

الخطة العامة للمحاضرة

1. مقدمة
2. تعريف التجارة الإلكترونية
3. خصائص التجارة الإلكترونية
4. أهمية التجارة الإلكترونية
5. أنواع التجارة الإلكترونية
6. نماذج الأعمال في التجارة الإلكترونية
7. الاتجاهات الحديثة في التجارة الإلكترونية (2023-2026)
8. خاتمة
9. تطبيقات الأعمال الموجهة

مقدمة:

أدى التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور نمط جديد من المعاملات التجارية، يتم عبر الوسائط الرقمية دون الحاجة إلى التواجد الفيزيائي للأطراف، وهو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية. وقد أصبحت التجارة الإلكترونية عنصراً محورياً في الاقتصاد الرقمي، ووسيلة أساسية للمعاملات التجارية في الأسواق المحلية والعالمية. وتُعد الجزائر من بين الدول التي بدأت تشهد نمواً تدريجياً في هذا المجال.

1. تعريف التجارة الإلكترونية

تُعرف التجارة الإلكترونية بأنها "مجموعة المعاملات التجارية التي تُجرى باستخدام الوسائط الإلكترونية، وتهدف إلى تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين الأطراف المختلفة".

كما يُعرفها Turban وآخرون (2023) بأنها:

"عمليات البيع والشراء وتبادل المعلومات التي تتم عبر الإنترنت باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة".

أما الاتحاد الأوروبي، فيعتبر أن أي عملية تجارية تُستخدم فيها الوسائط الرقمية – بما في ذلك المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، وتطبيقات الهاتف – تدخل ضمن نطاق التجارة الإلكترونية.

2. خصائص التجارة الإلكترونية

تمتاز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية، من أهمها:

- الاستمرارية (7/24): حيث يمكن إجراء المعاملات في أي وقت.
- الطابع العالمي: إمكانية الوصول إلى الأسواق الدولية بسهولة.
- التفاعلية: التفاعل الفوري بين المستهلك والبائع.
- الاعتماد على البيانات الرقمية.

- الراحة وسهولة الاستخدام من طرف المستهلك.

3. أهمية التجارة الإلكترونية

تتجلى أهمية التجارة الإلكترونية في مستويات متعددة:

أولاً – على مستوى المؤسسات:

- تخفيض التكاليف التشغيلية (الإيجار، الموارد البشرية).
- توسيع قاعدة العملاء من خلال الانتشار الرقمي.
- أتمتة المعاملات الإدارية والتجارية.

ثانياً – على مستوى المستهلكين:

- تنوع المنتجات وسهولة المقارنة بين الأسعار.
- اختصار الوقت والجهد.
- تسهيل الوصول إلى منتجات قد لا تتوفر محلياً.

ثالثاً – على مستوى الاقتصاد:

- خلق فرص عمل جديدة في مجالات التسويق الرقمي، التوصيل، تطوير البرمجيات.
- دعم الابتكار الرقمي والتحول نحو الاقتصاد الرقمي.

4. أنواع التجارة الإلكترونية

يمكن تصنيف التجارة الإلكترونية حسب طبيعة الأطراف المتعاملة كما يلي:

النوع	الاختصار	المثال
من شركة إلى مستهلك	B2C	شراء هاتف ذكي من موقع Amazon
من شركة إلى شركة	B2B	شراء مواد أولية من مصنع عبر موقع إلكتروني
من مستهلك إلى مستهلك	C2C	بيع سلعة مستعملة عبر موقع OuedKniss
من مستهلك إلى شركة	C2B	عرض خدمات تصميم عبر منصة Freelancer
من شركة إلى حكومة	B2G	توريد معدات إلى جهة حكومية عبر طلب عروض إلكتروني
من حكومة إلى مواطن	G2C	دفع فواتير أو ضرائب عبر بوابة إلكترونية حكومية

5. نماذج الأعمال في التجارة الإلكترونية

في ظل تنوع البيئة الرقمية، ظهرت عدة نماذج للأعمال الإلكترونية، أبرزها:

النموذج	التوضيح	مثال تطبيقي
المتجر الإلكتروني	بيع مباشر للمنتجات عبر موقع إلكتروني	متجر جوميا الجزائر
السوق الرقمية متعددة البائعين	منصة تجمع عدة بائعين في مكان واحد	Etsy، AliExpress
التسويق بالعمولة	كسب عمولة مقابل الترويج للمنتجات	منصة Shaheen
نموذج الاشتراك	يدفع المستخدم مقابل الخدمة بشكل دوري	Shahid، Netflix
التمويل الجماعي	جمع تمويل من الجمهور لدعم مشروع أو منتج	Zoomaal

6. الاتجاهات الحديثة في التجارة الإلكترونية (2023-2026)

تتطور التجارة الإلكترونية باستمرار، وقد ظهرت عدة توجهات حديثة من أبرزها:

- توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك المستهلك وتقديم توصيات شخصية.
- انتشار التجارة الاجتماعية عبر تطبيقات مثل TikTok، Facebook Shops، و Instagram Shopping.
- استخدام الواقع المعزز والافتراضي في تجربة المنتجات (خاصة في الأثاث والملابس).
- اعتماد العملات الرقمية المستقرة في بعض منصات الدفع.
- تعزيز ممارسات التجارة المستدامة (التغليف الصديق للبيئة، التوصيل الأخضر).

خاتمة

تُعد التجارة الإلكترونية من أهم التطورات في الاقتصاد المعاصر، إذ تتيح فرصاً واسعة للابتكار والتوسع والنمو الاقتصادي. ومن الضروري للطلبة في تخصص التجارة الدولية فهم أسسها، أنواعها، وتوجهاتها المستقبلية، لا سيما في ظل التحول الرقمي العالمي.

الأعمال الموجهة رقم 01(01) TD

الموضوع: تطبيقات عملية على مفاهيم التجارة الإلكترونية

المدة: 90 دقيقة

التمرين الأول: تحليل متجر إلكتروني محلي

التعليمات:

يطلب من كل مجموعة طلابية (3 إلى 4 طلبة) اختيار متجر إلكتروني جزائري وتحليله من خلال المحاور التالية:

- نوع التجارة الإلكترونية المعتمد (B2C, C2C)
- وسائل الدفع المتاحة.
- آلية التوصيل.
- نقاط القوة والضعف في تجربة المستخدم.
- مقترحات التحسين.

أمثلة مقترحة:

جوميا – واد كنيس. Shaheen – Shein – Yassir Market.

التمرين الثاني: مناقشة فكرية

السؤال:

هل يمكن أن تؤدي التجارة الإلكترونية إلى اختفاء بعض الوظائف التقليدية في الجزائر؟ علل إجابتك مع تقديم أمثلة واقعية.

التمرين الثالث: خريطة ذهنية

يطلب من الطلبة رسم خريطة ذهنية (Mind Map) تلخص أنواع التجارة الإلكترونية مع تقديم مثال لكل نوع.

المراجع المعتمدة:

1. Turban, E. et al. (2023). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Springer.
2. UNCTAD (2024). *Digital Economy and E-commerce Report*. Geneva.
3. Shopify (2025). *The Future of Commerce Report*.
4. Statista (2025). *Global E-commerce Trends and Forecast*.

5. الموقع الرسمي لجوميا الجزائر <https://www.jumia.dz>

6. قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05.