

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع التجارة الالكترونية وتأثيرها على العالم

اسم الطالب
خالد إبراهيم احمد الشبيخي

مشروع تخرج
كلية الإدارة-جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس-كلية الإدارة -جامعة ميدأوشن

يونيو 2025-الفصل الدراسي الثالث_السنة الثالثة

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
2.1. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي	5
3.1. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	5
2.3.1. على المستوى التطبيقي:	5
4.1. أسئلة الدراسة	6
5.1. أهداف الدراسة	6
6.1. فرضيات الدراسة	6
7.1. نموذج الدراسة	6
8.1. منهجية الدراسة	7
9.1. الدراسة الميدانية	7
10.1. مخطط المشروع المقترح	7
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	8
1.2. المقدمة:	9
2.2. المتغير المستقل	9
3.2. المتغير التابع	9
4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	9
5.2. الخاتمة	10
قائمة المراجع	10

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

أصبحت التجارة الإلكترونية أحد الأعمدة الرئيسية للاقتصاد العالمي في العصر الرقمي الحديث، حيث غيّرت طريقة تفاعل الأفراد والشركات مع الأسواق. مع التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت، انتقلت العمليات التجارية من الشكل التقليدي إلى البيئة الرقمية، ما أدى إلى خفض التكاليف، وتوسيع الأسواق، وتسريع العمليات. هذا التحول لم يقتصر فقط على الجانب الاقتصادي، بل امتد ليشمل التأثيرات الاجتماعية والثقافية. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم التجارة الإلكترونية، وتحليل تأثيراتها المتعددة على العالم من جوانب مختلفة، مع التركيز على التحديات والفرص التي تقدمها في الوقت الراهن.

2.1. مشكلة الدراسة

بالرغم من الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية حول العالم، لا تزال هناك فجوات في فهم التأثيرات الكاملة لهذا التحول الرقمي على الاقتصادات المختلفة، وبخاصة في الدول النامية.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- محدودية الدراسات التي تربط بين التجارة الإلكترونية والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في بيئات متنوعة.
- قلة الأدبيات التي توضح الآثار بعيدة المدى لهذا النمو على سلوك المستهلك.

2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي

- غياب استراتيجيات واضحة لتطبيق التجارة الإلكترونية في بعض الأسواق المحلية.
- ضعف البنية التحتية الرقمية في عدد من الدول.

سؤال الدراسة الرئيس:
ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على العالم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والتقنية؟

3.1. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

- تساهم في سد فجوات البحث في فهم التجارة الإلكترونية وتطوراتها المستمرة.
- تقدم نموذجًا تحليليًا لتأثير التجارة الإلكترونية على سلوك المستهلك.

2.3.1. على المستوى التطبيقي:

- تساعد صانعي القرار على تطوير سياسات اقتصادية رقمية.
- تدعم الشركات في تبني استراتيجيات التجارة الإلكترونية بنجاح.

4.1. أسئلة الدراسة

1. ما أبرز التحولات الاقتصادية التي أحدثتها التجارة الإلكترونية؟
2. كيف أثرت التجارة الإلكترونية على سلوك المستهلك العالمي؟
3. ما التحديات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في الدول النامية؟

5.1. أهداف الدراسة

- تحليل أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي العالمي.
- دراسة التغيرات الاجتماعية الناتجة عن التجارة الإلكترونية.
- تقديم توصيات لتطبيق فعال وشامل للتجارة الإلكترونية في الأسواق المتنوعة.

6.1. فرضيات الدراسة

1. هناك علاقة إيجابية بين انتشار التجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي.
2. تؤثر التجارة الإلكترونية بشكل مباشر على سلوك المستهلك.
3. تواجه التجارة الإلكترونية معوقات تقنية وتشريعية في الدول النامية.

7.1. نموذج الدراسة

النموذج المقترح:

- المتغير المستقل: التجارة الإلكترونية
- المتغيرات التابعة: النمو الاقتصادي، سلوك المستهلك، البيئة التقنية والتشريعية

8.1. منهجية الدراسة

- المنهج المستخدم: وصفي تحليلي
- أداة الدراسة: تحليل محتوى الدراسات السابقة، مع تحليل بيانات السوق من مصادر موثوقة (تقرير UNCTAD، منظمة التجارة العالمية، إلخ).

9.1. الدراسة الميدانية

- يتم اختيار عينة من الشركات والمستهلكين في الأسواق الإلكترونية.
- استخدام استبانة إلكترونية إن لزم الأمر أو تحليل بيانات منشورة.

10.1. مخطط المشروع المقترح (جدول زمني مبسط)

الاسبوع	المهام
1-2	إعداد الاطار النظري
3-4	جمع الدراسات السابقة
5-6	تحليل البيانات
7	صياغة النتائج
8	كتابة التوصيات والمراجع

قائمة المراجع

1. لاودون، كينيث سي، وترافر، كارول جي. (2021). التجارة الإلكترونية: الأعمال، التكنولوجيا، المجتمع. بيرسون للنشر.
2. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ((OECD). (2019). فهم التجارة الإلكترونية: نماذج الأعمال والاتجاهات والسياسات.
3. تشافي، ديف. (2015). إدارة الأعمال الرقمية والتجارة الإلكترونية. دار بيرسون للنشر.
4. منظمة التجارة العالمية ((WTO). (2020). التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية. تقرير التجارة العالمية.
5. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ((UNCTAD). (2022). تقرير الاقتصاد الرقمي. الأمم المتحدة.