

المحاضرة رقم 03: المتطلبات الأساسية لتطوير التجارة الإلكترونية

الخطة العامة للمحاضرة

1. مقدمة
2. البنية التحتية التقنية
3. المنصات الإلكترونية (– CMS أنظمة إدارة المحتوى)
4. أنظمة الدفع الإلكتروني
5. الخدمات اللوجستية
6. التسويق الإلكتروني
7. خدمة ودعم العملاء
8. الجوانب القانونية والتنظيمية
9. المهارات والكفاءات البشرية
10. خاتمة
11. الأعمال الموجهة

1. مقدمة

لا يمكن لأي مشروع تجارة إلكترونية أن ينجح بدون تهيئة بيئة رقمية متكاملة. يتطلب الأمر توفير بنية تحتية متطورة، أنظمة دفع موثوقة، منصات تسويق فعّالة، وكوادر بشرية ذات كفاءة عالية، إلى جانب الإطار القانوني والتنظيمي المناسب. تهدف هذه المحاضرة إلى عرض المتطلبات الأساسية التي يجب توفرها لتطوير تجارة إلكترونية ناجحة ومستدامة.

2. البنية التحتية التقنية

- تشكل البنية التحتية الأساس الذي تُبنى عليه كافة مكونات التجارة الإلكترونية، وتشمل:
- الوصول إلى الإنترنت: يجب توفير تغطية عالية للإنترنت، خاصة في المناطق النائية.
 - البنية التحتية للاتصالات: تشمل جودة الشبكات، الكابلات، والسيرفرات المحلية.
 - البنية التحتية للدفع: تشمل الربط مع بوابات دفع إلكترونية آمنة وفعّالة، مثل PayPal، Stripe، Edahabia.

3. المنصات الإلكترونية (أنظمة إدارة المحتوى CMS)

يُعد نظام إدارة المحتوى (CMS) من الأدوات الأساسية لتصميم وإدارة المتاجر الإلكترونية، بدون الحاجة إلى معرفة تقنية متقدمة.

أشهر أنظمة CMS:

- WordPress + WooCommerce
- Shopify
- Magento
- OpenCart
- Joomla

خصائص نظام CMS الجيد:

- سهولة الاستخدام
- التخصيص الكامل
- دعم الإضافات (Plugins)
- دعم الأمان والتحديثات
- التكامل مع وسائل الدفع والتوصيل

4. أنظمة الدفع الإلكتروني

تُعد أنظمة الدفع الإلكتروني حلقة الوصل بين المشتري والبائع. ومن الشروط الأساسية لاختيار نظام الدفع:

- الأمان (تشفير البيانات)
- سرعة التنفيذ
- تعدد الوسائل (بطاقات - محافظ رقمية - تحويل بنكي)
- دعم المعاملات المحلية والدولية
- رسوم منخفضة

أمثلة محلية ودولية:

- BaridPay ، Edahabia
- Amazon Pay ، Stripe ، PayPal

5. الخدمات اللوجستية

تشمل العمليات المرتبطة بتخزين، شحن، وتوصيل المنتجات. وتُعد اللوجستيات من أكبر التحديات أمام التجارة الإلكترونية في الدول النامية.

عناصر اللوجستيات الأساسية:

- إدارة المخزون
- تتبع الطلبات
- اختيار شركة توصيل موثوقة
- تكلفة الشحن ومدة التسليم
- أمثلة شركات توصيل جزائرية:

- Yalidine
- Nord & Ouest Express
- Maystro Delivery
- EMS Algérie

6. التسويق الإلكتروني

يتطلب المتجر الإلكتروني استراتيجية تسويق رقمي متكاملة، تهدف إلى:

- جذب الزوار (Traffic)
- تحويلهم إلى عملاء
- بناء ولاء مستمر
- أدوات واستراتيجيات التسويق:
- تحسين محركات البحث (SEO)
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Facebook, Instagram, TikTok)
- التسويق عبر البريد الإلكتروني
- الإعلانات المدفوعة (Google Ads, Meta Ads)

7. خدمة ودعم العملاء

يُعد رضا العملاء مفتاح النجاح في التجارة الإلكترونية، ويجب توفير قنوات دعم فعالة تشمل:

- الدردشة المباشرة
- مركز الأسئلة المتكررة (FAQ)
- خدمة ما بعد البيع
- مراجعات وتقييمات المستخدمين

8. الجوانب القانونية والتنظيمية

يتعين على المشروع الإلكتروني احترام الإطار القانوني المحلي والدولي، ويتضمن ذلك:

- احترام قانون التجارة الإلكترونية المحلي (مثال: القانون 18-05 في الجزائر)
- الامتثال لقوانين حماية البيانات (GDPR) ، أو ما يعادلها)
- احترام حقوق المستهلك
- حماية الملكية الفكرية
- التقيد بمتطلبات الفوترة، الضرائب، وإثبات البيع

9. المهارات والكفاءات البشرية

يتطلب مشروع التجارة الإلكترونية وجود فريق متعدد المهارات:

المهارة	الوظيفة
البرمجة وتصميم المواقع	تطوير المتجر
التسويق الرقمي	الترويج وجذب العملاء
خدمة العملاء	الرد والمتابعة
إدارة اللوجستيات	التنسيق مع شركات التوصيل
المحاسبة	تتبع المبيعات والمصاريف

10. خاتمة

يمثل إنشاء مشروع تجارة إلكترونية أكثر من مجرد إنشاء موقع إلكتروني؛ فهو عملية متكاملة تتطلب بنية تحتية، أدوات رقمية، موارد بشرية، وأسس قانونية قوية. كل عنصر من هذه العناصر يعتبر ضروريًا لتحقيق النجاح وضمان الاستدامة في هذا النوع من المشاريع.

11. الأعمال الموجهة رقم 03(03 TD)

الموضوع: دراسة ميدانية لمتطلبات مشروع تجارة إلكترونية

المدة 90 دقيقة

التمرين الأول: تصميم خطة مشروع تجارة إلكترونية

التعليمات:

يطلب من الطلبة تصميم مشروع أولي لإنشاء متجر إلكتروني (افتراضي) يشمل:

- نوع المنتجات أو الخدمات المقترحة
- تحديد منصة CMS المناسبة مع المبررات
- اختيار وسيلة الدفع المناسبة في الجزائر
- اقتراح شركة توصيل
- تحديد شريحة الجمهور المستهدف
- قناة التسويق الرقمي المعتمدة

التمرين الثاني: تحليل مقارنة بين منصتين

المهمة:

يطلب من الطالب اختيار منصتين من منصات إدارة المحتوى مثلًا Shopify و WooCommerce ومقارنتهما من حيث:

المعيار	Shopify	WooCommerce
سهولة الاستخدام		
التكلفة		
الدعم التقني		
المرونة في التخصيص		

التمرين الثالث: دراسة حالة محلية

الوضعية:

يقوم الطالب بتحليل متجر إلكتروني محلي فعلي، من حيث:

- توفر البنية التحتية (موقع، دفع، توصيل)
- نقاط القوة والضعف

• توصيات للتحسين

أمثلة مقترحة:

جوميا – Shaheen – متجر على Facebook

المراجع المعتمدة

1. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
2. UNCTAD (2024). *Digital Economy Report*.
3. Shopify (2025). *The Ultimate Guide to E-commerce Platforms*.
4. وزارة البريد والاتصالات – الجزائر [: https://www.mpt.gov.dz](https://www.mpt.gov.dz)
5. بوابة جوميا الجزائر [: https://www.jumia.dz](https://www.jumia.dz)
6. قانون التجارة الإلكترونية الجزائري 18-05.