2019-2022 (% a.a.)

Growth in imported value between 2022-2023 (% a.a.)

Ranking of partner countries in world exports

Share of partner countries in world exports (%)

Total exports growth in value of partner countries between 2019-2022 (% a.a.)

Average distance between partner countries and all their importing markets (km)

Concentration of all importing countries of partner countries

Average tariff (estimated) applied by China (%)

Select your indicators

World		877,032	-456,136	100	799,294	Tons	1,097	0	-3	-31		100	-1			
Thailand		469,920	-433,862	52.6	348,056	Tons	1,332	5	3	-16	1	17.9	-7	3,020	0.49	0
Viet Nam		370,205	-296,373	43.1	422,711	Tons	885	-3	-7	-47	2	16.9	-1	3,465	0.5	0
Cambodia		23,260	-23,147	2.7	16,723	Tons	1,391			792	21	0.7	111	2,795	0.95	0
Laos People's Democratic Republic		11,177	-11,162	1.3	12,750	Tons	877			385	27	0.4	13	2,066	0.71	0
Taiwan, Chinese		1,968	-1,945	0.2	703	Tons	2,825	-69	-67	298	32	0.3	-41	2,066	0.35	10.4
Ecuador		844	-844	0.1	38	Tons	9,591			5	5	9.9	25	6,191	0.59	20.2
Indonesia		815	9,110	0.1	247	Tons	2,490	8	17	104	36	0.2	16	3,634	0.14	0
Malaysia		9	4,380	0	6	Tons	1,500			22	0.6	0	2,962	0.35	0	0

بعد تحديد الأسواق الكبيرة والديناميكية والفعالية،

سيتم الوصول إلى مجموعة من 15 دولة هم

الموردين المستهدفين بالنسبة لمنصة على بابا ،

وبعد إجراء التقييمات التجريبية تم التوصل إلى أن

تايلاند وفيتنام حافظا على مركزهما كأول الدول

الكبيرة والديناميكية والفعالية، وبذلك احتل نفس

الترتيب داخل الأسواق المستهدفة.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba

Product: 081090 - Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit

Country: China

Partner: All

other criteria Imports Trade indicators by country Direct data

Product Group: None

Country Group: None

Partner Group: None

List of supplying markets for the product imported by China in 2023

Product: 081090 Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lychees, sapodilla plums, passion fruit, carambola, ...

China's imports represent 25.5% of world imports for this product. its ranking in world imports is 1

The average distance of supplying countries is 2906 km and the market concentration is 0.45

The product code selected above has been reallocated in the 2002 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2007 HS revision.

The product code selected above has been reallocated in the 2012 HS revision. View correspondences

Public tenders FDI data Tariff data Standards

Table Graph Map Companies

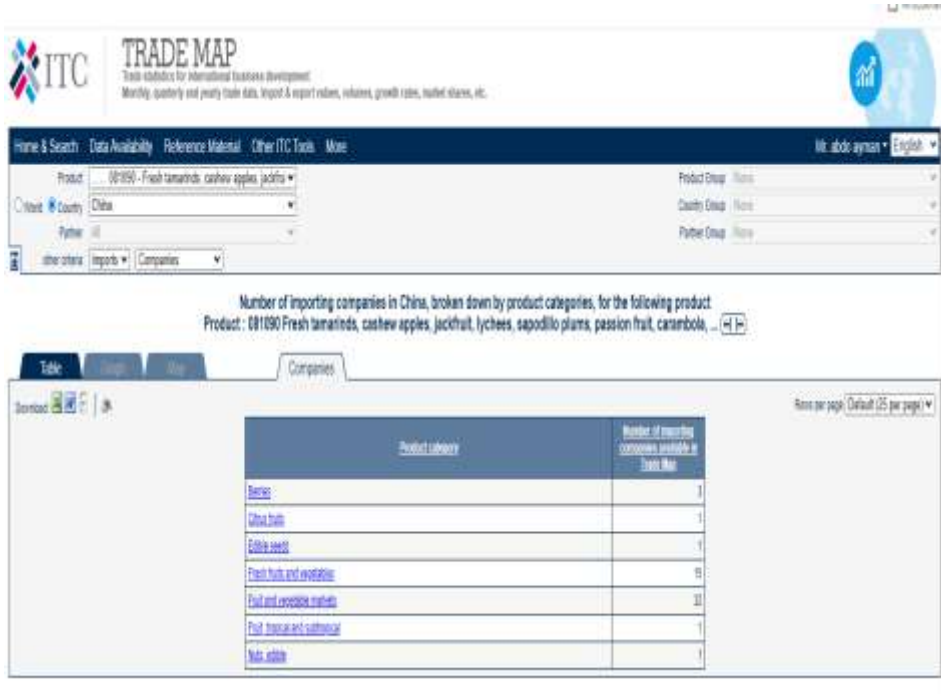
Download Rows per page: Default (25 per page)

Bilateral trade at 8-digit	Exporters	Value imported in 2022 (USD thousand)	Trade balance 2022 (USD thousand)	Share in China's imports (%)	Quantity imported in 2022	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in imported value between 2019-2022 (% a.a.)	Growth in imported quantity between 2019-2022 (% a.a.)	Growth in imported value between 2022-2023 (% a.a.)	Ranking of partner countries in world exports	Share of partner countries in world exports (%)	Total exports growth in value of partner countries between 2019-2022 (% a.a.)	Average distance between partner countries and all their importing markets (km)	Concentration of all importing countries of partner countries	Average tariff (estimated) applied by China (%)
World		877,032	-658,138	100	796,284	Tons	1,087	0	-3	-31		100	-1			
Thailand		469,920	-433,862	52.6	346,056	Tons	1,332	5	3	-16	1	17.9	-7	3,020	0.49	0
Viet Nam		370,265	-296,373	43.1	422,711	Tons	885	-3	-7	-47	2	16.9	-1	3,465	0.5	0
Cambodia		23,260	-23,147	2.7	16,723	Tons	1,391			792	21	0.7	111	2,795	0.95	0
Laos People's Democratic Republic		11,177	-11,162	1.3	12,750	Tons	877			385	27	0.4	13	2,066	0.71	0
Taipei, Chinese		1,966	-1,943	0.2	793	Tons	2,425	-69	-67	298	32	0.3	-41	2,066	0.35	18.4
Ecuador		944	-944	0.1	98	Tons	9,591				5	5.9	25	6,191	0.59	22.2
Indonesia		915	9,110	0.1	247	Tons	2,490	8	17	194	36	0.2	16	3,634	0.14	0
Malaysia		9	4,380	0	6	Tons	1,500				22	0.6	0	2,682	0.35	0

بعد تحديد أول سوق مستهدف وهو السوق التايلاندي ، تأتي الخطوة الأخيرة وهو تحديد المورد المستهدف داخل السوق المستهدف وذلك من خلال الضغط على السوق المستهدف واختيار كلمة الشركات Companies ثم يتم اختيار الشركات وتجميعها لمراسلتها والاتفاق على الصفقة.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



ITC TRADE MAP
Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.

Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Product: 081090 - Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruits
Country: China
Partner: All

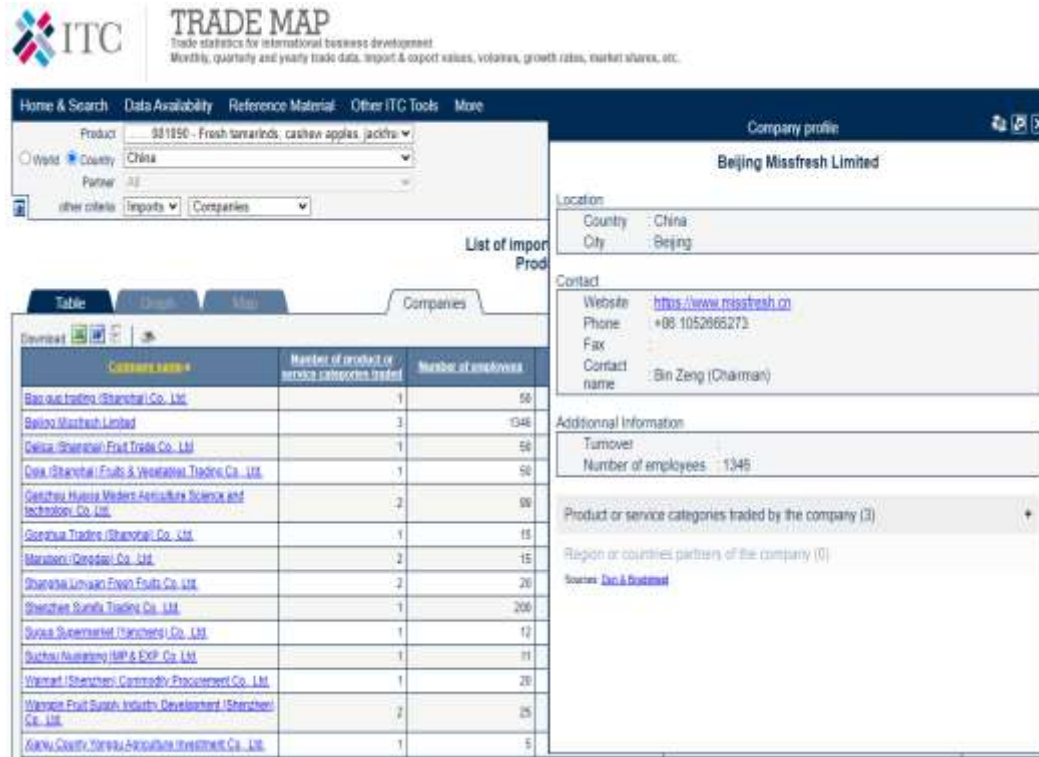
Number of importing companies in China, broken down by product categories, for the following product:
Product: 081090 Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruit, lychees, sapodilla plums, passion fruit, carambola, ...

Product Category	Number of importing companies available in Trade Map
Berries	1
China fruits	1
Edible seeds	1
Fresh fruits and vegetables	15
Fruit and vegetable mixtures	32
Fruit, tropical and subtropical	1
Non edible	1

بعد ذلك يتم الضغط على القطاعات المختلفة والتي تحوي بداخلها الشركات حيث يحتوى القطاع الأول مثلاً على 3 موردين أما القطاع السابع والأخير يحتوي على مورد واحد فقط، فالضغط على القطاع الرابع تظهر بيانات المورد ولكن يجب التأكد من هذه البيانات.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



ITC TRADE MAP
Trade statistics for international business development.
Monthly, quarterly and yearly trade data, import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.

Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Product: 081150 - Fresh tamarinds, cashew apples, jackfruits
Country: China
Partner: All
other criteria Imports Companies

Company profile: Beijing Misfresh Limited

Location: Country: China, City: Beijing

Contact: Website: <https://www.misfresh.cn>, Phone: +86 1052665273, Fax: +86 1052665273, Contact name: Bin Zeng (Chairman)

Additional Information: Turnover: 1346, Number of employees: 1346

Product or service categories traded by the company (3):

Region or countries partners of the company (0):

Source: Data & Business

Company name	Number of product or service categories traded	Number of employees
Bao an fruit trade (Shenzhen) Co., Ltd.	1	56
Baibo Maifresh Limited	3	1346
China (Shenzhen) Fruit Trade Co., Ltd.	1	56
China (Shenzhen) Fruits & Vegetables Trade Co., Ltd.	1	56
Guangzhou Huizhi Modern Agriculture Science and Technology Co., Ltd.	2	69
Guangzhou Trade (Shenzhen) Co., Ltd.	1	15
Marshall (Guangdong) Co., Ltd.	2	15
Shenzhen Lianhua Fresh Fruit Co., Ltd.	2	20
Shenzhen Sunshin Trading Co., Ltd.	1	206
Sunshin Supermarket (Shenzhen) Co., Ltd.	1	12
Sunshin Supermarket (H&M) Co., Ltd.	1	11
Walmart (Shenzhen) Commodities Procurement Co., Ltd.	1	20
Walmart Fruit Supply Industry Development (Shenzhen) Co., Ltd.	2	25
Xinhuo Supply Chain Management Development Co., Ltd.	1	5

من الملاحظ بعد الضغط على المورد من داخل القطاع تظهر نافذة أخرى بها كافة المعلومات عن الشركة المختارة ومن خلال الضغط على ال لينك الخاص بموقع المورد الالكتروني، تظهر البيانات الخاصة بالمورد على شبكة الانترنت ومن خلال الضغط على Contact

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



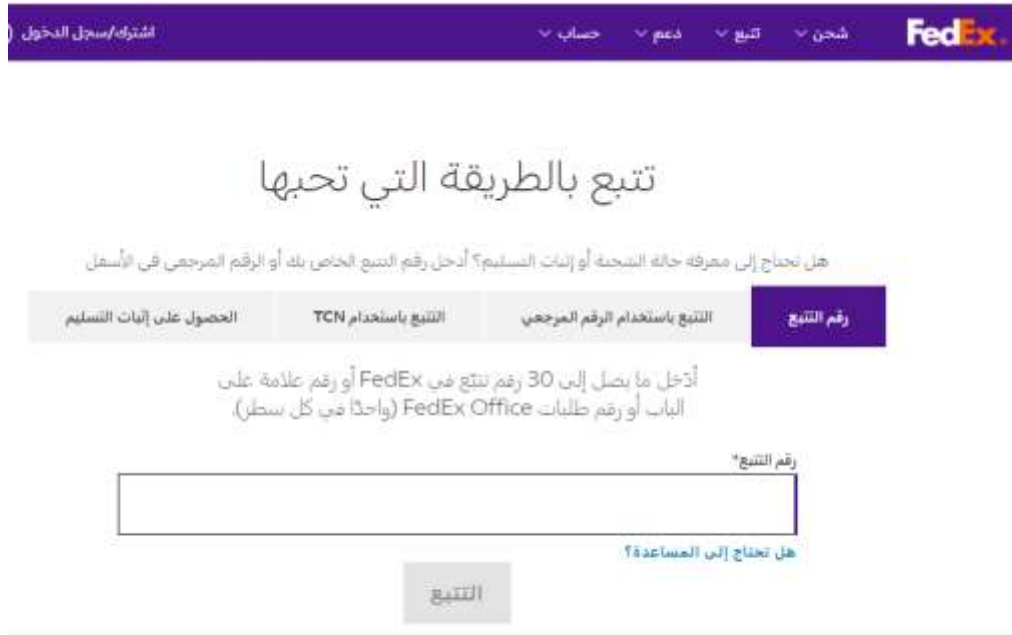
The screenshot displays the Alibaba.com homepage in Arabic. At the top, there's a navigation bar with a search icon, a login/register link, and a FedEx logo. Below this, several service categories are listed with corresponding icons:

- حلول الشحن التي تناسب احتياجات عملك في مجال التجارة الإلكترونية** (Shipping solutions that suit your needs in the e-commerce field). Icon: Airplane.
- استكشف خيارات الشحن** (Explore shipping options). Icon: Shipping box.
- يمكن عملك لإدارة عمليات التسليم الخاصة بهم** (You can manage their delivery operations). Icon: Shipping box with a checkmark.
- استكشف خدمة FEDEX DELIVERY MANAGER** (Explore FEDEX DELIVERY MANAGER service). Icon: Shipping box.
- يتم دمج واجهة برمجة تطبيقات فيديكس عملية شحن سريعة وفعالة** (The FedEx API interface integrates a fast and effective shipping process). Icon: Gear.
- استكشف واجهة برمجة تطبيقات فيديكس** (Explore the FedEx API interface). Icon: Gear.
- يمكن أن تكون عملية التخليص الجمركي بسيطة وسهلة** (Customs clearance can be simple and easy). Icon: Customs officer.
- استكشف أدوات الجمارك** (Explore customs tools). Icon: Customs officer.
- يوفر التتبع في الوقت الفعلي رؤية شاملة وراحة بال** (Real-time tracking provides a comprehensive view and peace of mind). Icon: Shipping box with a magnifying glass.
- استكشف حلول التتبع** (Explore tracking solutions). Icon: Shipping box with a magnifying glass.

أما فيما يخص التسليم والخدمات اللوجستية فسيتم التواصل مع شركة فيديكس لتوفير عروض أسعار لتنفيذ هذه الشحنة على أساس تعاقد FOB كما سبق الإشارة لأفضلية هذا العقد في التعاملات الأولية. حيث توفر فيديكس مجموعة من الحلول والتطبيقات لكافة المتاجر الإلكترونية، والتي منها توفير كافة الخدمات اللوجستية من مخزن المورد إلى مخازن علي بابا.

حالة تطبيقية مجمعة لمنصة التجارة الإلكترونية الرائدة Alibaba

Case Study Of The Leading E-commerce Platform Alibaba



خيارات التتبع

توفر معظم مزودي الخدمات مثل FedEx و DHL حلولاً متكاملة لدمج وربط أوامر الشراء المقبولة من المتاجر الإلكترونية بالمخازن المتوفرة بها الكميات وكذلك بمناطق الوصول إلى العملاء من خلال البرمجيات والحلول المبتكرة، وكذلك خدمة تتبع الشحنات والحصول على بوليصة الشحن واستلامها.



شكراً لكم