

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3



معهد تسيير التقنيات الحضرية

قسم تسيير المدن والتعمير

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكر ماستر

التخصص: تسيير المدن

الشعبة: تسيير التقنيات الحضرية

شبكات توزيع الخدمات التجارية عبر الخط داخل المجالات الحضرية

دراسة حالة مدينة قسنطينة

تحت إشراف:

الأستاذ: فاضل عبد الوهاب

مقدمة من طرف الطالب:

عميرش زكرياء

السنة الجامعية: 2021/2020

الدورة: جويلية

فهرس المحتويات

الفصل التمهيدي

- I. مقدمة عامة
- I. الإشكالية
- II. الهدف من الدراسة
- III. منهجية ومراحل البحث
- IV. صعوبات وعوائق البحث

الفصل الأول

- 01..... تمهيد
- 01..... 1- تعريف التجارة
- 01..... 1-1 لغة
- 01..... 2-1 التعريف حسب مفهوم التهيئة و التعمير
- 01..... 3-1 التعريف حسب الجغرافية التجارية
- 02..... 2- تعريف التجارة الإلكترونية
- 03..... 3- أنواع التجارة الإلكترونية ومجالاتها
- 03..... 3-1 1- تجارة إلكترونية بين الشركات
- 03..... 3-2 2- تجارة إلكترونية بين شركة وفرد
- 04..... 3-3 3- تجارة إلكترونية مصغرة تتم بين الأفراد
- 04..... 3-4 4- تجارة إلكترونية بين فرد وشركة
- 04..... 4- أشكال التجارة الإلكترونية
- 04..... 4-1 1- بيع التجزئة
- 04..... 4-2 2- بيع الجملة أو البيع بالمجموعة
- 05..... 5- نشأة وأشكال التجارة الإلكترونية

فهرس المحتويات

- 05.....الإطار القانوني التجارة الإلكترونية.....6-الإطار القانوني التجارة الإلكترونية.....05
- 08.....تعريف التاجر.....7-تعريف التاجر.....08
- 08.....تعريف التعمير التجاري.....8-تعريف التعمير التجاري.....08
- 08.....المحل التجاري.....9-المحل التجاري.....08
- 08.....1-9 تعريف المحل التجاري.....9-1 تعريف المحل التجاري.....08
- 09.....2-9 الأشكال التقليدية للمحلات التجارية.....9-2 الأشكال التقليدية للمحلات التجارية.....09
- 09.....3-9 الأشكال العصرية للمحلات التجارية.....9-3 الأشكال العصرية للمحلات التجارية.....09
- 10.....10- تصنيف النشاطات التجارية.....10- تصنيف النشاطات التجارية.....10
- 10.....1-10 تصنيف على أساس جغرافي.....10-1 تصنيف على أساس جغرافي.....10
- 10.....2-10 تصنيف على أساس اقتصادي.....10-2 تصنيف على أساس اقتصادي.....10
- 11.....3-10 تصنيف على أساس طبيعة البيع.....10-3 تصنيف على أساس طبيعة البيع.....11
- 11.....4-10 تصنيف على أساس المواد المباعة.....10-4 تصنيف على أساس المواد المباعة.....11
- 12.....5-10 تصنيف على أساس غذائي/غير غذائي.....10-5 تصنيف على أساس غذائي/غير غذائي.....12
- 12.....6-10 التصنيف حسب مديرية التجارة حاليا.....10-6 التصنيف حسب مديرية التجارة حاليا.....12
- 12.....7-10 تصنيف على أساس التردد.....10-7 تصنيف على أساس التردد.....12
- 13.....11- الهيئات المشرفة على التجارة في الجزائر.....11-11 الهيئات المشرفة على التجارة في الجزائر.....13
- 14.....12- مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.....12-12 مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.....14
- 14.....1-12 مزايا التجارة الإلكترونية.....12-1 مزايا التجارة الإلكترونية.....14
- 14.....1-1-12 المزايا بالنسبة للزبائن.....12-1-1 المزايا بالنسبة للزبائن.....14
- 14.....2-1-12 المزايا بالنسبة للتجار والمؤسسات.....12-1-2 المزايا بالنسبة للتجار والمؤسسات.....14
- 15.....3-1-12 المزايا على المستوى العام.....12-1-3 المزايا على المستوى العام.....15

فهرس المحتويات

12-2- عيوب التجارة الالكترونية.....16

19..... خلاصة المبحث

الفصل الثاني

20..... تمهيد

21..... ا. التحليل الاجتماعي للتاجر

1- توزيع التجار حسب الفئات العمرية.....21

2- توزيع التجار أصحاب الصفحات حسب الجنس.....22

3- توزيع التجار أصحاب الصفحات حسب المهن الرئيسية.....23

4- سنة انشاء صفحات التعامل عبر الخط.....24

5 - أماكن تموين التجار أصحاب الصفحات بالسلع.....25

5- 1 تموين من خارج المدينة.....26

5- 2 أماكن التموين بالسلع من خارج الولاية.....27

6- طريقة التموين التجار أصحاب الصفحات بالسلع.....28

7- التغطية المجالية لخدمة التوصيل.....29

8- الغرض من التعامل عبر الخط للتجار.....30

9- طبيعة النشاطات عبر الصفحات.....31

10- المستوى الدراسي للتجار أصحاب الصفحات.....32

11- توزيع الزبائن عبر الخط حسب السن.....33

12- توزيع الزبائن عبر الخط حسب المستوى التعليمي.....34

13 -مصطلح التجارة الالكترونية.....35

14- نسبة المبادلات التجارية عن طريق الانترنت.....36

15- أسباب التعامل عبر الواب أو الخط بالنسبة للزبائن.....37

16- استخدام الزبائن للصفحات عبر الخط حسب النشاطات.....38

فهرس المحتويات

- 17- تفاعل الزبائن على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.....39
- 18- وسيلة تفاعل الزبائن على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.....40
- 19- النشاطات التجارية الاكثر تداولاً في العالم الافتراضي.....41
- 20- طريقة الدفع.....42
- 21- طبيعة الصفحات الاكثر تداولاً من طرف الزبائن.....43
- 22- مزايا التعامل عبر الخط.....44
- 23- سلبيات المعاملات التجارية عبر الخط.....45
- 24- نجاعة التعاملات التجارية الالكترونية.....46
- 25- مدة التوصيل داخل مدينة قسنطينة.....47
- 26- مدة التوصيل خارج مدينة قسنطينة.....48
- 49..... خلاصة المبحث
- 51..... الخلاصة العامة

الملخص:

تهدف دراسة الخدمات التجارية عبر الخط بمدينة قسنطينة إلى معرفة مستوى التعاملات التجارية الرقمية عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة التي بدورها تختصر المسافات و تقرب مختلف الفاعلين في التجارة مما يخلق ديناميكية في المبادلات التجارية .

فالتجارة الالكترونية تتيح فرص لتحقيق نمو اقتصادي، كما تستطيع أن تساعد التجار عبر الخط من عرض منتجاتهم بأسعار مناسبة في أسواق جديدة و بطريقة أكثر فعالية.

الكلمات المفتاحية:

التجارة، التجارة الالكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، الخط، الاقتناء، التاجر، الزبون

Résumé:

L'étude des services commerciaux en ligne à Constantine vise à connaître le niveau des transactions commerciales numériques à travers les différents médias sociaux disponibles, ce qui à son tour raccourcit les distances et rapproche les différents acteurs du commerce, ce qui crée un dynamisme dans les échanges commerciaux.

Le commerce électronique offre des opportunités de croissance économique et peut aider les commerçants en ligne à proposer leurs produits à des prix raisonnables sur de nouveaux marchés et de manière plus efficace.