



## العنوان

# محددات تبني تطبيقات التجارة الالكترونية في المؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة - دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأنسجة الصناعية والتقنية

-EATIT-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير  
تخصص: إدارة أعمال

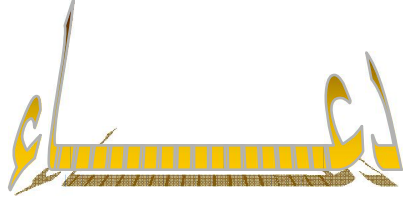
الأستاذة المشرف:  
قروش عيسي

إعداد الطالبة:  
طبي سليمة

### لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اعضاء اللجنة
رئيسا وممتحنا	المسيلة	أستاذ مساعد (أ)	1. رحمان سناء
مقرا ومشرفا	المسيلة	أستاذة مساعدة (أ)	2. قروش عيسي





( يا رب لا تجعلني أصاب بالغرور إذا نجحت و لا باليأس إذا أخفقت و ذكرني إن الإخفاق هو التجربة

التي تؤدي إلى النجاح)

( يا رب إذا أعطيتني نجاحا فلا تأخذ تواضعي و إذا أعطيتني تواضعا فلا تأخذ اعتزازي بكرامتي )

( ربّي اغفر لي و لوالديا و للمؤمنين يوم الحساب وقتنا محاسب النار)

( رب ارحم والدي كما رباني صغيرا)

( اللهم أتينا في الدنيا حسنة و في الآخرة حسنة وقتنا محاسب النار)

بسم الله الرحمن الرحيم

\* و قالوا الحمد لله الذي هدانا لهذا و ما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله \*

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم  
قل إن صلاتي ونسكي ومحياي ومماتي لله ربي العالمين [5]  
لا شريك له وبذلك أمرت و أنا أول المسلمين

# تشكرات

الحمد لله عزوجل الذي أنعم على بنعمة العلم ووفقتي لانجاز هذا العمل المتواضع.  
كل الشكر والتقدير لأستاذي الفاضل قروش عيسى على توجهاته العلمية القيمة ودعمه  
المعنوي الكبير لي.

جزيل الشكر والعرفان إلي كل من علمني حرف.....أساتذتي الأفاضل

الشكر لكل موظفي مؤسسة تندال على استقبالهم لنا

كما ارجع بالذكر إلي أختي نعيمة طيبي على مساهمتها لانجاز هذا العمل.

وكل من ساعدني وشجعني من قريب أو بعيد ماديا أو معنويا على اتمام انجاز هذا  
العمل.

# إهداء

إلي التي حملتني وهنا على وهن ، ووفرت لي شروط الراحة أُمي العزيزة حفظها الله.

إلي الذي حثني على العلم والعمل كل هذه السنين أباي الغالي حفظه الله.

إلي إخوتي وأخواتي وكل أفراد عائلتي.

إلي خطيبي.... عزيز..... حفظه الله....

إلي كل صديقات والأصدقاء ، خاصة عبلة زيام صديقة دربي.

إلي جميع أساتذتي ، زميلاتي، وزملائي ، بكلية الاقتصاد.

إلي كل بعيد وقريب .....



سليمة طيبي

## ملخص الدراسة:

إن التجارة الإلكترونية أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات الدول ، وتعزيز تجارتها الخارجية ، والنهوض بقطاعاتها المحلية ، و أصبحت وسيلة هامة لزيادة القدرة التنافسية بما يتيح من فرص لتسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين ، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان بالطلب الفوري للسلع والخدمات ، ولذلك اعتنت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصادياتها وبيئتها ومؤسساتها لاقتحام في مجال الاقتصاد العالمي ، من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية ، عبر شبكة الانترنت والعمل على الاستفادة منها

وبالرغم من هذه الأهمية لا تزال العديد من المؤسسات في الدول النامية خصوصاً بعيدة كل البعد عن عالم التجارة الإلكترونية بالرغم من توفرها في كثير من الأحيان على كل متطلباتها المادية والبشرية والفنية ، وإدراكها التام لأهميتها وضرورة اعتمادها لمحددات تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية

وهو الأمر الذي خرجنا إليه من خلال هذا البحث من خلال الاستمارة الى محددات تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الانترنت ، تكنولوجيا المعلومات



## **Summary of the study**

The e-commerce has become a major factor in the growth of the economies of countries, and the promotion of foreign trade, and to promote Baktaatha local, and has become an important means to increase competitiveness by allowing opportunities for the marketing of products and the provision of information and online services to customers, as well as to enable the consumer wherever they demand the immediate goods and services. But the piece cared for developed countries and other countries and their economies by creating its environment and its institutions in the field to break into the global economy, through the application of e-commerce, via the Intranet and work to take advantage of them

In spite of this importance are still many institutions in developing countries, especially far removed from the world of e-commerce in spite of availability is often all requirements of the physical, human and technical, and fully aware of the importance and necessity of adopting something that outside us it through this research

Keywords: e-commerce, Internet, information technology

## قائمة المحتويات:

6	ملخص الدراسة:
8	قائمة المحتويات:
12	قائمة الجداول:
13	قائمة الأشكال :
13	الملاحق
14	المقدمة العامة
18	الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية
19	تمهيد
20	المبحث الأول: طبيعة التجارة الالكترونية والياتها
20	المطلب الأول: مفهوم ونشأة التجارة الالكترونية
20	أولا: نشأة التجارة الالكترونية
21	ثانيا: مفاهيم حول التجارة الالكترونية
25	المطلب الثاني: أنماط وأهم تأثيرات التجارة الالكترونية
25	أولا: أنماطها (أشكالها)
29	ثانيا: تأثيرات التجارة الالكترونية:
32	المطلب الثالث : مزايا وعيوب التجارة الالكترونية
32	أولا: مزايا التجارة الالكترونية
35	ثانيا: عيوب التجارة الالكترونية
38	المبحث الثاني : مستويات التجارة الالكترونية
38	المطلب الأول: مستويات التجارة الالكترونية
38	أولا : التجارة الالكترونية ذات المستوي البسيط
38	ثانيا : التجارة الالكترونية ذات المستوي المتقدم
41	المطلب الثاني: أهداف وأهمية التجارة الالكترونية:
41	أولا: أهداف التجارة الإلكترونية
41	ثانيا : أهمية التجارة الالكترونية
44	المطلب الثالث: تحديات التجارة الالكترونية
44	أولا : ضرورة توفير البنية التقنية
45	ثانيا : التحديات المالية
45	ثالثا : تحديات قانونية
45	رابعا : التحديات الفنية
45	خامسا : التحديات المتعلقة بتطبيقات الأعمال
47	المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع والسداد في التجارة الالكترونية:

47	المطلب الأول: أهمية البنوك الالكترونية
47	أولا : أهم أشكال البنوك الالكترونية
48	ثانيا : دور البنوك في التجارة الالكترونية
50	المطلب الثاني: نظام التحويلات المالية الالكترونية
50	أولا :تعريف نظام التحويلات المالية الالكترونية(EFT)
50	ثانيا :إجراءات عملية التحويل المالي الالكترونية
51	ثالثا : سمات نظام التحويلات المالية الالكترونية
52	المطلب الثالث: وسائل الدفع الالكترونية الحديثة
52	أولا: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية
58	ثانيا : الشيكات الالكترونية
61	خلاصة الفصل:
62	الفصل الثاني : محددات استخدام ومعوقات التجارة الإلكترونية
63	تمهيد :
64	المبحث الأول: المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الالكترونية
64	المطلب الأول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الالكترونية
64	أولا :زيادة القطاع الخاص
64	ثانيا: دور الحكومة دافع ومحفز
64	ثالثا :البيئة التشريعية والقانونية الملائمة
64	رابعا :إتاحة الفرص المتكافئة ودعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة
65	خامسا :الحفاظ على قيم ومبادئ المجتمع وتحقيق الخصوصية والسرية
65	سادسا :حماية الملكية الفكرية
65	سابعاً :التعاون الدولي
67	المطلب الثاني: المتطلبات العامة للتجارة الالكترونية
67	أولا: المتطلبات المالية العامة والتشريعية
68	ثانيا : المتطلبات الاجتماعية وتفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة
68	ثالثا :المتطلبات الحماية للتجارة الالكترونية
69	رابعا: المتطلبات التقنية للتجارة الالكترونية
70	المطلب الثالث:محددات تبني التجارة الالكترونية
70	أولا: تبني التجارة الالكترونية
71	ثانيا :عوامل و محددات تبني تطبيقات التجارة الالكترونية
72	المبحث الثاني :حقل التجارة الالكترونية
72	المطلب الأول :إطار عمل التجارة الالكترونية وأهم الأسس العالمية لتطبيقها
74	المطلب الثاني:الأسس العالمية لتطبيق التجارة الالكترونية و القانون الدولي الالكتروني
74	أولا: الأسس العالمية لتطبيق التجارة الإلكترونية

74	ثانيا : قانون التجارة الالكترونية :
76	المطلب الثالث:تصنيف تطبيقات التجارة الالكترونية.
76	أولا : الأسواق الالكترونية.
79	ثانيا:نظم ما بين الأطراف نفسها.
80	ثالثا: نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة.
81	رابعا : أمن التجارة الالكترونية.
87	المبحث الثالث: الاتجاهات العالمية والعربية لتنظيم التجارة الالكترونية وأهم معوقات تطبيقها بالجزائر .....
87	المطلب الأول: الاتجاه العالمي والعربي للتجارة الالكترونية .
91	المطلب الثاني:التجارة الالكترونية فى الجزائر .....
94	المطلب الثالث: معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية بالجزائر وسبل معالجتها .
94	أولا :معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية بالجزائر .....
95	ثانيا :سبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية فى الجزائر .....
97	خاتمة الفصل الثاني .....
98	الفصل الثالث:دراسة حاله لمؤسسة الوطنية للأنسجة الصناعية والتقنية EATIT .....
99	تمهيد .....
100	المبحث الأول: التعريف بنشاط المركب .....
100	المطلب الأول : لمحة تاريخية عن المؤسسة EATIT .....
102	المطلب الثاني : طبيعة نشاط المركب .....
103	المطلب الثالث : وظائف أقسام المركب .....
103	أولا: الأقسام إنتاجية .....
105	ثانيا: الأقسام الإدارية .
106	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للمركب .....
107	المبحث الثاني:الدراسة الميدانية لممارسة تبدال للتجارة الالكترونية .....
107	المطلب الأولى: الإطار المنهجي المتبع فى الدراسة: .....
108	المطلب الثاني: أدوات المستعملة فى الدراسة. ....
108	أولا:المقابلة الشخصية. ....
108	ثانيا :الاستمارة. ....
109	ثالثا :الأدوات الإحصائية المستخدمة. ....
110	المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة الميدانية. ....
110	المطلب الأول:وسائل الاتصال فى مؤسسة تبدال .....
110	أولا:وسائل الاتصال بالمؤسسة تبدال .....
113	ثانيا : مصادر المعلومات الخاصة بالمؤسسة. ....
115	المطلب الثاني: أهمية برامج المعلوماتية فى المؤسسة .....
118	المطلب الثالث : تطبيقات الشبكات المعلوماتية فى المؤسسة .....

---

118 .....	أولا : تطبيقات الانترنت في المؤسسة.....
119 .....	ثانيا : التطبيقات المعلوماتية على الشبكة.....
123 .....	خاتمة الفصل:
124 .....	الخاتمة العامة .....
127 .....	قائمة المراجع .....
132 .....	الملاحق.....

## قائمة الجداول:

- الجدول 1 : الخواص المميزة للنظم التنظيمية المتداخلة والأسواق الالكترونية ..... 80
- الجدول 2: نمو حجم تطور التجارة الالكترونية عالميا ..... 88
- الجدول 3 : تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي ..... 90
- الجدول 4 : تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة تندال ..... 110
- الجدول 5: طرق اتصال المؤسسة بالمتعاملين ..... 111
- الجدول 6: مصادر معلومات المؤسسة ..... 113
- الجدول 7: طبيعة المعلومات التي تبحث عنها ..... 113
- الجدول 8: أهمية برامج المعلوماتية في مؤسسة تندال ..... 115
- الجدول 9: البرامج المكرو سوفت التي تستعملنها مؤسسة تندال ..... 116
- الجدول 10: درجة أهمية البرامج المعلوماتية ..... 117
- الجدول 11:الاتصال بالانترنت ..... 119
- الجدول 12: أسباب غياب التجارة الالكترونية ..... 120
- الجدول 13: تطبيقات التجارة الالكترونية لمؤسسة تندال ..... 120
- الجدول 14: عقود مؤسسة تندال ..... 121
- الجدول 15: وجود التطبيقات المعلوماتية على الشبكة ..... 121

## قائمة الأشكال :

- الشكل 1 : مجالات التجارة الالكترونية ..... 28
- الشكل 2: المستويات المختلفة للتجارة الالكترونية ..... 39
- الشكل 3: مخاطر البنوك الالكترونية ..... 49
- الشكل 4: مراحل استخدام النقد الالكتروني ..... 55
- الشكل 5: كيفية استخدام الشيك الالكتروني ..... 59
- الشكل 6 : إطار عمل التجارة الالكترونية ..... 73
- الشكل 7 : الأسواق الالكترونية ..... 78
- الشكل 8 : إستراتيجيات تبني التجارة الالكترونية ..... 86
- الشكل 9 : الهيكل التنظيمي للمركب ..... 106
- الشكل 10 : تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة تندال ..... 111
- الشكل 11: طبيعة المعلومات التي تبحث عنها ..... 114
- الشكل 12: أهمية برامج المعلوماتية في مؤسسة تندال ..... 115
- الشكل 13: درجة أهمية البرامج المعلوماتية ..... 117
- الشكل 14: الاتصال بالانترنت ..... 119
- الشكل 15: أسباب غياب التجارة الالكترونية ..... 120

## الملاحق

- ملحق رقم 1: الاستثمار ..... 133

# المقدمة العامة

### مقدمة:

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قفزة نوعية في ابتكار أنجع الأساليب والطرق في الترويج للمنتجات والخدمات، فأتاحت الباب على مصراعيه للمنافسة الحرة في عالم متغير سقطت فيه كل الحدود الزمانية والمكانية وازدادت فيه مستويات المخاطرة والمجازفة المحسوبة وغير المحسوبة، وهذا التطور السريع فتح المجال أمام العالم في التنافس لتسويق منتجاته وخاصة الدول النامية التي تسعى جاهدة إلى تحقيق التقدم في رفع معدلات النمو الاقتصادي ورفع الكفاءة الإنتاجية .

إن امتلاك تكنولوجيا للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تغييرات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كافة الميادين، لا سيما الميدان التجاري، الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والتطور التكنولوجي، وبالتالي أسهمت في تغييرات بعض قواعد التعاملات التجارية، مما نتج عنه ميلاد نوع آخر من المبادلات التجارية، أساسها التدفق السريع والاستجابة الأسرع للمعلومات، والإلغاء النهائي للحدود والقيود كانت مادية أو جغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه **التجارة الإلكترونية**

إن الإقرار بأهمية التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها كأحد المناهج الحديثة في تسير المعاملات التجارية لا يعني بالضرورة وجودها في كافة المؤسسات، فاعتمادها مرتبط بالعديد من المتغيرات والقيود

من هنا تبرز الإشكالية التي تدور حول أهم محددات تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في المؤسسات وعليه يمكن صياغتها كالتالي:

**ما هي محددات تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية؟**

وعلى ضوء هذا التساؤل يمكن الإشارة إلى مجموعة من التساؤلات والتي تشمل تلك الاهتمامات الأخرى المتعلقة بالموضوع منها

☞ ما هي التجارة الإلكترونية؟

☞ ما هي أهم محددات تطبيقات التجارة الإلكترونية؟

☞ ما مكانة التجارة الإلكترونية بالجزائر؟

### فرضيات البحث:

للإجابة عن التساؤلات السابقة ننطلق من الفرضيات التالية :

- ✍ إن التجارة الالكترونية مجال واسع لا يمكن تحديده لا جغرافيا ولا سياسيا .
- ✍ استخدام التجارة الالكترونية في مؤسساتنا بعيد كل البعد عن مستويات العالمية.
- ✍ هناك وعي متناهي لدى مسيري المؤسسات بأهمية التجارة الالكترونية.
- ✍ المؤسسات الخاصة أكثر استعمالا للتجارة الالكترونية من المؤسسات العمومية.

### أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلي مجموعه من الدوافع منها العلمية الأكاديمية ومنها الشخصية ،فالسباب العلمية ترجع إلي التطورات التكنولوجية الخاصة بهذا المجال،قصد تحقيق الفعالية الخاصة بها من قبل المؤسسات الاقتصادية،إلي جانب الوعي لدي المسيرين بضرورة استعمالها

### أهمية الموضوع:

تكمن أهميه الموضوع في كون التجارة الالكترونية تعتبر كأداة فعالة لتنشيط الاقتصاد إذا حسن استغلالها،بحيث تعمل على تحسين الإنتاجية ، الوصول العالمي للأسواق العالمية ، تطوير الأداء التجاري

### أهداف الدراسة :

- ✍ تهدف دراستنا إلي تحقيق مجموعه من الغايات المتكاملة منها :
- ✍ محاوله إبراز أهم مفاهيم التجارة الالكترونية.
- ✍ محاوله إظهار محددات تطبيقات التجارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية

### المنهج الدراسة :

للإجابة على التساؤلات المطروحة واختيار صحة الفرضيات ،اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي إلي جانب منهج دراسة الحالة

### هيكل البحث:

لقد درسنا موضوعنا في ثلاثة فصول، تعرضنا للفصل الأول إلى ماهية التجارة الالكترونية، بحيث حاولنا من خلالها التطرق إلى مجموعه من مفاهيم التجارة الالكترونية مع إبراز أهميتها وأهدافها

أما الفصل الثاني تطرقنا إلى محددات تبني تطبيقات التجارة الالكترونية مع إبراز أهم متطلباتها لإقامتها. وحقل التجارة الالكترونية مع إظهار الاتجاهات العالمية والعربية نحو التجارة الالكترونية


أما الفصل الثالث الجانب التطبيقي قمنا بمحاولة التوفيق بين الجانب النظري للبحث و ما يجري في واقع المؤسسات الجزائرية،، حيث تم أخذ مؤسسة الأقمشة الصناعية، الجزائرية بالمسيلة ، فمن جانب الميداني قمنا بتعرف على جانب الدراسة والمنهج المتبع ، وفي الأخير إدراج الدراسة بالتحاليل واهم الاستنتاجات .

### صعوبات البحث :

واجهتنا في إطار البحث العديد من الصعوبات ارتبطت في مجملها قلة الدراسات الأكاديمية المتخصصة إلى جانب صعوبة الحصول على المعلومات من المؤسسة محل الدراسة

### أفاق البحث:

لقد تناول بحثنا جزء ضئيلا من عالم التجارة الالكترونية حيث اقتصرنا فيه على معرفة محددات تطبيقاتها فقط، و هو ما يجعل أفاق البحث كبيرة جدا، حيث يمكن من التوسع في هذه المحددات منفردة في إطار بحوث علمية مستقبلية.



الفصل الأول :  
الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

### تمهيد:

يمارس الإنسان أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور أساليب جديدة، تعدت الحدود المادية والجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملته ومن بين المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الإلكترونية التي تشمل كل المعاملات التجارية وقد اعتبرها المحللون الاقتصاديون ، بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية وذلك لكونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات وترويجها.

وعلى ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية حاولنا في هذا الفصل إثارة بعض الجوانب من خلال النقاط التالية:

✍ المبحث الأول: طبيعة التجارة الإلكترونية وآلياتها

✍ المبحث الثاني: مستويات التجارة الإلكترونية وأهم المشاكل والتحديات

✍ المبحث الثالث: وسائل الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية

### المبحث الأول: طبيعة التجارة الإلكترونية والياتها

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال بشكل كبير وتطور الانترنت ليشمل جميع مجالات الحياة ظهر مصطلح أو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، التي لاقت رواجاً هائلاً وسريعاً في مختلف أنشطة.

### المطلب الأول: مفهوم ونشأة التجارة الإلكترونية

#### أولاً: نشأة التجارة الإلكترونية

ظهرت التجارة الإلكترونية منذ ثلاثة عقود مضت، ثم تطورت خلال الربع الأخير من القرن الماضي بتطور الأجهزة الإلكترونية، حيث تخدم مصالح المستهلك ورغباته.<sup>1</sup>

في حين أن تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينات وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة، بعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات والذي وسع تطبيق التجارة من مجرد معاملات مالياً إلي المعاملات أخرى، وتسببت هذه التقنية في ازدياد المؤسسات المالية إلي مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدماتية، كما ظهرت تطبيقات أخرى مثل بيع وشراء السفر على الانترنت كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وقيمتها الإستراتيجية، كانت معلومة و ظاهرة للعيان ومع جعل الانترنت مادية مالية وربحية في التسعينات وانتشارها فاصطلح التجارة الإلكترونية ظهر وتم تطوير تطبيقاتها.<sup>2</sup>

ويرجع الفضل الأعظم إلي شبكه الانترنت في تمكين الشخص العادي من التعامل مع التجارة الإلكترونية فالسرعة التي أنشئت فيها أو بها التجارة الإلكترونية اعتماداً على شبكة الويب تثير الدهشة بالفعل عام 1995 وصل عدد مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة وكندا إلي 18 مليون شخص.<sup>3</sup>

في الحقيقة يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في عالم المال والأعمال، ففي أوائل التسعينات لم يكن هناك شيء اسمه التجارة الإلكترونية ولم يأخذ هذا المصطلح وهذا النوع من النشاط المرتبط به في التواجد وانتشار على نطاق ملموس إلا عام

<sup>1</sup> أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010، ص2.

<sup>2</sup> محمد تقوروت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة ماجستير، تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف

2005، ص55.

<sup>3</sup> كوكب نوتس: التجارة الإلكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر،، طبعه ثانيه، 2004، ص14.

1996 ، وذلك عقب تحويل الإشراف على شبكة الشبكات الإلكترونية المعروفة بالانترنت من الهيئة القومية ، في هذا التاريخ صارت الإمكانيات متاحة لتقديم الخدمات المالية والتجارية وغيرها من الخدمات ومع ذلك ينبغي ملاحظة أننا إتمام بعض الأعمال التجارية عبر الوسائط الإلكترونية ليس أمراً جديداً تماماً ، حيث مارست البنوك والبورصات والشركات هذا النشاط وذلك عبر شبكات خاصة ولكن أن أصبح هناك العديد من مجالات تطبيقات في الغاية كانت عبارة عن تبادل الصفقات بين الشركات B2B باستخدام الشبكات الخاصة .

أما الآن فقد توسعت التجارة الإلكترونية حتى أصبحت شبكة معقدة من الأنشطة التجارية التي تتم على نطاق عالمي<sup>1</sup> .

كما أن التجارة الإلكترونية مرت بين قطاعات الأعمال الاقتصادية إلى أنها وصلت إلى هذا الحد من التعامل في عمليات تطويرها إلى ثلاثة مراحل أساسية بدأت منذ استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والنشاطات الاقتصادية، المرحلة الأولى تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين ،أما المرحلة الثانية فقد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية والموردين وذلك باستخدام شبكات القيمة المضافة، أما المرحلة الثالثة وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وانجاز كافة المعاملات التجارية على شبكات الانترنت وتعتبر المرحلة الراهنة من التعامل<sup>2</sup> .

من هذا نتطرق إلى معالجة مفاهيم التجارة الإلكترونية:

### ثانياً: مفاهيم حول التجارة الإلكترونية

إن مصطلح التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين :

☞ التجارة: COMMERCE تعبر عن نشاط اقتصادي يمكن خلاله تداول السلع والخدمات وفق نظم وقواعد متبعه ومتفق عليها.

☞ الإلكترونية: electronic ويقصد به القيام بأداء النشاط التجاري ، باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ،مثل شبكة الانترنت والشبكات المعلوماتية والاتصالات عن بعد<sup>3</sup> .

ونظر لتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية ظهر العديد من التعريفات كل تعريف من منظور معين .وفقاً لهذه التعريفات نذكر مايلي:

<sup>1</sup> محمد تقوروت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره ،ص 52 .

<sup>2</sup> قاسم الأنعمي: مقال حول التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة لى احمد الكردي كلية الاقتصاد/جامعة دمشق.19، يونيو 2011.

<sup>3</sup> محمد بن بوزيان وعائشة بن لحرش: مقال حول التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ،جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان

التجارة الإلكترونية هي عمليات الإعلان والتعريف بالبضائع والخدمات ، تم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم السداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع<sup>1</sup>.

التجارة الإلكترونية تمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف بحيث يكون التبادل الكترونيا بدلا منه ماديا، فهي عملية تجارية سواء كأن موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل ، والمميز في هذه العملية التجارية وجود وسيط الكتروني ساعد على غياب العلاقة بين الأطراف .

التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت أو بيع وشراء السلع والخدمات من خلال شبكة أو صفحات الويب .

مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر الشبكة الانترنت الدولية ، وتفريغ البرامج الإلكترونية دون ذهاب إلي متجر أو إلي الشركة<sup>2</sup> .

التجارة الإلكترونية : إجراء عمليات تجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصالات الحديثة والمتمثلة في الانترنت ولقد ذكرها الباحث رأفت رضوان.

✓ أنها نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين والشركات بعضهم بعض

✓ أنها شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات

✓ أنها مزيج من تكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التعامل أو التبادل التجاري أو

أيجاد آلية للتبادل المعلومات داخل الشركة وبين شركاء أخرىين

✓ أنها عبارة عن إنتاج وترويج وبيع وتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات<sup>3</sup>

كما يقودنا تعريف التجارة الإلكترونية إلي بروز مصطلح اخر للاعمال الإلكترونية والتسويق الإلكتروني إذا يقوم العديد من الأفراد بالخلط بين هذه المصطلحات وكان لا بد من توضيح الفرق بينهم على النحو التالي :

### أ- مفهوم الأعمال الإلكترونية:

<sup>1</sup> محمد بن بوزيان وعائشة بن لحرش :مقال حول التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ،مرجع سبق ذكره.  
<sup>2</sup> عبد القادر بريس : دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية ملتقى ، كلية العلوم الاقتصادية ، ورقلة ، 7 مارس 2004 .  
<sup>3</sup> كمال رزيق ،مسود فارس:التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر للألفية الثالثة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،البلدية.نادي الدراسات ص 4 .

يرى الكثير أن مصطلح الأعمال الإلكترونية أوسع واشمل من التجارة الإلكترونية تقوم التجارة الأعمال الإلكترونية على فكرة أتمته أو آلية الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية و الخدماتية ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد او الزبون ، إذا تمتد إلي أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه وضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية يوجد مثلا البنك الإلكتروني، و التي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم أكثر شمولاً هو الحكومة الإلكترونية .

فالأعمال الإلكترونية هي إدارة جميع الأعمال المتعلقة بأحد المنشآت أو احد المؤسسات بطريقة الكترونية من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الانترنت ما يساعد على زيادة كفاءة وأعمال المنشأة واستغلال الفرص المتاحة لتوسع نطاق وحجم أعمالها<sup>1</sup> .

في حين أن التجارة الإلكترونية هي وسيلة مزاولة العملية التجارية بين الشركاء التجاريين و استخدام التكنولوجيا المعلوماتية المتطورة ، بغرض رفع كفاءة وفعالية الأداء<sup>2</sup> .

كما أنها هي خطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الاتصال<sup>3</sup> .

### ب- التسويق الإلكتروني:

تنفيذ كافة أنشطة المتعلقة بالوظيفة التسويقية مثلا لإعلان وبيع والتوصيل السلع وخدمات ما بعد البيع الإلكتروني بالاستخدام الويب ، كما يمكن النظر إلي التسويق بأنه جزء كبير من التجارة الإلكترونية<sup>4</sup> .

عميلة الترويج البضائع والخدمات عن طريق الشبكة وذلك من خلال مواقع الكترونية تحتوي على صور للبضائع والخدمات المراد تسويقها أو من خلال الإعلان عبر الموقع على ما تحتويه المواقع الإلكترونية الأخرى<sup>5</sup> .

انطلاقاً مما سبق ليس من السهل تحديد مفهوم شامل التجارة الإلكترونية ولكن نحاول استنباط تعريف مفاده أن التجارة الإلكترونية هي :

<sup>1</sup>ناصر خليل : التجارة والتسويق الإلكتروني ، دار أسامه للنشر والتوزيع ،الأردن ،عمان ،طبعة الأولى 2009،ص 34 .

<sup>2</sup>ممنديات طلاب القدس المفتوحة:أسس التجارة الإلكترونية ومفاهيمها ،القسم الجامعي ،علوم

تجارية،01.16.2010. [www.stqou.com](http://www.stqou.com) ص 9.

<sup>3</sup>محمد نور صالح الحدابة :تجارة الإلكترونية ،دار حامد للنشر والتوزيع ،طبعة اولى ، 2009 ، عمان ص 24 .

<sup>4</sup>سمية ديمش :التجارة الإلكترونية وحقيقة وواقعها بالجزائر ،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري ة

فسنطينه، 2011 ،ص 44.

<sup>5</sup>سليم سعداوي :عقود التجارة الإلكترونية ،دراسة مقارنة ،دار الخلدونية ،حقوق الطبعة محفوظة،2008،ص 162 .

أنها أسلوب من الأساليب التجارية، والتي تكون فيها المعاملات التجارية بين المشاركين الإلكترونيات، بمعنى إجراء معاملات تجارية بواسطة الحاسب الآلي عن طريق الشبكات الإلكترونية وبتعريفها الأوسع هي عبارة عن عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني

يضم أي معلومات وخدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الإنترنت أو غيرها من وسائط الاتصال الإلكترونية<sup>1</sup>.

### ج- الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية:

نلاحظ مما سبق أن التجارة التقليدية تختلف عن التجارة الإلكترونية، في تنفيذ تلك الفعاليات فأهم الفوارق تكمن في طريقة الحصول على المعلومات إذ أن التجارة التقليدية لا تقتصر على وسيلة واحدة مما يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات مما يؤدي عادة إلى إطالة الطلبية. غير أن التجارة الإلكترونية أسلوب غير تقليدي في الوصول إلى المستهلكين في كافة أنحاء العالم، أي أنها تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية كذلك هناك اختلاف من خلال الإجراءات الرقابية المختلفة والاختلاف الرئيس يمكن حصره بالقول أن التجارة التقليدية ذات طابع توثيقي بينما التجارة الإلكترونية ذات طابع غير توثيقي (وهي حقيقة علمية<sup>2</sup>).

وضمن التعارف انفة الذكر والتي على الأغلب كانت تتضمن أهم صفات وخصائص التي تتمتع فيها التجارة الإلكترونية والتي سنعالجها لاحقاً نذكر منها:

- ✓ تعمل على رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل
- ✓ تعمل على رفع تخطي الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية عادة
- ✓ تعمل على تبسيط الإجراءات ووضوح التعامل وأداء المعاملات التجارية
- ✓ تتفاعل بسرعة كبيرة لتلبية حاجة السوق من خلال الاستجابة السريعة لجميع المتطلبات<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد بن احمد السديري: التجارة الإلكترونية وتقنيات واستراتيجيات التطبيق، جامعة الملك سعود، الرياض ص 6.

<sup>2</sup> CHAKAR: مقال حول التجارة الإلكترونية، الأحد 12 إبريل 2009.

<sup>3</sup> نعيم فهمي: التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، مرجه سبقه ذكره.

### المطلب الثاني: أنماط وأهم تأثيرات التجارة الإلكترونية

#### أولاً: أنماطها (أشكالها) .

تعمل التجارة الإلكترونية في الفضاء السوقي خلافاً للتجارة التقليدية التي تعمل في المكان السوقي وأنها تعطي أنواع عديدة من الصفقات التجارية التي تعقد على المواقع وصفحات الويب كما تقدم التجارة الإلكترونية تسهيلات كبيرة وفعالة وفعاليتها عبر هذه أنماط من الصفقات تتمثل فيما يلي :

#### 1. منظمات الأعمال إلى منظمات الأعمال B2B :

هي تجارة التي تتم بين المنظمات والشركات عبر الحاسوب و85% من التجارة الإلكترونية هي من هذا النوع في الوقت الحاضر<sup>1</sup>.

على رغم من تركيز معظم الكتابات ووسائل الإعلام على التجارة التي تتم من المنظمه إلى المستهلك B2C ومواقع الويب الخاص بها، إلا أن المبيعات السلع الخاصة بالمستهلك النهائي عبر الانترنت تعتبر ضئيلة جداً بالمقارنة بمبيعات التجارة الإلكترونية التي تتم من منظمه إلى منظمه، فقد أشارت احد الدراسات إلى أن حجم التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمه ومنظمه كانت تقدر ب 4.3 تريليون سنة 2005 في الوقت التي كانت تبلغ فيه 282 تليون دولار فقط سنة 2000 ، وتقوم هذه الشركات باستخدام العديد من الوسائل الحديثة مثل شبكات التجارة الإلكترونية من منظمه إلى أخرى، ومواقع الكترونية للبيع والشراء بالمقاصة أو المبادلة .

كما يقوم رجال التسويق العاملين أن في مجال المعاملات التي تتم من منظمه إلى أخرى بتقديم معلومات عن منتجاتهم وعن مشتريات عملائهم وكذلك عن خدمات التي يقدمونها لدعم عملائهم عبر شبكات الانترنت .

#### أمثلة في مواقع لشبكات تجارية مفتوحة تتم من منظمه إلى منظمه:

✓ [Plasties.net.com](http://Plasties.net.com) ويعتبر مكان سوق الكتروني يهتم ويتوفر فيه منتجات صناعية بلاستيك ويعمل على تحقيقا لتواصل بين أكثر من 90000 زائر.

✓ [Medical.eqiq.net.com](http://Medical.eqiq.net.com) وهو يمثل مكان السوق الالكتروني للتجهيزات والأدوات الطبية.

<sup>1</sup>محمد صالح الحداية: تجارة الإلكترونية، دار حامد لنشر والتوزيع طبعه أولى 2009، عمان، ص 24 .

✓Covisivt موقع الكتروني لإجراء المبادلات الخاصة بصناعة السيارات تم تكوين هذا الموقع بواسطة أكبر ثلاث شركات (كريزلزوفور، جنرال موتور) ويحقق التواصل بي 11 شركة من صناعة السيارات<sup>1</sup>.

إذ هذا الشكل يتم بين شركات مع بعضها البعض وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين وتسليم الفواتير وإتمام التعاقدات ، وهذا النمط موجود قديما في تبادل البيانات الكترونيا من خلال شبكات خاصة<sup>2</sup>.

### 2. من منظمة أعمال إلي المستهلك B2C:

ويطلق عليها أيضا اسم التسويق الالكتروني وتجارة التجزئة لأن الصفقة تتم مع المستهلك مباشرة حيث تقوم المنشأة بعرض منتجاتها على متاجر إلكترونية افتراضية على شبكة الويب وتعرض وتروج لبضائعها وتعقد الصفقات مع المستهلكين الراغبين وتمثل النسبة الأقل في التجارة الإلكترونية ولكنها في نمو سريع<sup>3</sup>

كما تعرف أنها التجارة الإلكترونية التي تشمل التعاملات بين الشركات والأفراد حيث توفر خدمات والمنتجات للمتسوقين عبر الانترنت<sup>4</sup>

يعد هذا الشكل من أهم أنواع والذي تحاول من خلاله الشركة الوصول إلي العملاء ، ويمثل هذا النمط من التجارة الإلكترونية البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي ، وقد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الانترنت فهناك ما يسمى بالمراكز التجارية للتسويق ، تقدم خدماتها من خلال عرض السلع وخدمات لصالح الشركات وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من عمليات الشراء والبيع عبر شبكات الانترنت ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعا بطاقات الائتمان أو الشبكات الإلكترونية أو نقدا عند التسليم<sup>5</sup>.

### 3. التجارة التي تتم من مستهلك إلي مستهلك c2c :

تحدث معظم التجارة الإلكترونية من مستهلك إلي مستهلك على الويب ، بين تلك الأطراف المهمة بمدى واسع من المنتجات والموضوعات المشتركة بينهما ، ففي بعض الأحيان والحالات يمكن أن يكون الانترنت وسيلة هامة للمستهلكين الذين يرغبون في شراء أو مبادلة سلعه أو

<sup>1</sup>محمد عبد العظيم أبو النجا : التسويق المتقدم، دار كلية التجارة ، جامعة الإسكندرية ، 2008 ،ص327.

<sup>2</sup>محمد عادل عزيز : التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي ،شركة الوسيط التجاري ، طبعة 2005،ص16.

<sup>3</sup>طارق عبد العال حماد:التجارة الإلكترونية،دار الجامعية ،طبعة 2005 ،ص 10 .

<sup>4</sup>محمد نور صالح الحديبة:تجارة الإلكترونية مرجع سبق ذكره ،ص 27.

<sup>5</sup>محمد عادل عبد العزيز:التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي ، مرجع سبق ذكره ص 15.

معلومات بشكل مباشر مع المستهلكين آخرين ، مثل موقع أمزون للمزادات ACTIOS و AMAZIM.COM وآخرون لغرض بيع أي شيء وكل شيء ، ويضم هذا المجتمع أكثر من 42 مليون فردا مستخدما له ، من جميع أنحاء العالم وفي بعض الأحيان تساعد هذا النوع من التجارة على القيام بعملية التبادل معلومات من خلال منتديات وجماعة الأخبار الموجودة على الانترنت لأنشطة تجارية أو غير تجارية<sup>1</sup> .

#### 4. التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى المنظمة C2B:

ويتضمن ذلك بعض الأفراد الذين يبيعون خدماتهم للمشروعات أو، أولئك الذين يلجئون للمشروعات للمساعدة في بيع خدماتهم ومنتجاتهم، كذا البحث عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات مختلف الشركات من خلال تصفح مواقع الشركات أو مواقع الأسواق الافتراضية أو بالدخول في مزادات على الخط ONLIEN مباشرة<sup>2</sup> .

كما توجد تصنيفات أخرى:

أ- تطبيقات المشاركة: هذه التطبيقات تسمح لمستخدم الانترنت أو الحاسوب بالمشاركة في الحصول على المعلومات وإرجاء العمليات عليها مباشرة مع مستخدم آخر ، وهذه التطبيقات يمكن استخدامها في (C2E،B2B،B2C) حيث يمكن لمستخدمها مبادلة للملفات أو البرمجيات .

ب- تجارة المنظمة مع الموظفين: يمكن اعتبار هذا النوع على أنه جزء من INTRABUSSINES حيث تقوم المنظمة بتوفير الخدمات والمعلومات والمنتجات لموظفيها فقط.

ج- التعليم الإلكتروني يمكن توفير التعليم والتدريب المباشر عبر الانترنت حيث تستطيع المنظمات توفير تدريب لموظفيها أو الجامعات وطرح البرامج التعليمية المختلفة.

د- الحكومة الإلكترونية: اصح بإمكان الحكومة الإلكترونية الاستفادة من عالم الانترنت لتوفير المعلومات والخدمات لمواطنيها وللشركات والدوائر الحكومية المختلفة<sup>3</sup> .

هـ- من المؤسسة إلى الإدارة B2A: وتعلق بالمعاملات التي تتم بين الإدارات ومؤسسات مثل التصريحات الجبائية ، الضمان الاجتماعي.

<sup>1</sup> محمد عبد العظيم أبو النجا: التسويق المتقدم ، مرجع سبق ذكره ، ص 330 .

<sup>2</sup> محمد تقرورت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، مرجع سبق ذكره ، ص 66.

<sup>3</sup> محمد نور صالح الحداية : التجارة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 29.

## الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

- و- تتعلق بالمعاملات التي تتم بين الادرات ومؤسسات مثل التصريحات الجبائية ، الضمان الاجتماعي .
- ز- من الإدارة إلى المستهلك A2C : وتتعلق أساسا بخدمات الحكومة<sup>1</sup> .
- ح- منظمات الأعمال إلى منظمات الأعمال إلى المستهلك B2B2C: نموذج جزئي من B2B حيث يمكن للشركات تقديم خدماتها لزملائها ومضيفها وعرضها منتجاتها دون الحاجة لإضافة رسوم لهذه الخدمة<sup>2</sup> .

### الشكل 1 : مجالات التجارة الإلكترونية



**المصدر :** محمد عبد العظيم أبو النجا : التسويق المتقدم كلية التجارة –مرجع سبقه ذكره، ص 329.

<sup>1</sup> شريط رابح : مدخلات التجارة الإلكترونية ، واقع وافاق، ملتقى دولي لشفافية ونجاعة الاداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي ، الجزائر، ماي، 2000.

<sup>2</sup> محمد نور صالح حدابة:مرجع سبق ذكره، ص 30 .

### ثانياً: تأثيرات التجارة الإلكترونية:

أن التجارة الإلكترونية ليست بالحلم المستقبلي فهي شاخصة أمامنا بإنجازاتها ونجاحاتها الباهرة في العديد من مجالات العمل علي مستوى الأفراد أيضا وفي أرجاء مختلفة من العالم.

ولكننا لا نعرف أن هذه ليست البداية فالتجارة عبر الانترنت تتزايد بمقدار ضعفين أو ثلاثة إضعاف والخدمات وإزاء واقع حوالي 1000 مليون شخص في جميع أنحاء العالم أي حوالي 20% من سكان العالم سيتم ربطهم بواسطة الانترنت في غضون أقل من 15 سنة فإنه لا مفر تقريبا من أن تكون التجارة الإلكترونية أكثر الوسائل فاعلية للوصول إلي معظم المستهلكين في الاقتصاد العالمي.

وعلى الرغم من أنها تمثل حسب إحصائيات عام 2000 فقط حوالي 250000 مليون دولار من مشتريات الشركات عن طريق الانترنت اليوم فإنها ستصل بحلول 2004 أكثر من 700000 مليون دولار كما تشهد أيضا قدرا هائلا من الحركة فيما تبدأ الشركات جعل أقسام خدمات الزبائن لديها .

وقد بدأنا نرى أن تطور النشاطات تجارة التجزئة على الانترنت بيع الكتب والسيارات والكثير من السلع والخدمات الأخرى ،كما نرى تطور الأعمال جديدة تقدم خدمات رقمية مثل نقل تسجيلات صوتية أو برامج إخبارية والذي يهمننا بالدرجة الأساس ويهم العالم كله أن لا تكون التجارة الإلكترونية مجرد عملية بيع وشراء عبر الويب إنما نتطلع إلي هذه التكنولوجيا القوية الجديدة لتغير كل وجه من أوجه النشاطات التي تقوم بها كثير والواقع أن جزءا من هذا يتحقق فعليا .

فتأثيرها بالنسبة للشركات التي تشمل القدرات المحتملة الكامنة للتجارة الإلكترونية ، بشكل كامل فإن هذا النوع من التجارة سيوفر لها إمكانية التغيير نحو الأفضل، تغييرات قادرة على أحداث تحول جذري في مجال توقعات العملاء ، بحيث يصبح من المستحيل على أية شركة تتجاهل التقنيات الجديدة التكيف والبقاء في عالم متغير على الدوام وفي ظل حاله من التغيير والتحول عبر أي توقعات<sup>1</sup>.

حيث تأثر هذه التجارة على الدول المتقدمة ، فتعتبر الولايات المتحدة ، اليابان وأوروبا هذه الفائدة لهذه التجارة في مفهومها وتحقيقها فهي تتطور بسرعة خاصة مع ازدياد الاستثمارات

<sup>1</sup> أسعد غالب ياسين وبشير عباس العلق: التجارة الإلكترونية، دار المنهج للنشر والتوزيع، الأردن، ص ص 132- 134.

المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات وبعد إتاحة الانترنت للعوام بعد أن قاصرا على هيئة حكومية واحدة فقط حيث ستحاول الشركات استغلال كل إمكانياتها في التجارة الإلكترونية مما سيؤدي بدوره إلي تقدم العمليات التجارية على مجتمعات العالم بصورة سريعة تفوق كل توقعات العملاء والمستهلكين<sup>1</sup>.

وعلى حدا سواء فإن أعضاء المجتمع سوف يكون ظاهريين بصورة جيدة لشراء السلع بصورة كبيره تستبعد القيود الجغرافية والزمنية فالتجارة الإلكترونية لها تأثير على :

- ✓ التسويق، المبيعات ، ترويج المبيعات.
- ✓ خدمات ما قبل البيع.
- ✓ التمويل، التامين.
- ✓ المعاملات التجارية والطلب التوزيع الدفع.
- ✓ خدمة وصيانة المنتج.
- ✓ استخدام الخدمات العامة والخاصة النقل<sup>2</sup>.

وطبقا لهذا النموذج، فإن التجارة الإلكترونية وقع كبير على هذه الفئات الأربعة الرئيسية وستحاول تسليط الضوء على تأثير التجارة الإلكترونية على كل فئة من هذه الفئات:

التسويق والمبيعات: للتجارة الإلكترونية وقع كبير ومؤثر في مجالات التالية:

- ✓ دعم و تفعيل قنوات المبيعات عبر الشبكات وبضمها المواقع الشبكية والأسواق الإلكترونية .
- ✓ تسريع عملية الوصول بالوقت الحقيقي لمعلومات عن عميل وعن كاتولوجات المنتج التسعير الديناميكي وتوفر المخزون وإدخال الطلبيات .
- ✓ تفعيل وتعزيز كفاءة تشكيل المنتجات عبر الشبكات.
- ✓ توسيع نطاق التسويق الموجه للعميل.
- ✓ تسريع عملي للوصول المبرمج حسب رغبة العميل.
- ✓ ضمان مستوى عالي من التغذية العكسية من السوق في الوقت الحقيقي.

خدمات ما بعد البيع: يتلخص تأثير التجارة الإلكترونية في هذا المجال بالاتي :

- ✓ دعم مباشر عبر شبكة لممثلي خدمة العميل من خلال الاستجابة عبر البريد الإلكتروني والمخاطبة والوسائل الإلكترونية الأخرى.
- ✓ خدمة العملاء ذاتيا عبر الشبكة بكافة الوسائل المتاحة وفي الوقت الحقيقي.

<sup>1</sup>ناصر خليل: التجارة والتسويق الإلكترونية،مرجع سبق ذكره ،ص 38.

<sup>2</sup>محمد بن بوزيان عائشة بلحشر :التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ،مرجع سبق ذكره.

✓ الوصول في الوقت الحقيقي لكافة المعلومات من العملاء وتحديث ملفاتهم وإدارة خدمة التسويق الداخلي.

و يتجلى تأثير التجارة الإلكترونية في الآتي :

✓ تفويض المزيد من الصلاحيات للعاملين.

✓ تأمين أعلى مستويات التدريب والتأهيل للعاملين و ذلك لتحفيزهم للعمل والإبداع .

✓ إعادة هيكلة الموارد البشرية بشكل عام.

✓ استخدام نظم المعلومات الإدارية والشبكية في التواصل مع العاملين<sup>1</sup>.

✍ تسويق العلاقة: تؤثر التجارة الإلكترونية بتسويق العلاقات في الاتجاهات التالية :

✓ تفعيل النشاطات المتكاملة في الوقت الحقيقي في مجالات الجدولة والشحن وإدارة

مستودعات وإدارة الطلب والتخطيط والجدولة المتقدمة عبر شبكة ومورديها وعمالها

على اختلاف أنواعها

✓ إمكانية السيطرة على علاقات الشركة بالمجتمع الخارجي بما في ذلك الشركات المنافسة

وذلك من خلال شبكات الاكسترنانت.

✓ تسريع عمليات توفير المعلومات في الوقت الحقيقي لكافة الجهات المعنية بأي وفاء

بالعود والالتزام بها مثل عمليات توفير معلومات وبيانات للقوي البيعة.

✓ إحداث ثورة حقيقية في العلاقات مع العملاء ،وفق مفهوم التوجه بالعميل واعتبار العامل

جزء لا يتجزأ من الرأسمال الشركة ، والعمل على تلبية احتياجاتهم ورغباتهم بالشكل

الأمثل .

كما توجد بعض مؤثرات التجارة الإلكترونية على عدد من نشاطات الأعمال مثلا التطور

التعاوني للمنتج ، التعاملات بين منشآت الأعمال ، النقل والإمدادات، حل النزاعات ، المحاسبة<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق :التجارة الإلكترونية،مرجع سبق ذكره ،ص 229.

<sup>2</sup>سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق: مرجع نفسه،ص 135 .

### المطلب الثالث : مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

#### أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تتناول مميزات التجارة الإلكترونية، وأهمية اللجوء إليها واعتمادها نمطاً رئيسياً للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ويمكننا بإيجاز عرض أبرز مميزات تلك التي تهتمنا أكثر والمستوحات أكثر من خلاصات الدراسات وتقارير والمشار إليها على نحو التالي :

#### 1. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة لمنظمة الأعمال:

- ✓ **الوصول العالمي:** حيث مكنت التجارة الإلكترونية من وصول شركات الأعمال إلى الأسواق العالمية، وبتكلفة قليلة تمكن الشركات من أيجاد المزيد من الزبائن والموردين والشركاء التجاريين في أي مكان في هذا العالم.
- ✓ **تخفيض تكاليف الأعمال:** يؤدي استخدام التجارة الإلكترونية إلى تقليل تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات المخزنة في وثائق رقمية.
- ✓ **تحسين إنتاجية:** ساعدت التجارة الإلكترونية في التخلص من العديد من العيوب التي كانت تواجه الشركات نتيجة الحاجة إلى عمليات تخزين لمواجهة المشاكل المرتبطة بآخر التوريدات فمن مزاياها توفر إمكانية هائلة للتنسيق بين مختلف الأطراف المشاركة.
- ✓ **العمل على مدار الساعة:** من مزايا التجارة الإلكترونية أصبح بإمكان الشركات الأعمال العمل، من خلال المواقع العمل على مدار الساعة، وطيلة الأيام الأسبوع.
- ✓ **تفصيل المنتج أو الخدمة حسب رغبة كل زبون:** ساعدت التجارة الإلكترونية الشركات في إنتاج المنتجات وتوفير الخدمات وفقاً للمواصفات التي يحددها الزبون نفسه وبتكلفه بسيطة و مما يوفر لها ميزة تنافسية هامة<sup>1</sup>
- ✓ **تطوير الأداء التجاري الخدمي:** فالتجارة الإلكترونية بما تتطلب من بنية تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقيه وإدارة علاقات اتصال بالأخرى تتم الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري.

<sup>1</sup> منتديات طلاب جامعة القدس المفتوحة: أسس التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص12.

كما أن نمو التجارة يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة ومحسنة لاستخدام الشبكات الإلكترونية ، كما أن كل مزايا التجارة الإلكترونية يمكن تلخيصها في جملة واحدة ( يمكن للتجارة الإلكترونية زيادة المبيعات وخفض التكلفة) والإعلان الجيد على مواقع ويب ، يمكن حتى أن يأتي برسالة ترويج لمنشأة صغيرة إلي عملاء محتملين في كل بلاد العالم ، فالموقع يعتمد على خلق مجتمعات واقعية تصبح أسواقا نموذجية مستهدفة لأنواع المنتجات والخدمات<sup>1</sup>.

من مزاياها توفر للمشتريين طريقه سهلة لتحديد ما يناسبهم من مستوي الأفضل في المعلومات التي يحصلون عليها عن شراءهم المتوقع ، وذلك ما يقلل على المشتري عبئ الانتظار والتمتع بمشترياته ، كذلك تمتد مزاياها إلي الرخاء العام للمجتمع ، فالمدفوعات الإلكترونية للمستوردين الضريبية والتقاعد العام والمساعدات الاجتماعية تكلف أقل في إصدارها ووصولها بأمان عند دفعها عبر الانترنت ، هذه الحماية ضد الخسائر الغش والسرقة وإلي درجة التي تمكن بها التجارة الناس للعمل في منازلهم فكلنا نستفيد من انخفاض المرور والتلوث.

يمكن أن تجعل المنتجات والخدمات متاحة في المناطق البعيدة مثل ، التعلم عن بعد يجعل من الممكن تحقيقه للناس لتعلم المهارات والحصول على الدرجات بصرف النظر عن أين يعيشون أو أي ساعات كانت الدراسة فيها متاحة<sup>2</sup>.

أهم ما يميز أنشطة التجارة الإلكترونية ، هو انخفاض التكلفة مقارنة بأنشطة التجارة التقليدية، إلي حد كبير حيث لا تحتاج إلي متاجر أو معارض أو مجتمعات تسويق إذا يكفي وضع موقع على الويب.

✓ **توافر سجل الكتروني لأنشطة الشركة:** وجود سجل لكل عمليات الشركة من بيع والشراء وأسماء العملاء على نحو دقيقة لا يحتمل الخطأ ذلك لأنه يعتمد على تقنية التسجيل بالكمبيوتر مما يوفر تكلفة الوقت مع العالم اجمع وبسرعة مما ينتج عنها التعامل مع جميع أفراد العالم بعد أن حولته تقنيات الاتصال المتقدمة إلي مجرد قرية صغيرة الوصول إليها سهل ومن ذلك أصبحت متابعة لأسواق والأسعار العالمية سهلة وسريعة وتساعد على رواج ونجاح التجارة .

✓ **فعالية اكبر في التسويق:** فمن خلال هذه العملية تستطيع الشركة تحقيق تسويق أفضل لمنتجاتها ، وبأكثر فعالية كما أن للشركة إمكانية التعرف على منافسيها من خلال

<sup>1</sup>ناصر خليل:التجارة والتسويق الإلكتروني، مرجع سبق ذكره ،ص54.

<sup>2</sup>طارق عبد العال حماد: التجارة الإلكترونية،مرجع سبق ذكره،ص28 ص29.

منتجاتهم وأسعار الشركة المنافسة مما يتيح لها دراسة السوق ووضع أسعار أكثر تنافسية<sup>1</sup>.

التجارة الإلكترونية تزيل قيود المسافات والموقع الجغرافي كما تعمل بصفة أساسية على تحسين العالم لمستوي حياة المؤسسة.

كما تعدت مزايا التجارة الإلكترونية إلي الزبائن والمجتمع ونوجزها فيما يلي :

### أ- بالنسبة للزبائن:

- ✓ توفير المنتجات والخدمات في جميع الأماكن وفي أي الأوقات.
- ✓ وجود منتجات وخدمات أكثر شيوعا وتنوعا وبأقل الأسعار.
- ✓ التوريد الفوري أي توصيل ، يمكن توصيل المنتجات والخدمات الرقمية بشكل فوري إلي المستهلك.
- ✓ توفير المعلومات إذا يمكن له في خلال ثوان إيجاد معلومات تفصيليه عن منتجات والخدمات التي ترغب في شراءها.
- ✓ المشاركة في المزادات لأن التجارة الإلكترونية تتيح للمستهلك إمكانية الاشتراك في المزادات من كل الطرفين، البائع الذي يرغب في بيع والمشتري الذي يقوم بعملية البحث لشراء.
- ✓ خلق مجتمعات الكترونية من خلال التفاعل الزبائن مع بعضهم البعض مكونه بذلك ما يشبه المجتمع الافتراضي.

### ب- بالنسبة للمجتمع:

- ✓ العمل عن بعد: بفضل هذه العملية أصبح بإمكان العديد من أفراد المجتمع القيام بأداء أعمالهم من منازلهم، دون الحاجة إلي التنقل.
- ✓ تحسين معايير مستوي المعيشة: وذلك بسبب إتاحة أسعار السلع في متناول الجميع.
- ✓ توفر فرص العمل : مثل التعليم عن بعد، فهذه التقنية حفزت العديد لتعلم مهن جديدة أو الحصول على شهادات جامعية.
- ✓ تحسين الخدمات العامة للمواطنين: كالرعاية الصحية والتعليم وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية، حيث يمكن تقديم الخدمات للمواطنين بتكلفه اقل من تحسين نوعية الخدمات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد تقوررت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص68

في ضوء ما تقدم يمكن القول أن من أبرز مزايا التجارة الإلكترونية أنها أساسا موجهة لمعلوماتية وموجهة بالعميل في الوقت نفسه حيث تستطيع أن تجمع وتدير وتحلل وتوزع المعلومات حول عملائها وشركاء أعمالها ، والمنافسين، الأمر الذي يمكنها من المحافظة على قدرتها التنافسية وتحسن خدمة العملاء وربحية السلع وخدمات التي تعرضها على الشبكة<sup>2</sup>.

### ثانيا : عيوب التجارة الإلكترونية

- ✓ كما أن للتجارة الإلكترونية مزايا ففي طور مزاياها ظهرت عدة عيوب وتنوعت ومنها :
- ✓ وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة ومتعددة الجنسيات على أعمال وتجارة بعض الشركات والأفراد تحت ذريعة الأسباب الأمنية، يتم الحصول على أسرار الصفقات التجارية وتميرها على العملاء المنافسين.
- ✓ عمليات النصب والاحتيال التي يتم مزاولتها تحت أسماء معروفة وذلك بقصد الابتزاز والحصول على المال من اقصر الطرق
- ✓ عدم وجود أنظمة القوانين الملزمة لكافة دول العالم، وان وجدت في بعض الدول فهي تختلف في طريق نشرها فيما بينها، بالتالي لا تصلح إلا في حدود البلد المشروع علما أن هذا النوع من التجارة يتعدى الحدود والأقاليم الجغرافية، اختلاف الأنظمة والقوانين الدولية في القبول أو عدم القبول في المعاملات التي تجري في شبكات الاتصال.
- ✓ عدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصال والمعلوماتية في جميع الدول مما يجعلها مقتصر أو حكرا لبعض الدول في العالم دون غيرها<sup>3</sup>.

كما هناك عيوباً تمتاز بها التجارة الإلكترونية في الدول النامية وذلك من خلال :

- ✓ عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية والافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية.
- ✓ عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية والوصول بشبكة الانترنت أو ارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة.
- ✓ الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة.
- ✓ عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوي المحلي.
- ✓ نقص المبادرة الفردية.

<sup>1</sup>مبنى طلاب جامعة القدس المفتوحة:أسس التجارة الإلكترونية،مرجع سبق،ذكره [www.stqou.com](http://www.stqou.com).

<sup>2</sup>سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق: التجارة الإلكترونية ، مرجع سبق،ذكره ،ص154.

<sup>3</sup>نعيم فهمي:التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة،مرجع سبق ذكره.

- ✓ الافتقار إلي النظم الدفع يمكن في دورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجري على شبكة
- ✓ المقاومة الثقافية للتجارة الالكترونية على شبكة الانترنت<sup>1</sup>.
- ✓ سهولة إنشاء إسرار العملاء والبنوك والشركات إلي المنافسين من خلال اختراق شبكة الانترنت.
- ✓ مشاكل الأمن، والتي تعتبر من أهم عيوب التجارة في الجوانب الأمنية التي من بينها احتمالات حدوث عمليات النصب، والاحتيال بسبب صعوبة التحقق من شخصية المتعاملين مع إمكانية القيام القرصنة الكمبيوتر، اختراق مواقع التجارة الالكترونية.
- ✓ إمكانية تعطل مواقع التجارة الالكترونية وعجز القوانين الحالية عن ملاحقة القرصنة.
- ✓ زيادة مستوي البطالة على مستوي أو الصعيد العالي بسبب الاستغناء الكبير عن العمالة البشرية
- ✓ عدم تمكن المستهلك من رؤية السلعة رؤى العين قبل شراءها، كذلك تجربة السلع غير متاحة عبر الانترنت بالإضافة إلي أنه من الممكن شراء سلع غير مصرح بها<sup>2</sup>.

كما توجد عيوب أخرى المتعلقة بالتجارة الالكترونية:

- ✓ تتميز التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية في أن واحد الأولى تتم بوسائل الكترونية، حديثة عبر شبكة المعلوماتية العالمية وسرعة فائقة، بحيث تتم عملية البيع والشراء خلال دقائق ودون رقابة فعالة، بينما التجارة التقليدية تعتمد على العقود والأوراق والمستندات، وبالتالي يمكن رقابتها والتحكم فيها وبالتالي فرص الغش في التجارة العادية أقل من التجارة الالكترونية وكذا استخدام الانترنت في الغش ببيع البضائع المقلدة.
- ✓ عدم وجود حق الرجوع بأن تدرج الشركة في موقعها الالكتروني، فتشترط على العميل الموافقة على شروط البيع قبل إتمام عملية البيع والشراء ومن بين تلك الشروط نجد عدم وجود حق الرجوع<sup>3</sup>
- ✓ هناك من يصف عيوب التجارة الالكترونية في صيغة مخاطر أو مشاكل ونري منها :
- ✓ الحواجز القانونية: عدم وجود قوانين واللوائح المنظمة للتجارة في الدولة وعدم ملائمتها لممارسة التجارة الالكترونية

<sup>1</sup> الموسوعة الحرة ويكيبيديا : مقال حول التجارة الالكترونية ، يناير 2009.

<sup>2</sup> محمد تقرورت: واقع واقاق التجارة الالكترونية، مرجع سبقه ذكره، ص71.

<sup>3</sup> محمد تقرورت : مرجع نفسه، ص72.

- ✓ الحواجز التقنية: ضعف الهيكلية للاتصالات في الدولة وعدم مواكبتها لمتطلبات وتقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج سوف يجد من امن الشبكة ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية وبالتالي الفشل في إقامة التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.
- ✓ الحواجز الاقتصادية: عدم اكتمال المعلومات المتعلقة بالتجارة على مستوى المؤسسة، نقص خبرة المؤسسة في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق، عدم وجود مطابقة جودة المنتجات للمواصفات العالمية، الرهبة والخوف من الولوج في مجال التجارة الإلكترونية، عدم استيعاب مدي التأخر الذي يمكن أن يلحق المؤسسة عند تخلفها عن مسايرة التطور التقني السائد في التجارة ، عدم مراعاة متطلبات الأمان للعمليات التجارية للمؤسسة عبر الانترنت، عدم الحظر للمشاكل الخارجية التي لا تعود للمؤسسة ويكمن أن تصادفها في مجال التجارة الإلكترونية مثل مخالفة البضاعة للمواصفات ، رفع الأسعار عن المتفق عليه وتدخل وسطاء غير أمناء.
- ✓ الحواجز الثقافية : الاستهلاك الافتراضي أو التسويق الإلكتروني غير منغرس في عادات المجتمع ، فالمستهلك من طبعه يرغب في معاينة البضائع أو الخدمات عن قرب وخروجه إلي التسوق يعد بمثابة نزه له، ضيف إلي ذلك تخوفهم من استلام منتجات غير مطابقة لطالباتهم، وعدم الاستلام الكلي فثقافة الاستهلاك عن بعد لم تتضح لدي المستهلك في مجتمعاتنا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> إبراهيم بختي :التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق، ديوان المطبوعات، 2005ص57.

<sup>2</sup> إبراهيم بختي : مرجع نفسه ،ص58.

## المبحث الثاني : مستويات التجارة الالكترونية

### المطلب الأول: مستويات التجارة الالكترونية

تلعب درجة تنفيذ أنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دورا بارزا بتعدد مستويات التجارة الالكترونية وكذلك طبقا لدرجة أنشطة وتراوح في الأداء بين مستويات المختلفة فهناك:

#### أولا : التجارة الالكترونية ذات المستوي البسيط.

يشمل هذا النوع من التجارة الالكترونية الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع بما فيها خدمات ما قبل البيع وتتضمن التجارة الالكترونية ذات المستوي البسيط عملية التوزيع الالكتروني للسلع وخدمات وخصوصا غير المادية منها، إضافة إلى تحويلات البسيطة للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الالكتروني<sup>1</sup>

حيث يعتبر هذا النوع ذات درجة متقدمه من التبادلات التجارية وخصوصا عند تطبيقه في الدول النامية، التي تقر إلى حد ما إلى تقييم خدمات ما بعد البيع ولذلك يعتبر هذا النمط كبير لمؤسسات الأعمال في تلك الدول، أما بالنسبة للدول المتقدمة فهذا يصفها في مستوي اكبر للبحث عن وسائل جديدة لزيادة لدرجة ونوعية الخدمات المطلوبة ومنها يتضمن هذا النوع عملية التوزيع الالكترونية للسلع والخدمات<sup>2</sup>

#### ثانيا : التجارة الالكترونية ذات المستوي المتقدم.

هذا النوع من التجارة الالكترونية يعتمد على عمليات إجراء الدفع التي تتم عبر الانترنت ويحتاج هذا النوع من المستوي إلى نوعية كبيرة من قبل المتعاملين وتكون عملية الدفع في هذا المستوي بحاجة إلى الحيلة والحذر عند التعامل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> CHAKAR: التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> احمد الكردي: مقال حول عناصر وخصائص التجارة الالكترونية، 2011.

<sup>3</sup> الموسوعه الحرة ويكيبيديا: التجارة الالكترونية مرجع سبق ذكره.

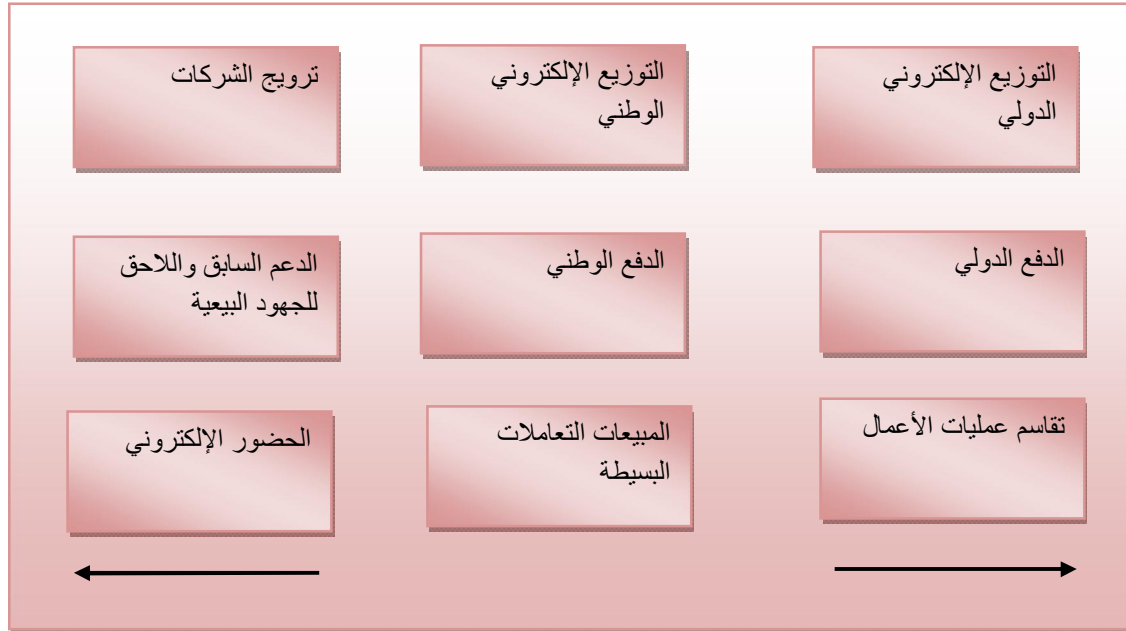
## الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

كما يركز هذا النوع على نفس عمليات إجراءات الدفع والتي تعتبر عمليا ذات مستوي يحتاج إلى نوعية عمليات الدفع<sup>1</sup>.

أما ما قاله السيد احمد الكردي: أن هذا النوع من المستويات والذي يعتبر متقدما إذا مقرنا ه مع المستويات البسيطة التي تحتوي في مضمونها على الترويج والخدمات قبل وبعد البيع، والتحويلات البسيطة، يأتي هذا النوع ليركز في مضمونه على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الانترنت، ذات مستوي يحتاج إلى نوعية كبيرة من قبل المتعاملين، هذا وتعتبر عمليات الدفع على كافة المستويات أن كانت على المستوي المحلي أو المستوي الوطني أو الدفع على المستوي الدولي، تعتبر بمجملها مستويات ذات متقدم بحاجة إلى اخذ الحيطة عند التعامل مع كل مستوي<sup>2</sup>.

في الواقع التجارة الالكترونية تعتمد على مستويات تتراوح ما بين الحضور البسيط على الشبكة إلى الدعم الالكتروني للعمليات ذات الملكية المشتركة (التقاسمية) التي تفرزها شركتان أو أكثر والشكل التالي يوضح مستويات المختلفة للتجارة الالكترونية.

### الشكل 2: المستويات المختلفة للتجارة الإلكترونية



**المصدر :** رباي أمينة : رسالة ماجستير التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في بلدان العربية، 2004، ص30 .

<sup>1</sup> CHAKAR: مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> احمد الكردي: عناصر وخصائص التجارة الالكترونية ،، مرجع سبقه ذكره.

يؤكد الشكل رقم (2) على ضرورة التمييز بين التعاملات الوطنية والتعاملات الدولية والواقع أن مصادر هذا التمييز ليست فنية حيث سبق التأكيد على أن التجارة الإلكترونية هي بالأصل مفهوم عالمي، فالتجارة الإلكترونية تعتبر أكثر تعقيدا على المستوى الدولي مقارنة بالمستوى الوطني، وذلك بسبب عوامل كثيرة مثل الضرائب وقوانين التعاقد ومدفوعات الرسوم الجمركية والاختلافات في الممارسات المصرفية.

ومن الملاحظ أن المستويات الأدنى للتجارة الإلكترونية تختص بمسائل مثل الحضور الإلكتروني على الشبكة وتيرة تشجع الشركة والدعم السابق والأحق للجهود البيعة ومن خلال استخدام التقنيات الجاهزة، تصبح عملية تنفيذ هذه المستويات سهلة وبسيطة، ورخيصة، وهو ما تشهد عليه الآلاف من الشركات الصغيرة التي تستخدم مثل هذه التقنيات .

وبالضد من ذلك تطرح الإشكال المتقدمة من التجارة الإلكترونية مشاكل معقدة قانونية ، ثقافية وتكنولوجية معا ، فعلى هذه المستويات لا توجد حلول جاهزة ولهذا السبب تضطر الشركات إلي تطوير نظم خاصة بها.

ولهذه الاعتبارات بذات فإن الشركات الكبيرة والغنية هي الأقدر اليوم على تبني مثل هذه التقنيات المتطورة وهي رائدة في هذا المجال، إلا أن هذا الفرق سيزول تدريجيا وسيصبح بإمكان العديد من الشركات العمل وفق هذه المستويات حيث من المؤمل أن تتحول تقنيات القلة إلي التقنيات جاهزة في متناول الجميع كما هو الحال بالنسبة في المستوى الأدنى<sup>1</sup> .

<sup>1</sup>سعد غالب ياسين بشير عباس العلاق: التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص ص143-144.

### المطلب الثاني: أهداف وأهمية التجارة الإلكترونية:

#### أولا: أهداف التجارة الإلكترونية .

تتعدد الأهداف العامة للتجارة الإلكترونية ومن أهمها :

- ☞ تغطية كافة النشاطات التجارية التقليدية من عمليات تبادل وثائق وعقد الصفقات وتحويل أموال والدعائية والإعلان والبيع والشراء .
- ☞ التسويق عبر الشبكة الانترنت يقتصد في الوقت .
- ☞ الاقتصاد في المال .
- ☞ دعم الاقتصاد الوطني خاصة في مجال الاستيراد والتصدير وذلك لإتاحتها أسواق لا متناهية .
- ☞ أن خدمة التجارة الإلكترونية تحقق مبدأ ديمقراطية إيجاد الأسواق (أسواق الجميع) أي تلغي دور الوسطاء<sup>1</sup> ..

#### ثانيا : أهمية التجارة الإلكترونية .

تتيح التجارة الإلكترونية كثير من الأهمية خاصة بالنسبة لحجم المعاملات الإلكترونية في دول العالم ، وهذا ما يشير إلي أهميتها على مختلف المستويات سواء كان مستوى القومي أو الفردي أو قطاعات الأعمال والشركات .

تعتبر التجارة الإلكترونية أداة زيادة للقدرة التنافسية إذا تعمل على توفير أدوات ووسائل تضيف إلي القدرات التنافسية للمنتجات التي تساعد على تحقيق زيادات الصادرات وهذا من خلال سهولة الوصول إلي مراكز الاستهلاك الرئيسية .

التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة حيث تساعد على قيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأدائها على أكمل وجه ، حيث كانت تعاني من غياب الموارد الاقتصادية التي تؤهلها إلي الوصول إلي الأسواق العالمية وذلك من خلال قدرتها على المشاركة في حركة السوق<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>محمد تفرورت:واقع وأفاق التجارة الإلكترونية مرجع سبق ذكره ،ص60.

<sup>2</sup>إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوري: التجارة الإلكترونية ،،دراسة تطبيقية على علم المكتبات،،2010،ص39

كما أنها أداة لتوفير فرص جديدة للعمل أي أنها احدي أدوات الاقتصاد الرقمي الجديد، التي ساعدت على انتشار السريع على المستويات كافة في أنحاء العالم دون أي عقبات جغرافية ضد المعاملات التجارية .

في حين تعمل على تقديم خدمات والمنتجات على المستويين القومي والعالمي دون الحاجة إلي انتقال مما يفتح المجال للانطلاق في العمل .

أنها تزيد من درجة الشفافية وتحسين الخدمات الحكومية فهذه التقنية أداة إلي أحداث نظم حكومية جديدة ،تستند إلي تبني تقنيات المعلومات والاتصالات ونظم إدارة المعرفة، وقد عمل ذلك على تنافس الحكومة على المستوى العالمي لتحسين الخدمات وتبسيط الإجراءات وتسهيل المعاملات بين الحكومات وفئات المجتمع.

كما أنها أداة لتعظيم الاستفادة من الفرص المتاحة في السوق التكنولوجية المتقدمة، فاحتياج التجارة الإلكترونية إلي البنية التحتية لتكنولوجية من الشبكات وقواعد البيانات ، سيخلق مناخا مواتيا لدخول شركات جديدة في مجال التكنولوجيا المتطورة.

أما عن أهميتها بالنسبة للإفراد فهي تعمل على تحسين جودة العمل باستخدام أساليب أكثر كفاءة وسرعة ،كما أنها توفر الكثير من الفرص للموردين والمستهلكين في عالم الأعمال.

في حين أنها تساعد الشركات والمؤسسات الأعمال على المنافسة في المنتج أو الخدمة على المستوى العالمي ،مهما كان حجم هذه الشركة أو المؤسسة

فهذا التطور التكنولوجي يجعل الشركة ذات جودة عالية ، ومن ثم زيادة مزايا التنافسية ، فإتساع التجارة الإلكترونية أدى إلى حدوث تغييرات هيكلية بالنسبة للمؤسسة مثل تغيير في نمط المؤسسة أو استراتيجياتها أو تغيير تكاليف إنتاج السلعة أو الخدمة<sup>1</sup> .

تعد وسيلة متميزة وغير مسبوقه للأسواق العالمية في وقت واحد وبأقل النفقات ح،حيث

تساعد على الوصول إلي الأسواق البعيدة والمتنوعة ومتعددة الخدمات

تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني

تؤدي إلي تبادل المنافع ما بين المتعاملين من البائعين والمشتريين

تتميز بتدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة، ودقيقة

<sup>1</sup> إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري: التجارة الإلكترونية،دراسة تطبيقه لعمل المكتبات، ، مرجع سبق ذكره ص ص33. 32

كـ تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخر في إصدار القرارات الإدارية ومنع الأخطاء وتخفيض التكاليف .

كـ تغيير صورة الشركات وتحولها إلى ضخمة تعاني من تعقد الهياكل التنظيمية وكبر عدد العاملين بها إلى شركة صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين ، كما يكون هذا العدد القليل على مستويات معرفية ومهارات عالية في عصر التجارة الإلكترونية<sup>1</sup> .

ومن هذه النقاط نري أن التجارة الإلكترونية وفق للمفهوم والآليات أنفة الذكر تستهدف في المقام الأول إلى تعظيم حجم التعاملات التجارية على مختلف المستويات من خلال خلق اتصال مباشر بين المجتمع المحلي والإقليمي والدولي وهنا تظهر الأهمية الكبيرة لها من خلال خلق دور مهما في تحسين عملية اتخاذ القرار ، لأنها أساسا موجهة بالمعلوماتية وبالعملاء ، لا تتخذ أي قرار إلا في ضوء معلومات دقيقة تنسم بدرجة عالية من المصدقية من اجل بلوغ هذه الأهمية<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> محمد تفرورت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص61.

<sup>2</sup> سعد غالب ياسين و بشير عباس العلق: التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص157ص158.

### المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية

تظهر دراسة أن التجارة الإلكترونية عبر العالم في تفاوت مستمر خاصة بين الدول المتقدمة والعالم الثالث، فعملية التحول من التجارة تقليدية إلى تجارة إلكترونية يمثل تحديا كبير لبلدان العالم خاصة الثالث، ومختلف مؤسسات لدخولها عصر المعلوماتية ومن أهم هذه التحديات:

#### أولا : ضرورة توفير البنية التحتية.

بدون البنية التحتية التحتية فميلاد وإنماء التجارة الإلكترونية مرتبط بتقنية المعلومات بوجودها وتوفير البنية التحتية كافية لتلبية احتياجات التجارة الإلكترونية، مثل توفير جهاز كمبيوتر وروابطه، شبكات الاتصال، وسائل الدفع المتطورة.

ومن ناحية أخرى يجب على البلدان رفع التحدي وتبني استخدام شبكات الاتصالات والمعلومات وكذا قاعدة التجارة الإلكترونية بوصفها كذلك أكبر سوق عالمي يضع المؤسسات باختلاف بلدانها على قدم المساواة.

من جانب المنافسة العالمية حتى في السوق المحلي فإن التجارة الإلكترونية فتحت أبواب لأداء الأعمال وتخطي الحدود الزمنية والإقليمية التي كانت عائق بين الأسواق، وبالتالي تحول المنافسة إلى مستوى عالمي، مع توفر البيئة الملائمة لازدهارها.

ضرورة توفر البيئة الملائمة، يرتبط نمو التجارة الإلكترونية (بالبيئة التشريعية، القانونية المالية) لأساليب الدفع الإلكتروني، وتوافر الموارد البشرية المؤهلة القادرة على العمل في مجالات التجارة الإلكترونية المتخصصة.

مدى توفر المعرفة والتقنية و الجدية اللازمة لافتقار إلى المعرفة والخبرة التقنية داخل المؤسسة يمثل العقبات التي تواجهها الشركات خصوصا في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في البلدان النامية التي تحاول رفع التحدي في تنمية قدراتها في مجال التجارة الإلكترونية<sup>1</sup> كما هناك تحديات تواجه التجارة الإلكترونية

<sup>1</sup> محمد بوزيان وعائشة بلحرش : التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات، مرجع سبق ذكره، ص ص 8-9.

### ثانيا : التحديات المالية.

أي كيفية تحصيل الرسوم والضرائب على هذه المبادلات الالكترونية ، فمن الطبيعي أن تدفع هذه التجارة ضرائبها إلي البلد المنشأ والاستهلاك بحيث تنتفع الدولتين، ومن الضروري أن تنظم الدول فيما بينهما الموضوع الضريبي

### ثالثا : تحديات قانونية.

وهي الحماية القانونية ضد الشركة ، فمن الضروري أن تساهم التجارة الالكترونية في تعزيز الإبداع والابتكار فيجب أن تتطور القوانين على الصعيدين الدولي لنشر وتنظيم هذه التجارة حفاظا على حقوق المنتج والمستهلك.

### رابعا : التحديات الفنية.

وهي ضرورة انسجام والتأقلم مع التطور التكنولوجي ، جنب إلي جنب لضمان سرية بعض المعلومات المنقولة عبر الانترنت خصوصا المتعلقة بعملية الدفع والقبض<sup>1</sup>.

### خامسا : التحديات المتعلقة بتطبيقات الأعمال .

أن طبيعة التجارة البيع ، والشراء من خلال الشبكة تختلف كثير من حيث إجراءات الصفقات عن طريق التجارة التقليدية، إذا تتم الصفقات بين أطراف غير معروفين وقد تكون البيانات التي يعرضها كل من المورد والمستهلك من خلال الموقع الخاص بهم على الشبكة مضللة أو غير حقيقية وذلك بطبيعة الحال قد يؤدي إلي بعض التحديات، التي تواجه التجارة الالكترونية كل إمكانية تعرض المستهلك لوقوع خسائر أو غش ،عدم ملائمة السلعة و الخدمة لمتطلباته أو حصوله على نتائج غير مرضية فهذا النوع من التحدي، في حين أن مختلف التحديات المتعلقة بتكامل العمليات لما تفرض على التجارة الالكترونية من استخدام الأساليب الالكترونية في المعاملات التجارية التي حلت ملح الشكل التقليدي الورقي المعتاد في توثيق المعاملات التجارية أصبح لا يوجد إجراءات رقابية فعالة وهذا اكبر تحدي فكل هذا يدخل ضمن تحديات المتعلقة بالأمن والخصوصية وحماية المعلومات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>زكريا احمد غرام:مبادئ التسويق الحديثة النظرية والتطبيق، دار النشر ، طبعة 2008،ص437.

<sup>2</sup>إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري : التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية للمكتبات ،مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50

في غضون عيوب التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها ، تبرز لنا أهم الحلول التي من شأنها التحقق من التحديات الموجه لها من خلال :

- ✍ يتعين على الحكومات استحداث طرق لمراقبة التجارة الإلكترونية والنقود الإلكترونية
  - ✍ يتعين على الدول العمل على تبادل المعلومات بينهما على وجه يسمح بمراقبة والمتابعة لكل الأعمال التجارية الإلكترونية
  - ✍ بالنسبة لقضية الأمن يجب أن تكون البنية الأساسية للمعلوماتية آمنة و موثوقا بها ، فيجب أن تكون شبكات الاتصالات آمنة ووسيلة فعالة لحماية نظم المعلومات الملحقة بهذه الشبكات
  - ✍ توفير التدريب الجيد لمستخدمي الانترنت وخاصة تقنية حماية البيانات.
  - ✍ بالنسبة لتحديات القانونية ، يجب توفر قواعد قانونية تكفل موثوقية وفعالية التجارة الإلكترونية ، قواعد قانونية مواكبه مع عصر الإبداع التكنولوجي<sup>1</sup> .
- فمن خلال كل هذه النقاط تحاول التجارة الإلكترونية أن تكون في وسط عالمي ذات جودة سريعة وفق لمتطلبات عصر التكنولوجيا المعلوماتية .

<sup>1</sup> محمد تقوررت : واقع وأفاق التجارة الإلكترونية ،مرجع سبق ذكره ،ص106.

### المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية:

يمثل البنك الإلكتروني دورا هاما في إجراءات المعاملات التجارية الإلكترونية باعتبارها الوساطة المالية الأساسية بين مختلف أطراف التعامل، باعتباره يعتمد على وسائل الاتصال الحديثة ومختلف الوسائل التقنية في تنفيذ وإدارة نشاطاته عن طريق شبكات معلوماتية أبرزها الانترنت وعلية يظهر مفهوم البنك الإلكتروني

#### المطلب الأول: أهمية البنوك الإلكترونية

يرجع استعمال هذا المصطلح إلي عام 1995 الذي شهد ظهور أول بنك على الشبكة (نت بنك، netbank) ويستخدم هذا المصطلح البنوك الإلكترونية أو البنك الإلكتروني كتعبير متطور وشامل لمختلف المفاهيم مثل (الخدمات المالية عن بعد ،البنوك الإلكترونية عن بعد ، أو البنك المنزلي أو البنك عن الخط) أو الخدمات المالية الذاتية، وكل هذه التغيرات تتصل بقيام العملاء بإدارة الحسابات الخاصة وانجاز أعمالهم من أي مكان<sup>1</sup>.

فالبنك الإلكتروني هو مؤسسة مالية شبكية تؤدي خدماتها باستخدام الأساليب الإلكترونية والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، كما أنه نظام الذي يتيح للزبون الوصول إلي حساباته أو أية معلومات يريدونها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز حاسوب خاص به أو أي وسيلة أخرى<sup>2</sup>.

#### أولا : أهم أشكال البنوك الإلكترونية.

- ☞ **موقع المعلومات:** يعد احد المستويات للبنوك الإلكترونية ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه أو منتجاته وخدماته المصرفية
- ☞ **موقع الاتصالات:** حيث يسمح هذا النمط بالتبادل الاتصالي بين البنك وعملائه
- ☞ **موقع التبادلي:** يعد هذا النمط مهما جدا بالنسبة للبنك حيث يمارس البنك جميع أنشطته في بيئته الإلكترونية، بحيث يسمح للعميل والوصول إلي حساباته وإدارتها وإجراء كافة الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري: التجارة الإلكترونية، دراسة تطبيقية، مرجع سبق ذكره، ص64.

<sup>2</sup> محمد تقوروت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص112.

<sup>3</sup> إبراهيم عبد الخالق الدوري : مرجع سبق ذكره، ص64.

### ثانيا : دور البنوك في التجارة الالكترونية.

☞ أهم دور للبنوك تأسيس مواقع على شبكة الانترنت ،تمكن البائعين من عرض منتجاتهم من خلالها ويقوم المشترون بزيارتها.

☞ حماية العملاء أثناء ممارستهم لعمليات التجارة الالكترونية ضد مخاطر الاحتيال

☞ تسهيل التبادل التجاري الالكتروني بين الشركات وذلك خلال توفير المعلومات المتبادلة عن بضائع ومختلف الخدمات.

☞ مساعدة الشركات الصغيرة في تأسيس مواقع لها على شبكة الانترنت للمشاركة في التجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

كما أن عن طريق إتاحة البنك الالكتروني إتاحة إمكانية طلب الخدمة في أي مكان وتوفير الراحة بالنسبة للعميل ، مع تنفيذ العمليات السرية تامة وسرعة فائقة طوال ساعات اليوم.وخلال أيام الأسبوع<sup>2</sup>.

إن استخدام العملاء للصيرفة الالكترونية يحقق مزايا البنوك الالكترونية والتي تمثله في توفير الوقت والجهد، الأمر الذي يقتضي من البنوك تشجيع المزيد من المستخدمين على تبني تكنولوجيا الصيرفة الالكترونية لتحقيق المنفعة لهم<sup>3</sup>.

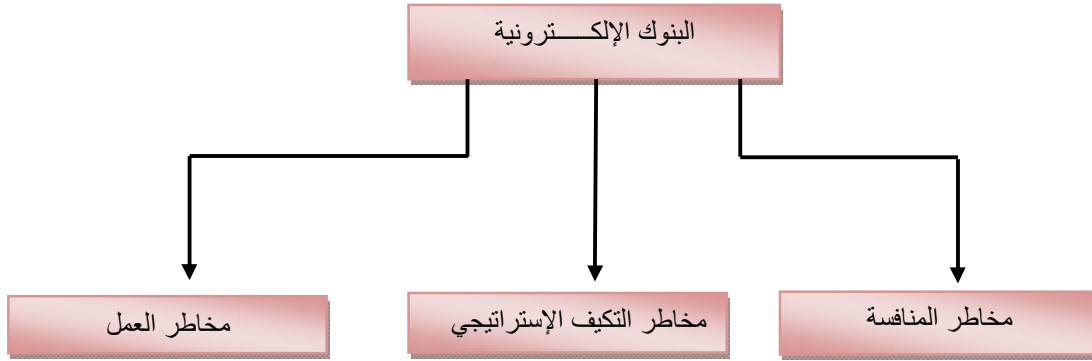
<sup>1</sup> إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري:مرجع سبق ذكره ،ص68.

<sup>2</sup> محمد تقوروت:مرجع سبق ذكره ،ص115.

<sup>3</sup> علي عبد الله شاهين : نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها ،دراسة تطبيقه غزو،،2009 ،ص6.

### ثالثاً : مخاطر البنوك الالكترونية.

شكل 3: مخاطر البنوك الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الشكل نلاحظ أن صورة المنافسة في الأعمال المصرفية يصعب التنبؤ بها أو حتى الاستجابة لها بطريقة مناسبة ولهذا يجب على البنوك التي دخلت مجال التجارة الالكترونية أن تكون على موعد لتقديم قروض أي طرحها مع استقبال ودائع في ظروف تنافسه جيدة، كما أن خطر التكيف الاستراتيجي الذي يعتبر حيز التفاوت بين الأعمال المصرفية الالكترونية والأعمال المصرفية التقليدية، وما يصاحبها من عمليات تغير في طبيعة وحجم الخدمات التي يقدمها البنك وبالتالي وجود تطور سريع للشبكة وفروعها من أجل تحقيق أكبر ربح للبنك

في حين أن خطر العمل والمقصود به تعطيل الشبكة المصرفية أو تعرضها لأي خطر خارجي (توقف إلي) مما يحمل أثر سلبا على سمعة البنك، فيجب العمل على استمرارية وكفاءة الأجهزة الالكترونية ومراقبتها الدائمة .

من هنا فإن مخاطر البنوك الالكترونية تستوجب متطلبات لها من حيث البنية التحتية التقنية لها وكذا عامل الريادة والاستمرارية أو التخطيط للتعامل مع جديد وأهم عنصر الرقابة من أجل تقييم لفعالية وأداء مواقعها .

### المطلب الثاني: نظام التحويلات المالية الإلكترونية

#### أولا: تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية (EFT)

يعرف نظام التحويلات المالية الإلكترونية ELCTRONIQUE.FONDS TRANSFERT بعملية منح الصلاحية لبنك ما و للقيام بحركات التحويلات المالية (الدائنة، المدينة) الكترونيا من حساب بنكي آخر ، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيا عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر ، ويعتبر هذا النظام جزءا بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الانترنت ، و يتيح هذا النظام بطريقه الكترونية أمانة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلي حساب بنكي آخر<sup>1</sup> .

#### ثانيا: إجراءات عملية التحويل المالي الإلكترونية

يوقع الزبون نمودجا معتمدا واحدا لصالح الجهة المستفيدة (التاجر ) و يتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب الزبون وفقا لترتيب الزمني معين و يختلف نموذج التحويل الإلكتروني عن الشيك في صلاحيته، ستسري أكثر من عملية تحويل واحدة، وعادة ما يتعامل البنك والعميل مع الوسطاء وظيفتهم توفير برمجيات الأمانة للتحويلات.

لإتمام عملية التحويل المالي الإلكتروني نميز بين حالتين:

#### 1. وجود وسيط:

يقوم العميل ببناء وإرسال تحويل مالي عن طريق المودع إلي الوسيط وبدوره هذا الأخير يجمع التحويلات المالية ويرسلها إلي دار المقاصة المالية ، الآلية التي ترسل نموذج التحويل الإلكتروني إلي بنك العميل ويقارن بنك العميل التحويل المالي، برصيد العميل وفي حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلي الوسيط ليقوم بدوره بإعادة الإشعار إلي العميل ، أما إذا كان الرصيد كافيا لتغطية قيمة التحويل المالي ، فعندئذ يتم اقتطاع قيمة التحويل منه وتحويلها إلي حساب المستفيد<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>نوال بن عمارة: وسائل الدفع الإلكترونية الأفاق والتحديات ، كلية الاقتصاد، فرع تسير، جامعة ورفله، 2004، ص12.  
<sup>2</sup>محمد تقوروت: واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، مرجع سبقه ذكره، ص132.

### 2. عدم وجود وسيط :

في حالة تنفيذ التحويلات المالية الإلكترونية دون المرور بوسيط ، يستلزم على التاجر أن يملك كل البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر.

عندما يقوم العميل باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر ، ثم يقوم التاجر بإرسال الاعتماد إلي دارة المقاصة الآلية ، التي بدورها ترسل الاعتماد بنك الاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد وتحويله إلي حساب تاجر<sup>1</sup>.

### ثالثا : سمات نظام التحويلات المالية الإلكترونية.

- ✓ تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية لأن شبكة نظام المقاصة من تكاليف الخدمات المصرفية من خلال تقليل أو إلغاء الخدمات المتعلقة لتجميع الشبكات في حين أن هناك تخفيض خسائر منح الائتمان .
- ✓ كما يساعد نظام التحويلات المالية إلي تحسين التدفق النقدي، وذلك من خلال توفير موثوقية التدفق وسرعة العملية.
- ✓ تيسير العمل ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلي زيادة البنك للقيام بعملية الايداع قيمة التحويلات المالية مما رفع فعالية نظام العمل<sup>2</sup>.
- ✓ تحسن التدفق النقدي وسلامة الأمن للقيام بأي عملية تحويل إلكتروني
- ✓ زيادة رضا العملاء من خلال سرعة العملية التحويل وانخفاض كلفتها وتحقيق رضا الزبائن، وتوطيد ثقتهم في التعامل مع المستفيدين<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> واقع وأفاق التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص132.

<sup>2</sup> نوال بن عمارة :وسائل الدفع الإلكترونية، مرجع ،سبق ذكر، ص13.

<sup>3</sup> محمد تقرورت:مرجع سابق ذكره، ص133.

### المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة

#### أولاً: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية .

تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل، ونتيجة لتطوير الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها ظهرت بشكل مستحدث في صورة وسائل الكترونية مثل الأساليب المصرفية الحديثة النقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني

وقبل التطرق إلي كل أسلوب نوجز باختصار إلي مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية فهو يعرف أنه عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية، أي استخدام أجهزة الكمبيوتر والإرسال البيانات عبر خط إلكتروني أو شبكة ما، أو أي طريقة لإرسال البيانات، كما أن وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في اتساع التجارة الإلكترونية وازدهار الدفع الإلكتروني أصبح من وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم .

#### أ- النقود الرقمية الإلكترونية

تعد النقود الإلكترونية من أهم العوامل التي ساعدت على انتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم نظراً لسهولة الدفع والسداد وإجراءات التحويلات البنكية وعليه فمفهوم النقود الإلكترونية على أنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدماً وغير مرتبطة بحساب بنكي وتستعمل كأداة للدفع .

كما تعرف على أنها مستودع للقيمة النقدية يحتفظ بها على شكل الكتروني وتستعمل كأداة للدفع<sup>1</sup> .

النقود الإلكترونية (النقود الرقمية) تعرف أنها نقود غير ملموسة تأخذ صورة واحدة إلكترونية وتخزن في مكان امن على (الهاك ديسك) لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية

<sup>1</sup>لوصيف عمار: استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الاشارة إلى التجربة الجزائرية، رسالة الماجستير، كلية الاقتصاد، ص47

ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل ، كما تعتمد فكرة النقد الإلكتروني على قيام العميل بشراء عملات الكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص بالمشتري وتكون في صورة وحدات عملات صغيرة والقيمة ، ولكل عملة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر وبالتالي تحل هذه العملات الإلكترونية محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها<sup>1</sup> .

### أ- حيازة النقد الإلكتروني:

هناك اتجاهان لهما قبول واسع بالنسبة لحيازة النقد اليوم ، التخزين onliene وتخزين offline ولفهم كيفية استعمال حاملات النقد الإلكترونية يجدر التمييز بين نظامين :

✍ **التخزين (نظام على الخط) online :** هو نظام تكوين منظمات شبكية ترتبط عبر الخط المفتوح online مع زبائنها ومستفديها<sup>2</sup> ، وهو يعني أن المستهلك لا يحوز شخصيا نقد الكتروني وإنما يعهد بالمدفوعات إلي طرف ثالث وهو البنك المرتبط به هذه المهمة online حيث يتولى البنك كل التحولات الخاصة بالنقد الإلكتروني ويمسك الحسابات النقدية للمستهلك .

كما يعمل هذا النظام بأن يطلب إلي التجار الاتصال ببنك المستهلك لتلقى السداد عن مشتريات المستهلك وهو الأمر الذي ساعد على منع الغش بتأكيد الصلاحية النقدية للمستهلك، هو الأمر يشبه عملية المراجعة مع البنك المستهلك للتأكد من أن بطاقة الائتمان صالحة ، وأن اسم المستهلك هو نفسه الموجود على بطاقة الائتمان<sup>3</sup> .

✍ **نظام خارج الخط (التخزين) offline :** في هذا النظام تتم قراءة بطاقة العميل عن طريق حاسوب منصب لدي التاجر ويتم الخصم مبلغ المشتريات من خلال هذه البطاقة مباشرة، حيث أنها تحتوي أما على ذاكرة تخزين معلومات عن حساب العميل أو على مدارج مغناطيسية يسجل فيها المبلغ الأقصى الذي لا يمكن تجاوزه وهو محدد من طرف البنك<sup>4</sup> .

<sup>1</sup>إيمان ديلمي: تقييم المحتوي الخدماتي للمواقع الإلكترونية للبنوك العمومية في الجزائر، مذكرة الماستر في علوم التسيير، فرع إدارة اعمال، جامعة المسيلة، 2003، ص20.

<sup>2</sup>سعد غالب ياسين وبشر عباس العلق: التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص16.

<sup>3</sup>طارق عبد العال حماد: التجارة الإلكترونية، مفاهيم، التجارب التحديات، دار الجامعية، طبعة 2004، ص109.

<sup>4</sup>مرجعه سبقه ذكره ص49

كما يشار بمصطلح التخزين offline على هو المعادل الفعلي للنقود التي تحتفظ بها في محفظتك ، فالعميل يحوزها دون طرف ثالث يؤتمن عليه في العملية، والحماية ضد الغش في هذه الحالة لا تزال احد الهموم لذلك فإن كل العناصر المادية للأجهزة والبرمجيات يجب أن تمنع الصرف المزدوج أو المشوب بالغش. وتعتبر البطاقات الذكية هي الحل للعناصر المادية لتخزين النقود الالكترونية، فالطرق المشفرة والحماية ضد التلاعب هي الحل البرامجي software لمنع الصرف المزدوج، والصرف المزدوج هو صرف جزء معين من النقد الالكتروني بمجرد تقديم نفس العملة الالكترونية إلي بائعين مختلفين<sup>1</sup>

### ب- أشكال النقود الالكترونية

الصورتين الأساسيتين للنقود الالكترونية هما

☞ **المحافظ الالكترونية** : تسمى أيضا ببطاقات مختزنة القيمة (stored value) هي بطاقة سابقة الدفع توفير مكان تخزين امن بالنسبة لبيانات بطاقة الائتمان والنقد الالكتروني وبهذا فإن المحفظة الالكترونية جعلت التسوق أكثر كفاءة فمثلا يضغط المتسوقون clik لشرائه ، يمكنهم حينئذ الضغط click على محفظتهم الالكترونية ، لطلب الصنف سريعا ، كما يمكنها أن تخدم أصحابها بتتبع المشتريات والحصول على إيصالات عن هذه المشتريات

كما أن المعلومات التي تخزنها المحفظة الالكترونية بالضبط هي معلومات الشحن والفواتير شاملة أسماء المستهلكين وعنوان البلد والكود البريدي ، ومعظم المحافظ الالكترونية يمكنها أن تحمل أسماء وأرقام بطاقات الائتمان وبعض البطاقات تحتوي على شهادات رقمية مشفرة ، بحيث تعرف بأمن مالك المحفظة .

ومن هنا نري أن المحفظة الالكترونية مفيدة بصفة خاصة وتوفير قدرا كبير من الوقت<sup>2</sup> .

☞ **محفظة النقود التقديرية**: تسمى كذلك بنقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية ، وهي آلية للدفع مختزنة القيمة في شكل بطاقات مدفوعة سلفا تستخدم للدفع عبر الانترنت<sup>3</sup> .

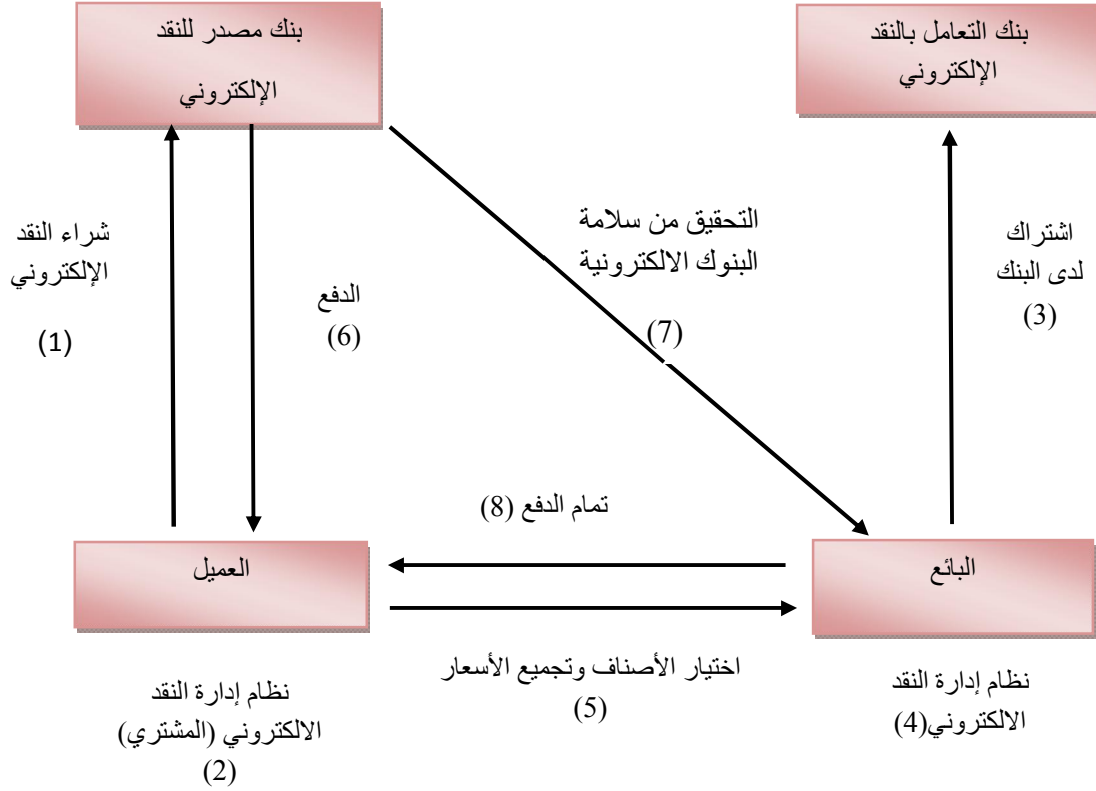
### ج- مراحل استخدام النقد الالكتروني:

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد: مرجع سبق ذكره، ص ص 109-110

<sup>2</sup> طارق عبد العال حامد : التجارة الالكترونية ، مفاهيم، التجارب التحديات ، مرجع سبق ذكره ، ص 115.

<sup>3</sup> لوصيف عمار: استراتيجيات تطبيق ، مرجع سبق ذكره ، ص 49.

شكل 4: مراحل استخدام النقد الإلكتروني



**المصدر:** رأفت رضوان عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، 1999 ، ص

166

من الشكل نعالج خطوات دورة استخدام النقود الرقمية الإلكترونية

- ✓ **الخطوة الأولى:** وهي الخطوة التي يقوم فيها العميل بشراء النقد الرقمي من احد البنوك المصدرة بالكمية المناسبة لتوفير احتياجاته وهي في العادة تكون عبارة عن وحدات نقد صغيرة للغاية تسمى tokens
- ✓ **الخطوة الثانية:** وهذه الخطوة متمثلة في توفير البرنامج الخاص في التعامل مع النقود الرقمية لدي العميل وهو برنامج مجاني ،يمكن الحصول عليه من الشركة ، حيث يقوم هذا البرنامج بحساب الأرصدة ،وفي ضوء عمليات اقتناء النقود الرقمية أو صرفها في عمليات الشراء

<sup>1</sup> رأفت رضوان:عالم التجارة الإلكترونية،المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة،1999،ص66

- ✓ **الخطوة الثالثة:** وهذه الخطوة الخاصة بالبائع حيث يلزمه الاشتراك في احد البنوك التي تتعامل مع النقود الرقمية وهذه البنوك بطبيعتها تتعامل عبر شبكة الانترنت.
- ✓ **الخطوة الرابعة:** تتمثل هذه الخطوة في الحصول البائع على برنامج خاص بإدارة النقود الرقمية وهو مجاني ، يمكن الحصول عليه من الشركة نفسها التي يحصل منها العميل على البرنامج الخاص به ، وهذا البرنامج يقوم بالحماية والتأمين للنقود الرقمية ، كما يدير العمليات الخاصة بتسجيل المتحصلات وإضافتها إلي رصيد البائع وعلى الحساب الخاص به ، كما يسيطر على عمليات تحويل الأرصدة من نقود رقمية إلي نقود ورقية<sup>1</sup>.
- ✓ **الخطوة الخامسة :** وهذه الخطوة خاصة بالدفع بعد اتخاذ العميل قرار الشراء، حيث يتم الدفع من خلال النقود الرقمية بالقيمة المطلوب تسديدها وعندئذ يقوم برنامج النقود الرقمية للعميل بعملية اختيار الرصيد و الكشف عليه من حيث سماح الدفع من عدمه، وفي حالة السماح الرصيد بالسداد يقوم البرنامج باختيار الوحدات الرقمية الخاصة التي تغطي قيمة الطلب المراد في كشف خاص وإرسالها إلي البائع عن طريق البنك المصدر للنقد الرقمي.
- ✓ **الخطوة السادسة:** يقوم فيها البنك بتلقي كشف الدفع المرسل من العميل آلية، ثم التأكد من صحة النقود ثم بعد التأكد يرسل هذا الكشف إلي البائع.
- ✓ **الخطوة السابعة:** يتلقى برنامج إدارة النقود الرقمية الخاص بالبائع كشف النقود الرقمية الموقعة من البنك، ثم يقوم بإضافة وحدات النقود الجديدة بأرقامها وعلامات التأمين الخاص بها إلي خزينة البائع الرقمية.
- ✓ **الخطوة الثامنة:** في هذه الخطوة يقوم البرنامج النقود الرقمية الخاص بالبائع بإخطار المشتري بتمام السداد.وعندها يقوم برنامج العميل بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة العميل بصورة نهائية .
- ✓ **عندما يقوم البنك بالخطوات النهائية** ، وهي تحويل هذه النقود الرقمية إلي نقود ورقية، في حساب الخاص بالبائع وتتم هذه العملية بين البنك المشترك فيه البائع ، والبرنامج الخاص بإدارة النقود الرقمية لدي البائع، بحيث تمحي هذه النقود الرقمية بعد تحويلها من أجهزة البائع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رأفت رضوان: التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة 1999، ص68.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص69.

### د- مزايا وعيوب النقود الرقمية:

#### مزايا النقود الرقمية

- ✓ صفات النقد الإلكتروني أكثر كفاءة، وهذا ما يشجع على زيادة أنشطة الأعمال، وتحويل النقد يكلف أقل من إجراءات عمليات بطاقات الائتمان، لأن التحويلات النقد الإلكتروني تتم عبر بنية أساسية متاحة وهي الانترنت لأنها ذات مجال عالمي لا تؤثر في التكلفة.
- ✓ سهولة النقل (الحياسة) يستطيع كل فرد استخدام النقود الإلكترونية فالتجار يمكنهم الدفع لتجار آخرين في علاقة شركة بشركة والمستهلكون يمكنهم الدفع من واحد إلي آخر و النقد الإلكتروني لا يستلزم أن يكون لدي احد الطرفين ترخيص خاص مثلما يلزم الأمر في الصفقات التي تتم ببطاقات الائتمان .
- ✓ يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلي مكان آخر في العالم وفي أي وقت لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعرف الحدود الجغرافية.

#### عيوب النقود الرقمية

- ✓ للنقد الإلكتروني عيوب ملحوظة ، ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال نجد فكرة ضريبة الانترنت مستمرة كقضية ساخنة ومفهوم ضريبة الانترنت ، يطرح مشكلات وأسئلة كثيرة، فهل يستطيع تاجر في الولايات المتحدة تحميل وتحصيل ضريبة الانترنت على سلعة مباعه لمشتري في زمبابوي ؟ وهل على زمبابوي أن تتلقى نصيبا من الضريبة وللأسف فإن استخدام النقد الإلكتروني لسداد أي ضريبة لا يتيح مجالاً للمراجعة ، فالنقد الإلكتروني ما هو إلا مثل النقد الحقيقي لا يمكن تتبعه بسهولة .
- ✓ ولأن النقد الإلكتروني لا يمكن تتبعه أيضاً، فهناك يثار عيب آخر وهو غسيل الأموال ، فغسيل الأموال يمكن وقوعه بسهولة من خلال شراء سلع وخدمات بالنقد الإلكتروني الذي يمكن صرفه بدون إظهار اسم الشخص بالنسبة لسلع ذات قيمة وتباع السلع مقابل نقد حقيقي في السوق المفتوحة . وبالطبع يمكن شراء السلع في دولة أخرى ، بما يزيد تعقيد الأمر<sup>1</sup> .
- ✓ ومثلما هو الحال بالنسبة للعملة الحقيقية ، فإن النقد الإلكتروني عرضة للتزوير، فمن الممكن رغم أن بالغ الصعوبة أيجاد وصرف نقد الكتروني مزيف (مثل أي نوع من النشاط على أساس الانترنت، فبدون إجراءات وقائية ومضادة قوية ، فإن التزوير

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد: التجارة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره، صص 11-113.

الإلكتروني يمكن من حدوثه ، وبعد التزوير هناك عوامل اقتصادية رقمية مدمرة عديدة محتملة<sup>1</sup>.

### ثانيا : الشيكات الإلكترونية.

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الرقمية التقليدية، التي اعتدنا التعامل بها ، تحاول بعض المؤسسات المالية تطويع كافة وسائل الدفع المعروفة لتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية ، وفي هذا المجال لقد تم تطوير استخدام الشيكات إلى نظام الشيكات الإلكترونية.

أ- **تعريف الشيك الإلكتروني:** الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك أي حامله ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت، بتحويل قيمة الشيك وإعادة إلكترونيته إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليل على أنه قد تم صرفه<sup>2</sup>.

كما أن فكرة الشيكات الرقمية الإلكترونية جاءت بتحويل الشيكات الورقية إلى الشيكات رقمية ، عملة على كثير من المميزات أهمها :سرعة الأداء وتخفيض تكاليف حيث يستخدم في البنوك في الولايات المتحدة سنويا ما يزيد عن 500 مليون شيك ورقي ، وهذا مع زيادة إعداد الشيكات بنسبة 3% سنويا<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد: التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص113

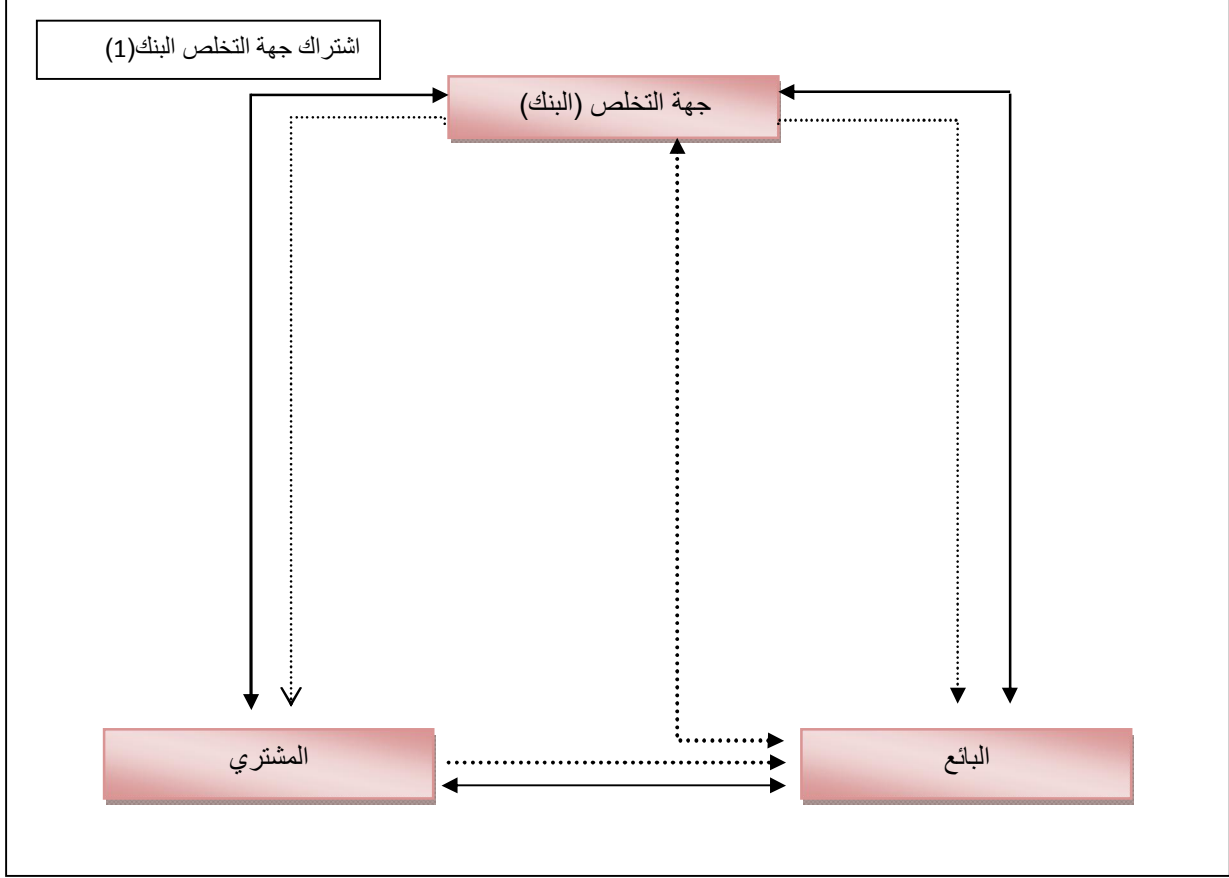
<sup>2</sup> توال بن عمارة : وسائل الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ، ص12.

<sup>3</sup> إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري: التجارة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص61.

ب- كيفية استخدام الشيك الإلكتروني :

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني الخطوات التالية :

شكل 5: كيفية استخدام الشيك الإلكتروني



المصدر: رأفت رضوان ،عالم التجارة الإلكترونية مرجع سبقه ذكره،ص70

✍ **الخطوة الأولى:** تتمثل باشتراك العميل لدى جهة التخليص (التي تكون غالباً بنك) حيث يتم فتح حساب جار للعميل لدى الجهة التخليص أو الخصم من أي حساب جار للعميل متفق عليه ، ويتم تحديد توقيع إلكتروني للعميل وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخص ( البنك ) .

✍ **الخطوة الثانية:** وهي خطوة خاصة بالبائع حيث يتم فتح حساب جار خاص به لدى جهة التخليص نفسها أو الربط مع أي حساب جار للبائع ، ثم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخص.

✍ **الخطوة الثالثة :** وهي خاصة باختيار العميل للمنتج الذي يرغب فيه من المشترك لدى جهة التخليص نفسها ، ويتم تحديد السعر الكلي ثم الاتفاق على أسلوب الدفع<sup>1</sup> .

✍ **الخطوة الرابعة:** يقوم العميل بتحرير الشيك الكتروني موقع بالتوقيع الالكتروني المشفر، ثم يقوم العميل بإرسال الشيك الالكتروني للبائع عن طريق البريد الالكتروني e.mail المؤمن.

✍ **الخطوة السادسة:** وهي خطوة خاصة بجهة التخليص التي تقوم بالتحقيق من صحة الأرصدة والتوقعات وبناء عليه تقوم بإخطار كل من العميل والبائع بتمام إجراء العملية بضم الرصيد من العميل وإضافته إلي رصيد البائع<sup>2</sup> .

وفي النهاية نري أن النقود الالكترونية وفقا لمنظورها واجتهدنا ومهما تغيرت أشكالها نعرفها على أنها:

**قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها ، وتستعمل كأداة للدفع ولتحقيق أغراض مختلفة**

### ج- خصائص الشيك الالكتروني:

✍ تتميز الشيكات الالكترونية بانخفاض الكبير في تكلفة المقاصة مقارنة بالشيك التقليدي .حيث تبلغ التكلفة الأولى ما بين 35.25 سنتيما ، بينما تبلغ الثانية ما بين 1 دولار إلي 1.5 دولار ، مما يجعل هذا الشيك جد متميز في مجال التجارة الالكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال (B2B)<sup>3</sup> .

✍ الشيك الالكتروني يحمل توثيقا رقميا مشفر يصعب تزويره مما يمنح المزيد من الحماية والأمان للمستخدمين وكما يستعمل هذا النظام بروتوكولات يوفر شهادات الكترونية تضمن شخصية المدين وبنكه .

✍ أن الشيك الالكتروني هو وثيقة الكترونية يتم الدفع بواسطتها من خلال تحميل برنامج خاص من طرف الزبون، دون الحاجة إلي استعمال دفتر شيك ورقي<sup>4</sup> .

<sup>1</sup> رأفت رضوان : التجارة الالكترونية، مرجع سبقه ذكره، ص70.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص70.

<sup>3</sup> سمية ديمش: التجارة الالكترونية وحقيقتها في الجزائر ، مرجع سبق ذكره ،ص78.

<sup>4</sup> ، سمية ديمش: مرجع نفسه ،ص78

### خلاصة الفصل:

يشهد القرن الحادي والعشرين تحديات كبيرة في مجالات متعددة من أهم هذه التحديات ، ثورة المعلومات والاتصالات وكثافة التكنولوجيا المستخدمة وتطورها المستمر الذي بالتوجه نحو التجارة الإلكترونية التي تعتبر من أهم ملامح العصر الحديث ، الذي يعتمد على الانترنت، وعرض السلع والخدمات والتوسع من الحدود الإقليمية ، إلي الحدود العالمية ،مما يسمح لها بتوفير كثير من الفرص ، سواء بالنسبة للمؤسسات أو الأفراد وذلك مما ينعكس بالتأكيد على انتشار التجارة الإلكترونية والتخلص ،من عدة مشاكل أفرزتها التجارة بالموازنة مع مزاياها التي نتج عنها الكثير من العيوب ، التي كانت عائق من مدي نجاحها ، كافتقاد عنصر السرية

وهذا ورغم المزايا والفرص التي منحتها وسائل الدفع الإلكترونية للعملاء والبنوك ، فإنها قامت بالمخاطرة المصرفية كغسيل الأموال.

وبالتالي فإن الحاجة الملحة لإدراك التجارة الإلكترونية لم تعد خيارا نقبله أو نرفضه . وإنما أصبح ضرورة حتمية،تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم.



الفصل الثاني :  
محددات استخدام ومعوقات التجارة الإلكترونية

### تمهيد :

أن التجارة الالكترونية تحتاج إلي دراسة بإتباع المنهج المتابعة، مثلها مثل أي نشاط تجاري وتتميز التجارة الالكترونية بإعطائها الفرصة للراغبين في الدخول في عالمها أن يتعرفوا على نماذج النجاح وأسبابها أو مقوماتها لدي هذا الموقع ولهذا فإن كل دولة تزيد من اعتمادها للتجارة الالكترونية هو أنها تجعل العالم كله عبارة عن سوق لمنتجات المعروفة عبر الانترنت معتمدين في ذلك عن نظم الدفع والسداد الالكتروني.

ولهذا فإن أي دولة تزيد اعتماد التجارة الالكترونية كأفق اقتصادي جديد يجب عليها أن توفر أو تقوم بتوفير متطلبات الأزمة لها .

يرتبط تطبيق التجارة الالكترونية بتوافر مجموعة من المتطلبات في المجالات المالية وهذا ام نراه في فصلنا هذا بتقسيمه إلي ثلاث مباحث:

☞ **المبحث الأول:**متطلبات اللازمة لإقامة التجارة الالكترونية .

☞ **المبحث الثاني:**حقل التجارة الالكترونية.

☞ **المبحث الثالث:**الاتجاهات العالمية والعربية للتجارة الالكترونية ومعوقاتها في الجزائر

وسبل معالجتها .

## المبحث الأول: المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الالكترونية

شاع استخدام التجارة الالكترونية في العديد من الدول ولكثير من الأصعدة، لتبنيها النشاط في أي دولة لا بد من توفير مقومات أساسية من بنية تحتية وقوانين وتشريعات وبيئة ملائمة، كما لها النشاط الاقتصادي أثار وفوائد على المستوى القومي والمستهلكين والمجتمع والشركات والهدف من هذا البحث برارز مختلف متطلبات التجارة لاللكترونية

## المطلب الأول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الالكترونية

### أولا :زيادة القطاع الخاص:

أن القطاع يملك آليات ونظم عمل تتناسب مع متطلبات الاللكترونية حيث أن هذا الأخيرة تقوم على إطلاق قدرات وطاقات مؤسسات الأعمال، لتقديم خدمات جديدة ومتطورة للمستهلك تتيح لها التنافس على المستوى العالمي.

### ثانيا: دور الحكومة دافع ومحفز:

أن قيام حكومة بتقليل تدخلها في كافة أنشطة التجارية، عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة هو أهم محفز لكافة المؤسسات في المجتمع، للانطلاق صوب تنمية والاستثمار.

### ثالثا: البيئة التشريعية والقانونية الملائمة:

أن مصالح الشركة والمنتجين والمستهلكين المتعاملين معها في إطار التجارة الاللكترونية ، يقتضي تشريعات وقوانين بين هذه المصالح ويتم ذلك ببناء مناخ تشريعي وقانوني يخدم مقتضيات التجارة الاللكترونية وهذا ما يتطلب مشاركة كاملة بين الحكومة وقطاعات الأعمال للمستهلكين.

### رابعا: إتاحة الفرص المتكافئة ودعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة:

يفرض لاختلاف في مستويات التطور التكنولوجي والبنية الأساسية المطلوبة للتجارة قامة عدالة واستمرارية للتنمية لإتاحة الفرص المتكافئة للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التجارة

الالكترونية لقطاعات العمل المختلفة بما فيها المؤسسات الصغيرة التي تحتاج تشجيع واهتمام للتمكن من تبني التقنيات وتستخدمها لتحقيق مردود اقتصادي<sup>1</sup> .

### خامسا :الحفاظ على قيم ومبادئ المجتمع وتحقيق الخصوصية والسرية:

مما لا شك أن تحول نحو الاقتصاد الرقمي وانفتاح الهائل الذي تتيحه وسائل الاتصال التي ترتبط بالتجارة الالكترونية يفتح باب للتعامل مع ثقافات وعادات وتقاليد تختلف مع مبادئ وقيم المجتمع وهويته. ولهذا يجب الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع بتحقيق مستوي مناسب من الخصوصية والسرية الأزيمة لتنفيذ المعاملات التجارية باستخدام وسائل آليات التجارة الالكترونية

### سادسا :حماية الملكية الفكرية:

أن استخدام التجارة الالكترونية يرتبك مباشرة بمدى تطبيق نظم الملكية الفكرية وهذا اعتبار للتطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الحديثة ومن المهم أن تدخل عناصر حماية الملكية الفكرية في إطار الالتزامات الدولية .

### سابعا :التعاون الدولي:

أن نجاح وتطور التجارة الالكترونية بتوقف على وجود تعاون تنسيق بين كافة الجهات والمؤسسات والدول وهذه الأخيرة تقتضي تحقيق تعاون دولي ونتائج ملموسة وذلك بالتنسيق في الإجراءات والقوانين التجارية ووضع معايير قياسية للنظم الفنية كالتامين والسرية<sup>2</sup> .

✓ كما أن من أساليب نجاح التجارة الالكترونية أن يكون لدينا تصور شامل وخطة عمل واضحة تشمل كافة مواضيع التجارة الالكترونية وإجراءات الدراسات والأبحاث حولها وإقامة مراكز التدريب الخاص بها .

✓ أنها تحتاج إلي إستراتيجية الكترونية أوسع وتشمل كل الطرق التي توفرها التكنولوجيا للتعامل مع العملاء الكترونيا.

✓ أسلوب الدفع الالكتروني المؤمنة وغير المعقدة تساهم في نجاح التجارة الالكترونية .

✓ على المؤسسات والشركات وأصحاب الأعمال والمشاريع أن يهتموا بتطوير منتجاتهم وخدماتهم ليستطع وأن يعرفوها على الشبكة جنب إلي جنب مع منتجات العالمية ودراسة الأسواق المستهدفة .

<sup>1</sup> احمد عبد الله العوضي:العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية ،مرجه سيق ذكره،،ص180.

<sup>2</sup> احمد عبد الله العوضي:مرجع نفسه،ص180

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

- ✓ فهم شمولية الانترنت التي تخلق تحديات تنافسية غي مألوفة بإتاحة الفرصة أماما أي تاجر من أي بلد كأن للمنافسة .
- ✓ نشر التوعية في المجتمع بين مختلف فئات الناس بأهمية التجارة الالكترونية.
- ✓ اختيار الوقت المناسب للدخول في التجارة الالكترونية.
- ✓ ضمان سرية المناسبة والتأمين والخصوصية المطلوبة لبناء الثقة بين شركاء التجاريين.
- ✓ من سبل نجاح التجارة الالكترونية إتاحة الفرص للمستهلك الوصول بسهولة وسرعة للمتاجر الافتراضية<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> احمد السيد الكردي عوامل نجاح التجارة الالكترونية،280078/posts/users/agmadkordy/.kenanaonline.

## المطلب الثاني: المتطلبات العامة للتجارة الالكترونية

يرتبط تطبيق التجارة الالكترونية بتوفير مجموعة من المتطلبات المالية العامة والتشريعية والاجتماعية والسياسية والتقنية

### أولاً: المتطلبات المالية العامة والتشريعية.

أ- المتطلبات المالية العامة : تشمل المتطلبات قضيتين هامتين :

- ✍ قضية الرسوم الجمركية والضرائب: وهي أهم الموارد الدولية ، التي تمكنها من تحقيق التوسع وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية والاستثمار وهنا تعكس اتجاهين:
  - ✓ اتجاه الدول النامية ودول أوروبا التي تري أن العدالة هي أن يتساوي مستوي تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الانترنت والسلع التي يتم تسلمها بالأساليب التقليدية .
  - ✓ توجه آلية الولايات المتحدة وبعض الدول المتقدمة حيث تدعو إلي إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الالكترونية التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الانترنت .

✍ قضية التحول إلي نظم السداد والدفع الالكتروني : هناك اتجاه عالمي نحو استخدام نظم السداد الالكتروني وتحول المجتمع من نظم سدادا والدفع النقدي إلي نظم والسداد والدفع الحديثة، لكن هذا يتطلب احتياطات لمنع وجود أي مخاطر<sup>1</sup>

ب- المتطلبات التشريعية: أن التحول إلي تطبيق التجارة الالكترونية يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا ب :

- ✓ تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الالكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الالكترونية والتوقيع الالكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد .
- ✓ تقصير فترات التقاضي باعتماد على آليات التحكيم .
- ✓ تنفيذ الأحكام بسرعة وهذا ما تتطلبه التجارة الالكترونية.
- ✓ قضية ضمان حماية المستهلكين وهي احد أهم المشاكل الرأسية في التجارة الالكترونية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منتديات خميس مليانه.التجارة الالكترونية وواقعها في العالم العربي ،مرجع سبق ذكره.  
<sup>2</sup> مرجع نفسه.

ثانيا : المتطلبات الاجتماعية وتفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة .

### 1. المتطلبات الاجتماعية:

أن تغيير معايير النجاح والتميز في المنتج في إطار التجارة الالكترونية واختلاف قياسها عن ما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب :

✍ إعداد برامج ودورات تدريبه لقطاعات الأعمال لتمكينها من إعدادا إطارات للتعامل في المجال .

✍ إعداد برامج إعلامية خاصة بالتجارة الالكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع.

✍ إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الانترنت .

✍ تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الالكترونية كتنخصص قائم بذاته .

### 2. تفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة:

يتم مشاركة القطاع في إعدادا القواعد والنظم والتدابير والإجراءات الأزمة للتجارة والمساندة المباشرة وغير مباشرة للشركات ،بالإضافة إلي توفير وإتاحة المركز التكنولوجية ومراكز المعلومات الأزمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم

### 3. تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الكترونية:

فالتجارة الالكترونية تعتبر بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال بأنواعها من اجل تسويق أنتاجها المحلي والعالمي ولذا يجب تنمية هذه المؤسسات من اجل استخدام إحداث تكنولوجيا المعلومات والاتصال<sup>1</sup>

### ثالثا :متطلبات الحماية للتجارة الالكترونية .

1. متطلبات الحفاظ على التجارة الالكترونية:ويتم هذا بتأكد خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية بتحديد قواعد وإجراءات لإدارة البرامج التي بها يتم الحصول على البرامج وتحقيق التوازن بين خصوصية المعاملات بالإضافة إلي استخدام لتكنولوجيا المتطورة لمواجهة المشاكل

<sup>1</sup> منتديات خميس مليانه: التجارة الالكترونية وواقعها في العالم العربي،مرجع سبقه ذكره

2. تدابير الأمن والحماية: ويمكن تمييز الحماية عن طريق تشفير البيانات ذات الطبيعة الخاصة والموائمة بين متطلبات تشفير البيانات وسوء الاستخدام بالإضافة إلي حماية مبادئ وتقاليد المجتمع
3. حماية الملكية الفكرية: تعد حماية حقوق الملكية الفكرية من اكبر التحديات التي تواجهها الدول لتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي ، فلذا يجب تبني برامج لحماية الملكية الفكرية.

### رابعاً: المتطلبات التقنية للتجارة الالكترونية .

- ☞ متطلبات البيئة الأساسية للاتصالات وشبكات المعلومات ،لابد للدولة أن تقوم بتحسين مستوي خدمات الاتصال وتوفيرها ، مع زيادة سرعة الاتصال العالمية .
- ☞ متطلبات تنظيم محتوى البيانات والمعلومات وصفحات الانترنت .
- ☞ متطلبات معايير ومقاييس التقنية لأنها تعتبر ذات أهمية كبيرة لنجاح التجارة الالكترونية حيث أنها تشجع على المنافسة مثلاً <sup>1</sup> .
- ☞ في حين أن المتطلبات الضرورية لنجاح التجارة الالكترونية من جهة البائعين يجب أن تتوفر لديهم موقع الكتروني على شبكة المعلومات .
- ☞ أن العملاء ضمن منظومة B2B يجب أن تتوفر فيهم وجود المستوي وثقافة الكترونية تسمح للعملاء بالتعامل .
- ☞ امتلاك العزيمة أو الرغبة مع الثقة في الشراء عبر الانترنت بدون أي فصح <sup>2</sup> .
- ☞ يجب على الحكومات أن تعمل على توفي إطارات قانونية بحكم المعاملات التجارية.
- ☞ توفير شبكة جيدة للبنية الأساسية للاتصالات والمعلومات مع هيكل تسعير لخدمة الاتصالات والتعامل مع الانترنت يحقق خفضاً لتكاليف التعامل عبر هذه الشبكة <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> منتديات خميس مليانه: التجارة الالكترونية وواقعها في العالم العربي مرجع سبقه ذكره.

<sup>2</sup> محمد هجرز: المتطلبات الضرورية لنجاح التجارة الالكترونية، منتدي بوابة التسويق والتجارة الالكترونية. [www.ec4hearn.com/2012/01/blog-past.html](http://www.ec4hearn.com/2012/01/blog-past.html).

<sup>3</sup> مرجع نفسه.

### المطلب الثالث:محددات تبني التجارة الالكترونية

#### أولاً: تبني التجارة الالكترونية

تبني التجارة الالكترونية أمر سهل والأصعب من ذلك هو عملية أو أساليب النجاح وتحقيق الأهداف والفائدة التي من أجلها تم تبني التجارة الالكترونية وقد تختلف الحوافز التي تدفع الشركات إلي تبني التجارة من شركة إلي أخرى إلا أنها في النهاية تنتهي بنفس الحوافز في تسير أعمالها التجارية :

☞ التوافق الرقمي: أن ثورة التكنولوجيا أدت إلي إمكانية اتصال كل أجهزة بعضها عن بعض وعلى مختلف أنواعها قابلة للاتصال مما أدى إلي تسهيل اتصال العمليات ومختلف الحركات التي تتطلبها الأعمال التجارية وبمختلف الوسائل والتقنيات .

☞ أي وقت وأي زمان وأي شخص: أي أنها على مدار 24 ساعة و7 أيام بالأسبوع و365 يوم في السنة لقد جمعت التجارة لإلكترونية معا كل القطاعات الصناعية والعلمية والتعليمية على مختلف أنواعها.

☞ زيادة الطلب على المنتجات والخدمات: لقد سهلت التجارة الالكترونية لزبائنها عملية اقتناع منتجاتهم حسب رغباتهم ومواصفاتهم لجميع خدماتهم<sup>1</sup> .

☞ البنية التحتية الالكترونية : يرتبط نمو التجارة الالكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات أي البنية الداعمة لها مثل شبكات الاتصال والتشغيل والانترنت ، فهذه البنية تساعد في توفير البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية.

☞ التشريعات وأنظمة للتجارة الالكترونية: وتشمل كل أنظمة التي توافق تجارة الالكترونية والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرارية التجارة الالكترونية.

☞ توافر الكوادر البشرية: من أهم متطلبات التجارة على أي مجتمع توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات<sup>2</sup> .

أن عملية التبني تعرف بأنها :

الإجراءات المؤدية إلي قبول الشيء المبتكر ،سلعة ،خدمة،فكرة أو شيء جديد من خلال وسائل الاتصال المتبني عادة يقدم نموذجاً في حين أن ممارسة تبني التجارة هي تكنولوجية

<sup>1</sup> ندي فايز يحي:العوامل المحددة لتبني التجارة الالكترونية وأثرها على الأداء التسويقي ،دراسة تطبيقية على عينه من الشركات ،عمان ،ص29.

<sup>2</sup> مسعود حماني:أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة،رسالة ماجستير ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،،2008ص59.

متزايدة وتبني يكون مزود بالبيئة التحتية والتكنولوجية الضرورية لأداء نشاطات التجارة الالكترونية ومن ثم يتم الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية<sup>1</sup> .

### ثانيا : عوامل أو محددات تبني تطبيقات التجارة الالكترونية

☞ الميزة النسبية: تعرف على أنها منفعة مضافة للمؤسسة بشكل أفضل من أساليب أي هي درجة التي يدرك بها أن الابتكار أفضل من المنتج الحالي في السوق كما يطلق عليها مصطلح الربحية الاقتصادية أو الوضع المميز للابتكار ، في حين أنها درجة إدراك الزبون لاختلاف والتباين للخصائص التي ينتفع بها المنتج مقارنة بالمنتجات المتداولة التي يتعامل معها الزبون ، وهي واحدة من الخصائص الإبداعية التي تكرر أي تخدمها في العديد من الدراسات والأبحاث المتعلقة بتبني التجارة الالكترونية .

☞ سهولة الاستخدام: أي أنها الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدام نظام معين يكون خالي من أي عطب، كما أنها درجة قناعة الأشخاص بقدرتهم على استخدام نظام معين بأقل جهد ممكن .

☞ التوافقية: تعرف على أنها مدى ملائمة واتساق وتوافق خصائص المنتج الجديد واستعمالاته من قيم ومعتقدات الزبون، في حين أن الأسواق الالكترونية تعمل على مبدأ مشاركة البيانات المعلومات بين مختلف الأطراف وتسهيل عملية التسليم في الوقت المحدد .

☞ جاهزية المنظمة وحجم الشركة: مستوى جاهزة الشركة يعرف غالبا كتنبؤ بتبني تكنولوجيا المعلومات الناجحة كما أن تخطيط وتنفيذ ابتكار يعتمد على المعرفة معين يعتمد على المعرفة الموجودة سابقا لدي الشركة والتي تخص الأمور المتعلقة بالابتكار<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> ندي فايز يحي:العوامل المحددة لتبني التجارة الالكترونية ،مرجع سبق ذكره،ص31.

<sup>2</sup> ندي فايز يحي:مرجع نفسه،ص ص 34-37،38-39.

## المبحث الثاني : حقل التجارة الالكترونية

### المطلب الأول : إطار عمل التجارة الالكترونية وأهم الأسس العالمية لتطبيقها

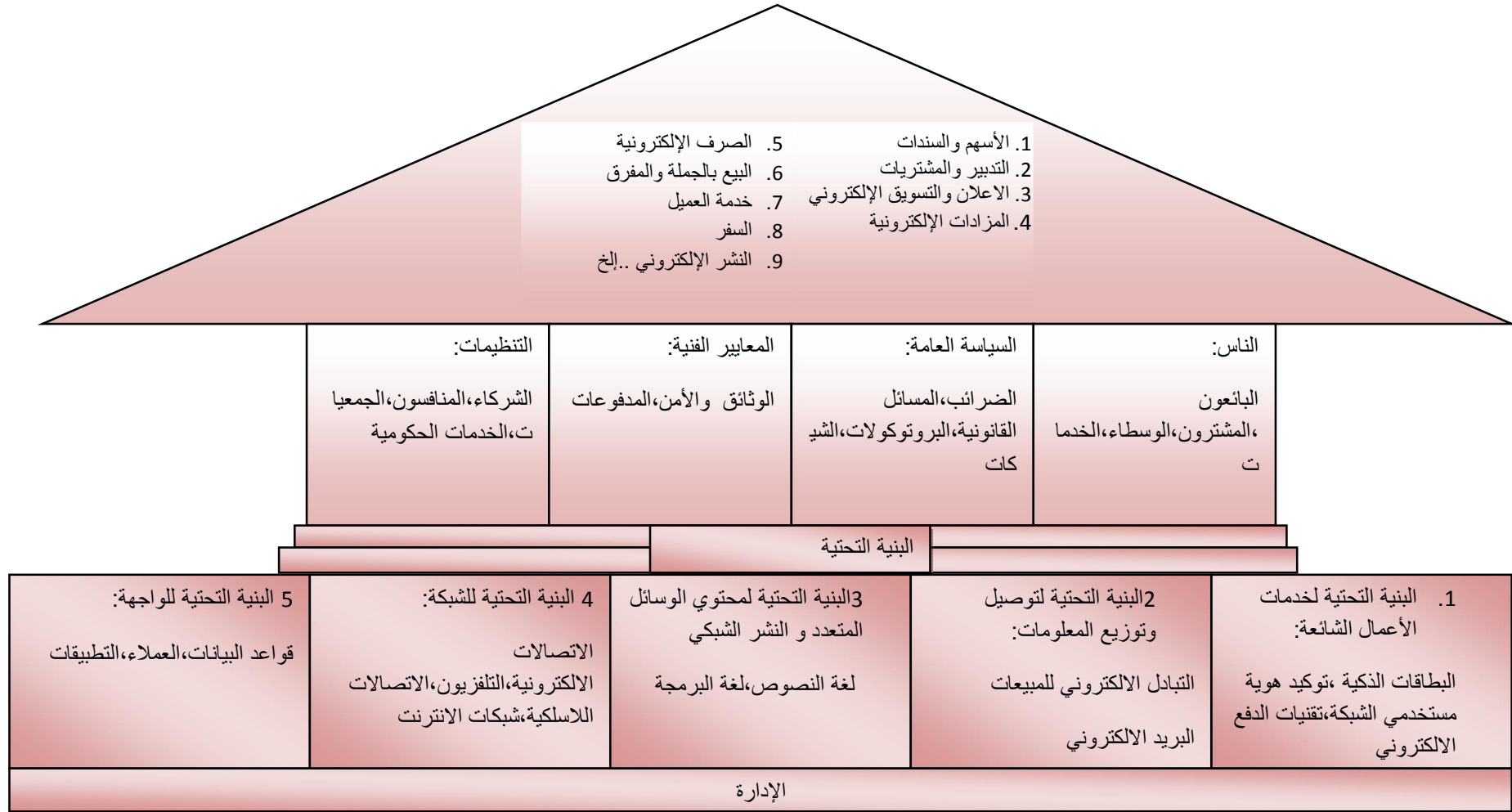
يعتقد كثير من الناس أن التجارة الالكترونية هي مجرد امتلاك مواقع على الشبكة إلا أن التجارة الالكترونية هي أكبر بكثير من ذلك ،فالتجارة الالكترونية تطبيقات كثيرة ومتنوعة مثل السوق عبر الشبكة وشراء الأسهم والسندات وتقديم الخدمة المصرفية عبر الانترنت وتتطلب عملية التنفيذ إجراء مثل هذه التطبيقات المبتكرة توافر نظم وبني تحتية معلوماتية وتنظيمية مساندة ويتضح أن البنية التحتية تساند وتدعم تطبيقات التجارة الالكترونية وهذا أن بشكل أساسي يعتمد على أربعة أعمدة ومرتكزات أساسية داعمة وهي :

- ✓ الناس
- ✓ السياسة العامة
- ✓ المعايير والبروتوكولات
- ✓ المنظمات الأخرى

وتتولى الإدارة المعنية بالتجارة الالكترونية مهنة إحداث نوع من التنسيق ما بين التطبيقات والبنى التحتية والأعمدة والواقع أن نجاح التجارة الالكترونية في بلوغ أهدافها يعتمد على قدرة الإدارة على الإحكام وتحقيق أعلى درجات التنسيق والشكل التالي بمثابة إطار عمل فعال لفهم العلاقات القائمة ما بين عناصر التجارة الالكترونية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين وبشير العلق: التجارة الالكترونية ،مرجع سبق ذكره،،ص201.

## شكل 6 : إطار عمل التجارة الالكترونية



المصدر: سعد غالب ياسين وبشير العلاق: التجارة الالكترونية،مرجع سبق ذكره،ص203

**المطلب الثاني: الأسس العالمية لتطبيق التجارة الالكترونية وأهم القانون الدولي الالكتروني .**

**أولاً: الأسس العالمية لتطبيق التجارة الإلكترونية.**

تتمثل الأسس الواجب توافرها لتطبيق التجارة الالكترونية في توفير الاتصالات الموثقة وبيئة قانونية داعمة وأنشطة تثقيف للبناء الذاتي للتجارة الالكترونية المتمثلة في العنصر الموارد البشرية الواجب تدريبها وتأهيلها لسهولة التطبيق والتفاعل معه ،بالإضافة إلي دور القطاع العام في تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الإدارة العامة للدولة لزيادة الشفافية وتبسيط الإجراءات .

وعلى الرغم من اختلاف دلالة العمليات التي تندرج تحت مظلة التجارة الالكترونية من بلد لآخر فقد توجد عمليات تصلح كأساس جيد لمقارنة أداء التجارة الالكترونية بين الدول وقد تضمنت القائمة الآتية .

- ✓ إصدار أو تلقي أمر شراء بسلعة أو خدمة .
- ✓ سداد أو قبض قيمة معاملة عبر الانترنت .
- ✓ ممارسة عمليات مالية مثل الصيرفة الالكترونية .
- ✓ تقديم أو تلقي الخدمات في شكل الكتروني <sup>1</sup> .

عند التدقيق في هذه العمليات نرى أنها تحتاج إلي نوعية من البيئة التحتية للتكنولوجيا ، إذ أن من الملاحظ أنها لا تتطلب سوي الدخول على الويب ، ومن ثم إلي مواقع البيع والشراء لإجراء العمليات الخاصة بشراء والتزويد الالكتروني وهذا ما نسميه في حالة B2B أي أداء علاقة تجارة الكترونية .

**ثانياً : قانون التجارة الالكترونية :**

أن التجارة الالكترونية تواجه العديد من المشاكل القانونية والصعوبات منها ما يتعلق بطرق إثبات الإدالة ومنها ما يتعلق بالحماية القانونية ومنها ما يتعلق بتحديد القانون الواجب التطبيق على هذا التعامل لا بد من بتحديد القوانين المتعلقة بتطبيق مسائل التجارة الالكترونية .

أن سلوك الأشخاص عادة يكون بلا ضوابط ومحددات مما يؤدي إلي الفوضى لذا لا بد من وجود ضوابط وقواعد وقوانين منظمة لهذا السلوك .

<sup>1</sup> إبراهيم احمد عبد الخالق الدوري:التجارة الالكترونية،مرجع سبق ذكره ،ص132.

وبناء على ذلك فإن وجود قواعد عامة تحكم سلوك الفرد ومرتبطة بالالتزام وخضوعه إليها والتي أوجدت ما يسمى **بالقانون** والذي يعرف بأنة مجموعة من القواعد التي تنظم علاقة الأفراد بعضهم بعض وعلاقتهم مع الدولة التي يقيمون فيها ، ويمكن تقسيمه إلي:

☞ **قانون عام**: الذي يتضمن قواعد عامة تحكم وتنظم علاقة الدولة برعاياها والقاطنين على إقليمها والخاضعين لسيادتها .

☞ **قانون خاص**: وهذا القانون يتضمن قواعد عامة تحكم وتنظم علاقة الأفراد مع دولتهم، أن التجارة الالكترونية من الممكن أن تكون وطنية من كافة الوجوه، كما قد تكون أيضا وبنفس الدرجة أجنبية أي يكون المنشئ لهذه العلاقة يرجع إلي واقعة تمت خارج دولة أشخاص هذه العلاقة مثل عقد بين أوروبيين على الشراء سلعه في كندا .

أن التجارة الالكترونية على الأغلب من التعاملات التجارية التي تتم بين الأفراد هي علاقات تجارية تنشأ وتستمر وتطبق بين الأفراد من جنسيات مختلفة تدعو بشدة إلي التصدي نحو تحديد القانون الواجب تطبيقه.

لذا أن وجود قواعد تحكم مسألة تنازع القوانين مسألة يفرضها ويقتضيها التعامل الدولي خصوصا مع عصر المعلومات وثورة الاتصالات، حيث أصبح العالم ليس كقرية صغيرة فقط . بل كسطح مكتب يلتقي كل الأطراف معا ومن مختلف أنحاء العالم .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خضر مصباح الطيبي:التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري ، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص ص ص 354-355، -356.

## المطلب الثالث: تصنيف تطبيقات التجارة الالكترونية

تندرج تطبيقات التجارة الالكترونية ضمن ثلاثة فئات رئيسية هي :

- ☞ بيع وشراء السلع والخدمات وهو ما يشار إليه بالأسواق الالكترونية
- ☞ تسهيل عملية تدفق المعلومات والاتصالات ما بين المنظمات، ويشار إلى هذه الفئة بالانظم النظامية المتداخلة
- ☞ توفير خدمة العميل

### أولا : الأسواق الالكترونية

يعتبر السوق بمثابة شبكة من التفاعلات والعلاقات التي تهتم في كنفها وضوئها بتبادل المعلومات والمنتجات والخدمات .  
وعندما تكون السوق الكترونية فإن مركز الأعمال لن يكون بناء ماديا وإنما موقعا مشيد على شبكة تحصل فيه تفاعلات الأعمال<sup>1</sup> .

### خطوات عمليات اتخاذ القرار في السوق الالكترونية

- ☞ تحديد الاحتياجات التقنية المستخدمة الإعلانات الالكترونية وصفحات المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات ومجموعات المناقشة والمجموعات الإخبارية
- ☞ تجميع المعلومات "الفهارس الالكترونية ومحركات البحث والمواقع وبوابات المعلومات
- ☞ التقييم والتفاوض واختيار الأدوات المقارنة بين المنتجات وطريقة التوصيل
- ☞ الشراء والدفع والتوصيل :البنوك الافتراضية والنقود الالكترونية وطرق الدفع الآمنة
- ☞ خدمات ما بعد الشراء مجموعات المناقشة والبري الالكتروني<sup>2</sup>

في حين السوق الالكتروني يتكون من :

- ☞ الزبائن: يتطلع الزبائن في الأسواق الالكترونية إلى الحصول على منتجات مصنعة وفق لتفضلاتهم وبأسعار تفاوضية .
- ☞ البائعون: هم أصحاب واجهات المحلات التجارية الالكترونية الموجودة على الشبكة.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين وبشير العلق: التجارة الالكترونية، مرجع سبه ذكره ،ص204.  
<sup>2</sup> منتدى طلاب القدس: أسس التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، www.stqou.com

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

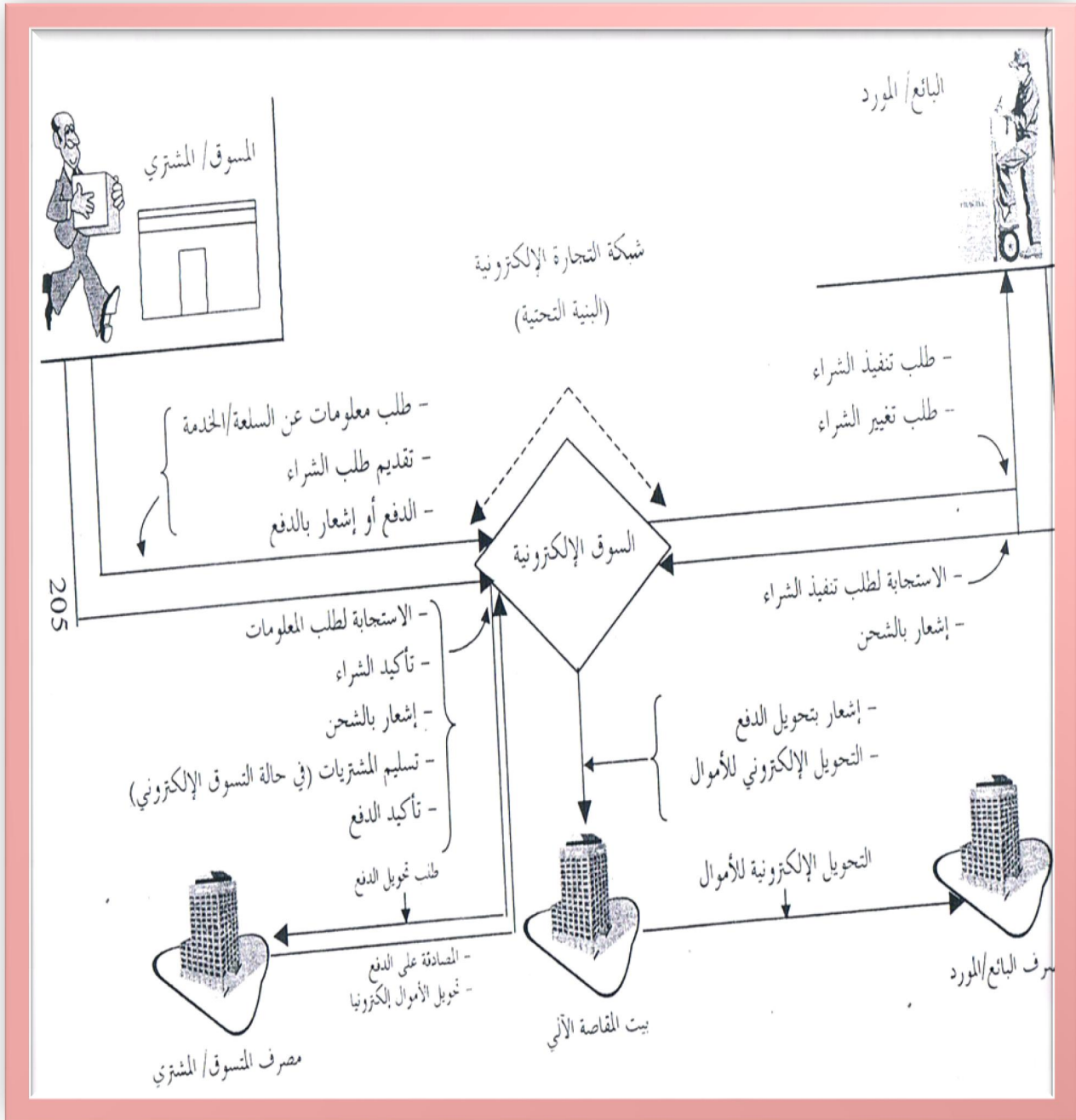
- ☞ المنتجات والخدمات: يحتوي الفضاء السوقي على منتجات وخدمات ويمكن أن تكون رقمية أو مادية.
- ☞ البنية التحتية للسوق الالكترونية: تتكون من التجهيزات والبرمجيات.
- ☞ الواجهات: يتم من خلالها التفاعل بين الزبائن والفضاء السوقي .
- ☞ الأقسام الخلفية: تشمل جميع أنشطة المتصل بجميع الطلبات وتنفيذها.
- ☞ الوسطاء: هم جهة ثالثة تعمل بين البائع والمشتري.
- ☞ الشركاء التجاريين الآخرين: هناك شركاء يقومون بعمليات التغليف والشحن والتأمين.
- ☞ خدمات الدعم: هناك شركات توفر دعم واسع للعمليات التي تجري في السوق مثل خدمات التأمين والثقة<sup>1</sup> .

ومن هنا فالسوق عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من اجل تبادل المنتجات والخدمات وعندما تكون هيئة السوق الالكترونية فإن مركز التجارة بيناية أو ما شابة ، بل هو محل شبكي يحتوي تعاملات تجارية ، فالمشاركين في الأسواق الالكترونية نادر ما يعرفون بعضهم بعض، وطرق التواصل في السوق الالكتروني تختلف من فرد إلي آخر ومن حالة إلي أخرى<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> منتدى طلاب القدس: أسس التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> بسام نور: التجارة الالكترونية كيف ومتى وأين، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، 2003. c4arab.com.

شكل 7 : الأسواق الالكترونية



المصدر :سعد غالب ياسين ،مرجع سبق ذكره ص.250

### ثانيا:نظم ما بين الأطراف نفسها.

تنطوي نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة على تدفق المعلومات ما بين منظمين أو أكثر، وتهدف بالدرجة الأولى إلي ضمان معالجة كفو للتعاملات التجارية مثل بث الطلبات أو الفواتير والمدفوعات باستخدام نظم التبادل الالكتروني للبيانات أو شبكة الإكسترنيت ، وهذه الحالة تكون محددة مسبقا ولا توجد مفاوضات وإنما فقط تنفيذ يعكس الحالة في الأسواق الالكترونية فإن البائعين والمشتريين يتفاوضون ويقدمون العطاءات.

ويوضح الجدول التالي ابرز المفروقات القائمة ما بين النظم المتداخلة والأسواق الالكترونية .

كما تستخدم النظم المتداخلة حصريا في تطبيقات التجارة الالكترونية ما بين المنظمات B2B معا<sup>1</sup>.

في حين أن عرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة كإرسال الحوالات المالية والفواتير والكمبيالات عبر الشيكات الخارجية ، وفي هذه أنظمة فإن كل العلاقات ما بين الأفراد أو الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقا فلا توجد مفاوضات أخرى ولكن مجرد تنفيذ كما أن أنظمة المؤسسات تستخدم فقط في تطبيقات الشركات للشركات ، في حين أن تطبيقات الأسواق الالكترونية في تطبيقات الشركات للشركات، والشركات للمستهلكين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين وبشير العلق: التجارة الالكترونية ،مرجع سبقه ذكره، ص206.  
<sup>2</sup> بسام نور: التجارة الالكترونية كيف ومتى واين، الموسوعة العربية للكمبيوتر، مرجع سبق ذكره.

### جدول 1 : الخواص المميزة للنظم التنظيمية المتداخلة والأسواق الالكترونية

الأسواق الالكترونية	النظم التنظيمية المتداخلة
✓ يوجد نوعان من العلاقات، علاقات ارتباط بين العميل والبائع وهي تؤسس أثناء إجراء التعاملات وقد تدوم لتعامل واحد، كما توجد علاقة شراء بين العميل والبائع	✓ يتم تحديد العلاقة ما بين العميل والمورد بشكل مسبق على أساس كونها علاقة دائمة مستمرة مستندة إلي تعاملات متعددة
✓ تؤسس الأسواق الالكترونية حول شبكات عامة	✓ يتم إرساء النظم التنظيمية المتداخلة حول الشبكات خاصة أو عامه
✓ يحدد البائعون بالتنسيق مع صانع الأسواق تعاملات الاعامل التي يقومون بتوفيرها	✓ تنص الاتفاقيات على ضرورة استخدام وثائق واستمارات موحدة لتسهيل عمليات الدفع والتبادل
✓ يحدد البائعون والعملاء بشكل مستقل شبكات الاتصال التي يستخدمونها في العمل الالكتروني	✓ يتم الاتفاق مسبقا بين كافة أطراف لتعامل حول شبكات الاتصال الملائمة لعمل نظام وذلك أن هذه الشبكات يجب أن تكون جزء لا يتجزءا من النظام
✓ لا توجد خطوط إرشادية متفق عليها مسبقا	✓ تكون أطراف التعامل على بنية مسبقة بتوقعات كل منها تكون معروفة ومتفق عليها

المصدر: سعد غالب ياسين وبشير العلق: التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص207

### ثالثا: نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة.

تعتبر نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة بمثابة نظام موحد مؤلف من عدة شركات أعمال ، فنظام المعلومات التنظيمية المتداخلة المثالي أو المتعارف عليه يتضمن الشركة ومورديها أو عملائها ومن خلال ها النظام يتمكن البائعون والمشترون من ترتيب التعاملات الروتينية، ويتم تبادل المعلومات عبر الشبكات الاتصال وذلك باستخدام تصاميم وأشكال معدة مسبقا ، ولهذا ليس من الضروري استخدام نداءات هاتفية والوثائق الورقية والمراسلات التجارية ،اليوم تحولات عديد من هذه النظم إلي الانترنت وخاصة شبكة الاكسترانت بشكل خاص.ومن بين أنواع نظم

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

المعلومات التنظيمية المتداخلة، نجد مثلا النظام الالكتروني لبث الرسائل إيصال البريد الالكتروني إدارة سلسلة التوريد وهو نوع من التعاون مابين الشركة ومورديها أو عملائها في مجال التنبؤ بالطلب وتلبية الطلبات والشحن الفوري<sup>1</sup>

### مصطلحات:

الفرق بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية: عندما يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة والعملية ملموسة فالتجارة تقليدية بحتة ، وعندما يكون الوكيل رقمي والعملية رقمية فإن التجارة الالكترونية بحتة.

إذا كان احد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة فإنه سيكون هناك مزج ما بين التجارة التقليدية والالكترونية ونطلق عليها تجارة جزئية<sup>2</sup>.

الفرق مابين الانترانت و الاكسترانت : الانترانت ما هو إلا مشروع للاتصالات بين الموظفين في الشركات وفي مختلف الأقسام والفروع للشركة ولا بد أن يكون للشبكة فريق متكامل، أما الاكسترانت عندما يكون للشبكة أكثر من فروع في أكثر من مكان، وفي كل فرع شبكة الانترانت فعند ربط الشبكات بالانترانت تسمى الاكسترانت إذا ما هي إلا استخدام تقنية الانترانت لربط أكثر من شبكة معا<sup>3</sup>.

الحكومة الالكترونية: يقصد بها استخدام تقنيات المعلومات والاتصال والتبادل الالكتروني لتمكين المنظمات والمواطنين إلي الوصول إلي المعلومات والخدمات الالكترونية وتوصيل خدماتها لهم<sup>4</sup>

### رابعا : أمن التجارة الالكترونية.

أن انتشار التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية في كل أنحاء العالم وعلى نطاق واسع اجبر الشركات التجارية والأفراد على التركيز على القضايا الأمنية للانترانت.

الكثير من الأفراد الذين يقومون بعمليات الشراء عبر الانترانت وكل هذه المعلومات يتم تزويدها عبر الشبكة حيث تكون مهددة بالفضح أو عملية القرصنة وفي المقابل فإن الشركات التجارية الالكترونية تقوم بإرسال العديد من المعلومات السرية وخاصة إلي عملائها من الأفراد عبر الشبكة وتكون المعلومات معرضة للسرقة إذا لم يتم أخذ الاحتياطات الأمنية.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين وبشير العلاق: التجارة الالكترونية ،مرجع سبق ذكره،ص208.

<sup>2</sup> بسام نور: التجارة الالكترونية كيف ومتى وأين، الموسوعة العربية للكمبيوتر، مرجع سبقه ذكره.

<sup>3</sup> خضر مصباح الطيبي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية، مرجع سبقه ذكره ،ص57،ص68.

<sup>4</sup> منتدى طلاب القدس: أسس التجارة الالكترونية ،مرجع سبقه ذكره.

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

أن من أهم العوائق التي أدت إلي تخوف الكثير من التعامل بالتجارة هو عامل الأمن والحماية من السرقة لحقوق الملكية أو معلومات السرية وكل ما يسمى بالفيروسات ، حيث تقوم بتدمير كل البيانات والبرامج وأنظمة وتعطيلها .

أن كثير من المنظمات العالمية الخاصة والعامة ،تقوم بدراسة مستمرة لقضية الأمن عبر الانترنت وابتكار حلول جديدة للقضاء أو الحد من الحوادث الأمنية ومن أهم هذه القضايا

✓ الفيروسات

✓ تأكد هوية المتصل

✓ هجوم رفض الخدمة

✓ السرية والخصوصية

✓ عدم توفر الخدمة

✓ الصلاحيات

✓ تكامل المعلومات المرسله<sup>1</sup>

### 1. القضايا الأساسية للأمن على الانترنت:

هناك نقاط توضح بعض من القضايا الأمنية الأساسية والتي من الممكن أن تحدث عند التعامل مع أنظمة التعليم الالكتروني ومنها

☞ التحقيق من الهوية: أن عملية التحقق في أنظمة الشبكات وخاصة الانترنت يمكن تقسمها إلي عمليتين

أ- عملية التحقق من الكائن وهي عملية التأكد من هوية العميل أو المستخدم المدعي

ب- التحقق من الرسالة وهي عملية تأكد وتحقق من الرسالة معينة وهي رسالة حقيقية أي أنها قد جاءت من المصدر ولم يتم عليها أي تغيير أو تبديل

☞ الصلاحيات: أن الصلاحيات المعطاة للأشخاص معينين تكون من ضمانات من أنه، فقط هؤلاء العملاء وتحت ظروف معينة مسموح لهم لتداول خدمة معينة أو الحصول على معلومات معينة في وقت معين .

☞ السرية: أن السرية تعني الأخذ بعين الاعتبار الخصوصية والسرية عند تبادل الرسائل بحيث لا يتم فضح محتويات هذه الرسالة إلي أي طرف غير مصرح به.

<sup>1</sup> خضر مصباح الطيبي:التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية مرجع ،سبقه ذكره ص210

التكامل: يقصد به تكامل الرسائل المرسله بين الأطراف وعبر الشبكات كشبة الانترنت ، حيث أنه لضمان التكامل للرسائل، لابد أن استلام ها يكون بدون أي اعتراض أو تغيير لمحتوياتها.

عدم إنكار: ويقصد به إنكار المرسل للرسالة التي أرسلها ،إلي احد الأشخاص أو الشركات أي بكلمات أخرى،لابد من استخدام طريقة تثبيت من إلي أن الذي أرسل هذه الرسالة هو شخص معروف وتحمل توقيعه ولا يمكن لأحد ما أن يقوم بتزوير هذا التوقيع.

دوام الخدمة والتدقيق الالكتروني: أن هناك حاجة كبيرة لضمان أن المواقع الالكترونية متاحة 24 ساعة بدون أن لا يتم تعطيل الخدمة لأي سبب من الأسباب، وقد ظهر نوع من القرصنة ويسمي **هجوم رفض الخدمة** ويقصد به تعطيل الموقع لاستخدامه من قبل المستخدمين، وذلك بإرسال فيض من الرسائل وطلبات الخدمة في نفس الوقت ،كما أن تدقيق الأمني هي خدمة حقيقية تقوم بتسجيل كافة الأحداث والعمليات في كل الأوقات والمتابعة لعملية الفحص من اجل منع أي هجوم في المستقبل<sup>1</sup>.

### 2. أنواع التهديدات في بيئة التجارة الالكترونية:

هي تلك التهديدات الناتجة عن برمجيات وأنظمة المعلومات من امتثلتها التهديدات التقنية ومنها :

**حجب الخدمة عن المستخدمين الشرعيين** : أي المتهمج في هذه الحالة يقوم باستخدام برامج إرسال تقوم بإرسال عدد هائل من حزم البيانات بهدف التحميل الزائد على الويب وبالتالي حجب الخدمة عن المستخدمين.

**البرمجيات المؤذية**: تهدف إلي إتلاف ملفات أو بيانات أو البرمجيات أو أجهزة الحاسوب وأنظمتها.

**انتحال الشخصية الالكترونية**: وهو استخدام عنوان الانترنت الخاص بالأخرى، بهدف التمكن من دخول إلي الشبكة الداخلية وبالتالي إلي قواعد البيانات الخاصة<sup>2</sup>.

**التهديدات غير التقنية للتجارة الالكترونية**: تلك أنشطة المتعلقة بخداع المستخدمين من خلال الاتصالات المباشر أو بواسطة البريد الالكتروني أو غرف المحادثة .

**الهندسة الاجتماعية**: مخاطر غير تقنية، وهي أنشطة متعلقة بخداع المستخدمين من خلال الاتصال المباشر أو بواسطة البريد الالكتروني للحصول على كلمات المرور وغيرها

<sup>1</sup> خضر مصباح الطيبي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية مرجع ،سبق ذكره ،ص216.

<sup>2</sup> منتدى طلاب القدس: أسس التجارة الالكترونية ،مرجع سبق ذكره.

### 3. الحلول التقنية للحماية:

التأكد من هوية المستخدم أي استخدام اقوي كلمات السرية ، للتحقق من هوية المستخدمين مثل الشهادات الرسمية، أو الصوت، ومن أهم وسائل التحقق من الهوية :

✓ وسائل تتعلق بما يملكه الشخص مثل البطاقات البلاستيكية.

✓ وسائل تتعلق بما يعرفه الشخص مثل كلمات السر أو رمز أو الرقم الشخصي.

✓ وسائل تتعلق بخصائص الشخص مثل بصمة الإصبع.

أ- **التشفير:** هو تقنية قديمة استخدمت بهدف تغير محتوى الرسالة المرسله عبر قناة الاتصال.

✍ **المفتاح العام:** المفتاح الذي يتم تداوله ونشره بتقنية المستخدمين لتشفير أي معلومات أو رسالة الكترونية.

✍ **المفتاح الخاص:** هو النصف الآخر المكمل للمفتاح العام ويستخدم لإعادة المعلومات المشفرة إلي وضعها الطبيعي قبل التشفير خاص بخصوصية المستخدم<sup>1</sup>.

من هنا أن أساس عملية تحقيق الأمن عبر الانترنت أساسها عملية التشفير ،فالتشفير هو عملية تحويل أو تشفير البيانات المرسل عبر الانترنت بطريقة معينة، بحيث تكون عملية فك هذه الشفرة ومعرفة محتوى الرسالة المشفرة عملية صعبة للغاية ومكلفة ماديا وتحتاج إلي زمن طويل.

### ب- التوقيعات الالكترونية :

يعتبر التوقيع الالكتروني من أهم العناصر في البنية التحتية للعمليات التجارية المعتمدة على الانترنت ، والتي تجعل من تحويل المعاملات أكثر سرية وأمنا، فهي بمثابة ختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الانترنت ،فكما هو الحال مع التوثيق اليدوي حيث يوضح هوية الموقع فإن التوقيع الالكتروني يوضح هوية من قام بالتوقيع ، بالتالي يسمح التوقيع الالكتروني لمتلقي الرسالة بتأكد من شخصية المرسل والتأكد من محتويات الرسالة.

<sup>1</sup> منتدى طلاب القدس:أسس التجارة الالكترونية ،مرجع سبق ذكره.

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

فالتوقيعات الالكترونية هي توقيعات مكونه من حروف أو أرقام أو رموز أو صوت أو نظام معالجة بأي شكل من شكل الالكتروني<sup>1</sup> .

كما توجد من التقنيات الأمنية المستخدمة لزيادة الأمن عبر الشبكات الانترنت، التقنية الكشف المبكر عن الدخلاء ،والتي تستخدم برامج معينة ذكية تقوم بالكشف عن أي نشاطات هجومية مأكرة ،تقوم بذلك عبر مراقبة دقيقة للشبكة، في حين أن هذا النظام يجب أن يكون لديه المقدرة على جمع المعلومات عن كل عمليات التي تتم في الشبكة من عمليات تحميل وتنزيل وإرسال وبت ونقل المعلومات،حيث يقوم هذا النظام بتحليل كل هذه العمليات أو المعلومات من اجل تأمين مصادر الشركة.

بالإضافة إلي كل التقنيات الأمنية ، يجب على الشركات أن تتبني مجموعة من استراتيجيات المتواصلة التحديث والتطور ،حيث على الشركة أن تتعرف على التهديدات والمخاطر التي يمكن أن تواجهها وبعدها عليها أن تقرر الطريقة المناسبة لاختيار أفضل لأدوات التي تلائمها من اجل أن تضمن الأمن والسلامة لها ولعملائها وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

<sup>1</sup> محمد بن احمد السديري:التجارة الالكترونية تقنيات واستراتيجيات التطبيق ،ملتقى جامعة الملك سعود، الرياض،ص14

شكل 8 : إستراتيجيات تبني التجارة الالكترونية



المصدر: خضير مصباح الطيبي: التجارة الالكترونية الأعمال الالكترونية من منظور تقني تجاري واداري، مرجع سبقه ذكره ص 245

## المبحث الثالث: الاتجاهات العالمية والعربية لتنظيم التجارة الالكترونية وأهم معوقات تطبيقها بالجزائر

أن توسع استخدام الانترنت والتجارة الالكترونية يستحق أن يوصف بالتوسع ألنيكزي الفائق السرعة ذلك أن وتيرة النمو هذه لا توحى بالتباطؤ ، بل أن معطيات وتقديرات حديثة،لقد وصلت الانترنت اليوم إلي أن أصبح أوسع انتشار ،حيث يعتبر الظاهرة الاتصالية التي سجلت على نمو في كل الأوقات<sup>1</sup> .

### المطلب الأول: الاتجاه العالمي والعربي للتجارة الالكترونية .

#### 1. الاتجاه العالمي:

لوحظ أن هناك تفاوت كبير بين الأرقام الصادرة والمنشورة من جهات ودراسات مختلفة عن حجم واتجاه التجارة الالكترونية ،وقد أدى هذا التفاوت في الأرقام الصادرة إلي عدم وجود رقم محدد لحجم هذه التجارة سواء كان في الماضي أو الحاضر ،أو المستقبل،وتشير التقديرات إلي أن حجم هذه التجارة من المتوقع أن يصل إلي 350مليون دولار في عام2000،بينما أشارت التقديرات الصادرة من الاتحاد الأوروبي أن حجم التجارة بين المؤسسات الأعمال التي تمت من خلال شبكة الانترنت قدرت حوالي 7مليون ECUالعملة الأوروبية الموحدة قبل استبدالها بليورو وإشارات تقديرات أنه بحلول عام 2002 بلغت التجارة الالكترونية مقدار مليار دولار<sup>2</sup>.

على الرغم من اختلاف تقديرات المتخصصة إلا أنها أجمعت كلها على حقيقة أن نمو حجم التجارة الالكترونية بوتيرة جد متسارعة وبمعدلات لم يسبق لها مثيل.

يمكن استخدام بعض ما قدمته الدراسات لإعطاء صورة قريبة عن تطور واتجاه التجارة الالكترونية عالميا من خلال فترة زمنية محددة من 1994إلي 2006 من خلال الجدول التالي:

<sup>1</sup> كمال رزيق ومسودور فارس : التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر للألفية الثالثة، مرجع سبقه ذكره، ص11  
<sup>2</sup> محمد بن بوزيان ،عائشة بلحشر :التجارة الالكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ،مرجع سبقه ذكره.

### جدول 2: نمو حجم تطور التجارة الالكترونية عالميا<sup>1</sup>

الوحدة:مليار دولار امريكي

السنة	القيمة الدنيا	القيمة العليا
2006	12276	12837
2005	5000	9240.6
2004	620.1	6852.3
2003	3800	3990
2002	2236	2293
2001	717	1240
2000	377	680
1999	170	180
1998	74	26
1997	21.8	26
1996	2.9	2.9
1995	0.436	0.436
1994	0.08	0.08

**المصدر:** سمية ديمش: التجارة الالكترونية حقيقة وواقعها في الجزائر،مرجع سبقه ذكره، ص104

أن دراسة حجم التجارة الالكترونية خلال السنوات ابتداء بسنة 1994 أصبحت تمارس التجارة وفق خدمة معلومات غير مجانية على شبكة العالمية الويب مما زاد في تطوير نشاط المؤسسات التي تبيع السلع والخدمات عبر الانترنت مما أدى تطور أكثر لها فحسب الشكل السابق قدرت السوق العالمية للمبادلات الالكترونية بحوالي 8مليار دولار سنة 1994 لترتفع بشكل حد وتراوح ما بين 170كحد ادني و180كحد أقصى سنة 1999 وهو ما يعادل 21000 ضعف مقارنة بقيمة سنة 1994.

إلا أن الدراسات أثبتت أنه ابتداء من سنة 2000 تبدأ قيمة التجارة الالكترونية في التضاعف لتقفز من 377مليار دولار سنة 2000إلى 12276 مليار سنه 2006 في حين قدرت جهات أخرى ارتفاعها من 680مليار دولار إلى 12837 مليار دولار سنه 2006<sup>2</sup>.

فالتجارة الالكترونية شهدت نمو متزايد سواء من حيث حجمها أو عدد مستخدميها، ففي الولايات المتحدة أن 5000 شركة تابعة للقطاع الخاص تستخدم الانترنت ومن خلالها التجارة الالكترونية في تسهيل تعاملاتها التجارية، وتشير بعض المصادر الأمريكية إلى أن حجم التجارة الالكترونية بين الشركات الأمريكية وصل إلى 300مليار دولار سنة 2001 ويتوقع الخبراء بأن تقفز إلى 1300مليار دولار سنة 2003.

<sup>1</sup> سمية ديمش: التجارة الالكترونية حقيقة وواقعها في الجزائر،مرجع سبقه ذكره، ص104.

<sup>2</sup> سمية ديمش:مرجع نفسه، ص104.

أما وضع اتجاه التجارة الالكترونية في دول شرق آسيا فقد وصل حجمها في سنغافورة إلى 800 مليون دولار في سنة 1998، واندونيسيا والفلبين وتايلاند، بلغ حجم التجارة الالكترونية 400 مليون دولار ومن المتوقع بحلول سنة 2017 أن تصل الصفقات التي تبرم على شبكة الانترنت إلى 17 مليار صفقة تجارية سنوية<sup>1</sup>.

### 2. التجارة الالكترونية بالدول العربية :

ذكر وارن أيفا نز أحد خبراء في التجارة الالكترونية على الدول العربية اعتناق التجارة الالكترونية والتعليم الفوري، وذلك لتفادي العواقب المعادية للعولمة لأنه لم يعد هناك شيء اسمه الاقتصاد الوطني ،هناك اقتصاد محلي واقتصاد عالمي ،وينحصر دور الاقتصاد المحلي على تقديم الخدمات المباشرة فقط فيما يحتاج الجميع الاقتصاد العالمي.

نستنتج بأنه بات من الضروري مواكبة التطورات المرافقة للعولمة بما فيها ما اصطلح على تسميته بالانترنت ومن خلاله التجارة الالكترونية .

وأن جئنا لواقع التجارة الالكترونية في البلدان العربية فحسب دراسة نشرتها جمعية الانترنت المصرية فإن عدد المستخدمين بالانترنت بالبلدان العربية وصل سنة 1999 إلى 600 الف مستخدم في 12 دولة عربية وأكدت الدراسة أن التجارة الالكترونية الموجهة نحو قطاع الاستهلاكي سبقت تلك الموجهة نحو قطاع الأعمال.

حيث نجد أن من أصل 600 الف مستخدم بالبلدان العربية 6.4 بالمئه فقط يقومون بعمليات الشراء من خلال الانترنت أي حوالي 24000 مستخدم ، بينما 96 بالمائة ،أي حوالي 576000 مستخدم للانترنت يقومون فقط بتصفح صفحات الانترنت دون القيا بالشراء أو ممارسة التجارة الالكترونية ، وتجدر الإشارة أن البلدان العربية عرفت بدايات التجارة الالكترونية بعد سنة 1996 وقد بدأت فكرتها تتضح وتتطور نحو استخدام الأفضل مع تنامي استخدام الانترنت ،كما هو ملاحظ فإن التجارة الالكترونية تنتشر بالبلدان العربية الكائنة بالشرق الأوسط بصورة خاصة في حين أن بلدان المغرب العربي ، تزال بعيدة لحد الآن عن توفر بيئة التجارة الالكترونية .

وهذا فإن حجم التجارة الالكترونية بالبلدان العربية حتى نهاية شهر أوت 1999 ما يقارب 11.5 مليون دولار ، وقدرت سنة 2001 بما يعادل 250 مليون دولار أي بزيادة معتبرة عما

<sup>1</sup> فريد كورتل: واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية وسبل تطورها ، ملتقى ،حالة خاصة بالجزائر ،جامعة سكيكدة ،الجزائر.

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

كانت عليه قبل سنتين، وفي دراسة صادرة عن شركة فيزا الدولية توقعت أن تصل قيمة أعمال التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط إلى حوالي 1مليار دولار مع نهاية سنة 2002 وقد تصل إلى 3مليارات دولار سنة 2003 .

في حين أن حجم الكلي للتجارة الالكترونية مجتمعه لا تمثل سوي 1.5 بالمئة تقريبا من حجم التجارة في الولايات المتحدة 1999 .

وهذا راجع إلي الأسباب والصعوبات التي تواجه نمو التجارة الالكترونية بالدول العربية مثل غياب منظومة قانونية تحكم المعاملات التي تتم بإطار تجري وغياب عنصر الأمان .

**الجدول الموالي يوضح لنا تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي :**

### جدول 3 : تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي

2007	1997	البيان
950 مليون دولار	9 مليون دولار	حجم التجارة الالكترونية في الوطن العربي

**المصدر:** أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مرجع سبقه ذكره، ص184

من خلال ما عرضناه سابقا من نسب للاشتراك في الانترنت وحجم التجارة الالكترونية في الدول العربية وبعد العرض يتضح لنا أن مجتمع العربي بعيد عن عالم التجارة الالكترونية لكن هذا لا يعني أن المنظمات غافلة عن هذا بل تشهد في الفترة الأخيرة صحوة في التعارف بأهمية التجارة الالكترونية في محاولة لتجنب البعد عن التجارة الالكترونية بين القطاعات<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> فريد كورتال: التجارة الالكترونية، مرجع سبقه ذكره

## المطلب الثاني:التجارة الالكترونية في الجزائر

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الالكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم والتي يتوقع الخبراء أن تتجاوزها من خلال السنوات القادمة، في ظل نسب العلية التي تسجلها التجارة الالكترونية ، إلا أن الجزائر لم تسن لحد لأن قانونا خاص بالتجارة الالكترونية رغم الحديث عن تدارك هذا الأمر خلال تعديل القانون المدني، الذي من المنتظر أن يفردها لها مواد خاصة بها تحدها وتضبط قواعدها.

ومع ذلك فقد سنت الجزائر بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر احد جوانب التجارة الالكترونية ، كالقانون الخاص بموردي الانترنت ، أو المواد المتعلقة بالجريمة الالكترونية ، أو تلك المتعلقة بالمكية الفكرية صناعية، خاصة أن عدد من الشركات العالمية تصنف الجزائر كإحدى اكبر المناطق التي ترتفع فيها نسب القرصنة البرمجيات والجريمة الالكترونية مما حد بشركة مايكروسوفت العملاقة إلي تنصيب مكتبها الجهوي في الجزائر، غير أن هذه القوانين التي تم إصدارها جاءت بناء على إلحاحات دولية ورغبة الجزائر بانضمام إلي المنظمة العالمية للتجارة .

وهذا ما يعني أن الجزائر مقبلة في المستقبل القريب على إصدار قوانين خاصة بالتجارة الالكترونية .

في حين يخطئ الكثير من الناس عندما يعتقدون أن الجزائر لم تعرف لحد أن أي شكل من أشكال التجارة الالكترونية ، فموردو الانترنت بروفايدر ، يعتبر مثلا واضحا لممارسة التجارة الالكترونية بالجزائر ، فتزويد المؤسسات والأفراد بالانترنت يدخل ضمن نطاق التجارة الالكترونية التي تعني في ابط تعريفاتها مجموعة التبادلات التجارية التي تتم عبر الشبكة الاتصالات، وليس بالضرورة أن يتم الدفع الكترونيا ، فحتى لو قام الزبون بدفع ثمن اشتراكاته بالانترنت نقدا أو عبر الشيك ، فإن ذلك يعد أيضا ضمن معاملات التجارة الالكترونية وهذا رغم توفر بطاقات الدفع الالكترونية .

وتجدر الإشارة إلي أن أول من أسس شركة تجارية خاصة بتزويد الانترنت في الجزائر هو يونس قرار الملقب ب بيل غايتس الجزائر ، والذي قام بمغامرة فريدة من نوعها عندما استغل الفراغ القانوني في مجال توريد الانترنت.

وبحلول عام 2000 كانت هناك شركتين فرضتا نفسيهما في السوق ، ويتعلق الأمر ب أيباد وجيكوس<sup>1</sup> .

كما يأتي المجال للإصلاح المصرفي بفتح هذا لتطور التجارة الالكترونية ،شروع الجزائر في إصلاحات مصرفية عميقة خاصة من شأنه التسريع في تطوير التجارة الالكترونية والتسويق عبر الانترنت من خلال تحديث وتحدد وسائل الدفع الالكترونية كل ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو بطئ الإجراءات تحويل الأموال عبر البنوك<sup>2</sup> .

أن تطور التجارة الالكترونية مرتبط بما توفره الدولة للمؤسسات سواء تلك التابعة للقطاع العام أو الخاص ، وبما توفره أيضا من بنية تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الالكترونية على أحسن وجه.

ولتستطيع الجزائر الصمود في وجه المنتجات والخدمات، خصوصا أنه يأتي يوم تختفي فيه الدولة الوطنية ،لتحل محلها الدول الخدمات ، دون تلبية الاحتياجات ،يجب على الدولة أن تحسن وتطور منتجاتها وخدماتها وتعتمد التجارة عبر الانترنت أن مستوي دخول الانترنت في المعاملات وإتاحة واتساع أنشطة التجارة الالكترونية عبر الانترنت وتنفيذ العمليات المصرفية والمالية الكترونيا هو الذي ، يحد مدي فجوة الموجودة بين الدول المتقدمة ودول النامية ،والتي أخذت في الاتساع نظرا للفجوة الموجودة بين هاتين المجموعتين من الدول اقتصاديا ، وثقافيا ، وتكنولوجيا<sup>3</sup> .

وأن محاولة رصد ودراسة مدي تبني الجزائر لتجارة الالكترونية والرغبة في إجلاء الغموض عنها يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع ،إلا أنه يطرح مشكل ندرة البيانات ،فلا توجد أي إحصائيات ولو بسيطة أو قديمة عن حجم التجارة الالكترونية بالجزائر ، وهذا بسبب عدم وجود هيئة مختصة تستوعب درجة أهمية التجارة الالكترونية وبالتالي تكون مصدر قادرا على توفر البيانات على مدي التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الالكترونية.

لكن هذا النقص لا يمنع وجود بوادر أولى للتجارة الالكترونية بالجزائر ، فعلى سبيل افتتاح الصالون الدوى لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات في 18 ماي 2009 الذي حمل شعار التجارة الالكترونية والاقتصاد المعرفي ،أعلن به عن انطلاق التجارة الالكترونية في شهر افريل 2009 من قبل الوزرين ،وزير الاتصال ووزير التجارة،مؤكدين أن الجزائر تحصل على إطار قانوني

<sup>1</sup> منتديات الحقوق والعلوم القانونية:واقع التجارة بالجزائر،19.08.2009 الجزائر،drott.dz.com

<sup>2</sup> منتديات خميس مليانة:التجارة الالكترونية وواقعها في العالم العربي ،مرجع سبق ذكره.

<sup>3</sup> منتديات الحقوق والعلوم القانونية:واقع التجارة بالجزائر،مرجع سبق ذكره.

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة الالكترونية بها ، ويوفر الأمن والحماية اللازمة للبيانات والصفقات الالكترونية على الخط، ويخلق مناخ الثقة لدي المؤسسات والزبائن الجزائريين.

بالتالي فقد كرس مفهوم التجارة الالكترونية الجزائرية من خلال نمو الكبير لعدد مزودي خدمات الانترنت من شركة واحدة سنة 1998 إلى 10 شركات سنة 2000 ، ثم تضاعف إلى سنة 2008<sup>1</sup>.

وعلى صعيد الصفقات التجارية وضح تقرير ، أن الجزائر احتلت المرتبة الأخيرة 133 ، فيما يتعلق باستعمال الانترنت لأغراض تجارية، مثل بيع ، شراء ، تفاعل مع الموردين والزبائن

وسجلت علامات قدرها 2.54 على سلم من 1 إلى 7، وهو ما يدل أن مستوي تطبيقات التجارة الالكترونية المستخدمة من قبل الشركات الجزائرية كأن ضعيف ، حيث أن هذه المؤسسات تستخدم الوسائل التقليدية في تجارتها.

ومازلت بعيدة عن ممارسة الواسعة للتجارة الالكترونية، واقتصر هذه الأخير في تطبيقاتها على الدعاية والترويج للشركة ومنتجاتها دون عقد صفقات تجارية عبر الانترنت واكتفت المؤسسات باستعمال هذه التقنية (الانترنت) لأغراض بسيطة كالاتصال والإعلام<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سمية ديمش: التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها بالجزائر، مرجع سبق ذكره، ص229.  
<sup>2</sup> سمية ديمش: التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها بالجزائر، مرجع سبق ذكره، ص235..

**المطلب الثالث: معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية بالجزائر وسبل معالجتها .**

### **أولا :معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية بالجزائر**

أن التجارة الالكترونية تكسب أرضا جديد في كل ثانية في سائر أنحاء المعمورة، رغم الأهمية البالغة لضرورة اعتماد التجارة الالكترونية كأداة متطورة في الاقتصاد الجزائري إلا أن أهمية التجارة لم تعتمد إلي غاية يومنا هذا، بل أننا نحتاج أن نقول أنه لم يتم حتى التفكير في ضرورة اعتمادها، وبالتالي فإننا نسجل مجموعة من الأسباب التي نرى أنها تحول دون انتشار هذه التجارة في بلادنا ونذكر منها:

الأمية في شكلها التقليدي:

تعتبر الجزائر من الدول التي تضم نسبة أمية مرتفعة أي ما يفوق أي ما يفوق سبعة ملايين أمة، وبالتالي كيف لهؤلاء أن يفقهوه معني أن تمارس التجارة الالكترونية عبر الانترنت

✍ **الأمية المعلوماتية**: ويقصد به الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الإلي والبرمجيات .

✍ **حاجز اللغة**: حيث أن معظم التعاملات التجارية الالكترونية بالانجليزية .

✍ عدم انتشار النسبي في وسائل الاتصالات عن بعد.

✍ ارتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب.

✍ ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت<sup>1</sup> .

✍ عدم اهتمام الجهات الإدارية العليا للبلاد بالموضوع فلا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدي اهتماما الناس بهذا الموضوع من هذا النوع من التجارة والتفكير في سبل تقنياتها والاستفادة من تجارب الدول.

✍ تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة<sup>2</sup>.

أن المشاكل التي تحول دون تطبيق وتطويرا لتجارة الالكترونية في الجزائر لا ترجع فقط للمشاكل الخاصة بمدي توفر الأرضية البرمجية والمادية للمشروع. وإنما هناك مشاكل تتعدي ما ذكرنا فهناك مشاكل تتعلق بالجوانب النفسية والتعليمية لدي المجتمع المدني ، والاقتصادي إذ أن ليس للجزائر مجتمع معلومات بعد قادر على استعمال تقنيات التجارة الالكترونية من أجل تحقيق

<sup>1</sup> محمد بن بوزيان وعائشة بلحشر :التجارة الالكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ،مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup> كمال رزيق ومسور فارس :التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر الالفية الثالثة ،مرجع سبق ذكره.

إشباع حاجاته، أضف إلى ذلك عدم توفر الكوادر البشرية التي لها القدرة على التحكم بالتقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، إضافة إلى مشكلة التشريع القانوني الذي لا يزال غير واضح للجميع حتى يتسنى تجنب المشاكل التي تنجم عن ممارسة التجارة الالكترونية داخل أو خارج الجزائر<sup>1</sup>.

يمثل مشكل التوزيع المنتجات التي يمكن توزيعها نتيجة تعامل إلكتروني (ملف رقمي، صورة رقمية) لا يشكل التوزيع مشكلة ضمن برنامج تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر ، بقدر ما يصبح التحدي هو ضمان قدرة الشبكة على تحمل هذه المرحلة المهمة من مراحل التجارة الالكترونية<sup>2</sup>.

### ثانيا : سبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر.

بعد أن ذكرنا مجموعة الأسباب التي تعيق تطوير استخدام التجارة الالكترونية بري أن هناك مجموعة من السبل والأساليب من أجل تفتح الاقتصادي الجزائري على التجارة الالكترونية عرفت روجا في دول العالم وهي

- ✍ إرساء قواعد تكوينه في الإعلام الآلي على جميع المستويات على جميع المستويات التعليمية.
- ✍ ضرورة حوصلة قطاع الاتصال وفتح باب المنافسة فيه، من أجل انتشار الثقافة الالكترونية بما فيها التجارة الالكترونية.
- ✍ التفكير في الإطار القانوني للتجارة الالكترونية وإدخالها ضمن قواعد القانون التجاري.
- ✍ تخفيض الرسوم الجمركية على تكنولوجيا المعلوماتية حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع.
- ✍ تطوير أساليب الدفع الإلكتروني لذي مختلف المراكز الائتمانية .
- ✍ التفكير في قوانين حماية المستهلك الجزائري وهذا تقادي للتخوف من مخاطر التجارة الالكترونية<sup>3</sup>.
- ✍ سبل التوعية مثل الحملات التنويرية الهادفة إلى نشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة الالكترونية ، يعد عاملا أساسيا في نشر التجارة الإلكترونية لا يمكن تطبيق خطة التجارة الالكترونية إلا في ضوء إعلامية تنويرية .

<sup>1</sup> محمد مولودغزيل: معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل معالجتها، أطروحة نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص345.

<sup>2</sup> محمد مولودغزيل: مرجع نفسه، ص350.

<sup>3</sup> كمال رزيق ومسور فارس: التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الالفية الثالثة، مرجع سبق ذكره.

## الفصل الثاني : محددات استخدام و معوقات التجارة الالكترونية

- ☞ الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات، وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية، أهمية توظيف الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهياكل الوطنية والأجنبية.
- ☞ تعميم استعمال الانترنت وبروزها كقاعدة للتجارة الالكترونية.
- ☞ تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار<sup>1</sup>.
- ☞ ابتكار طرق لحماية الشبكة، خاصة الأماكن المحتمل تعرضها للكوارث الطبيعية .
- ☞ تحديد المشاكل المتسببة في بطئي تدفق البيانات ،كنقص فعالية أجهزة التبريد الخاصة بخزانات الأجهزة<sup>2</sup>.

كما أن من أهم مزايا الاقتصاد الجزائري التي يستفيد بها بعد اعتماده التجارة الالكترونية:

- ☞ فتح آفاق أوسع أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الخاصة التي تعاني من مشكلة صعوبة النفاذ في الأسواق العالمية.
- ☞ الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة ، وبالتالي توفر إمكانيات إخراج اقتصاد جزائري من تخلفه.
- ☞ منح مجال لتنافسية أكثر.
- ☞ تطوير الصادرات خارج المحروقات ، حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية.
- ☞ تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الالكترونية الخاصة بطرق الدفع الالكتروني.
- ☞ تفادي المشاكل الإدارية،فيما يتعلق بالتخلف عن موعد تقديم التصريحات الجنائية أو دفع المستحقات ، حيث يمكن ذلك بسهولة عن طريق شبكة الانترنت.
- ☞ سهولة الوصول إلى شريحة كبيرة من المستهلكين المحليين<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> سمية ديمش:التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها بالجزائر،مرجع سبق ذكره،ص292.

<sup>2</sup> محمد مولود غزيل،معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل معالجتها،مرجع سبق ذكره،ص367.

<sup>3</sup> محمد بن بوزيان،عائشة بلحرش:التجارة الالكترونية في الجزائر الفرص والتحديات،مرجع سبق ذكره.

## خاتمة الفصل الثاني

أن التقدم الهائل في وسائل الاتصال عن بعد والتجارة الالكترونية سمة من سمات ما يسمى بالاقتصاد الجديد، بما يحقق الأمل في تحقيق عولمة بأسلوب غير تقليدي مخالف للفكر القديم. هناك مراحل ضرورية لنمو الاقتصاد في اكتساب الدول العرب لهذه التقنيات الحديثة يمكنها أن تساهم في تفعيل وتحريك اقتصادياتها مع ما يتوافق المعطيات العالمية، وبالتالي التجارة الالكترونية لم تعد خيار نقبله أو نرفضه، بل أصبحت حتمية تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم، من أجل اكتساب اقتصاد عالمي في تسارع ثورات تكنولوجية عالية.

الفصل الثالث:

دراسة حاله للمؤسسة الوطنية للأنسجة الصناعية والتقنية **EATIT**

## تمهيد :

تعتبر مؤسسة تندال كمؤسسة عمومية ووطنية، تعمل في قطاع الأقمشة الصناعية ، كما تعتبر من اكبر المؤسسات النسيجية على المستوى الافريقي، كما تلعب دورا كبير على مستوى الاقتصاد الوطني حيث كانت الجزائر قبل أنشاء هذه المؤسسة تحتاج إلي كمية كبيرة من المواد النسيجية، إذ تقوم باستيرادها من الخارج وبالعملة الصعبة وخلق مناصب شغل ، تم أنشاء هذه المؤسسة.

حيث في فصلنا هذا الثالث قسمناه إلي ثلاثة مباحث رئيسية ، حيث تناولنا المبحث الأول تقديم المؤسسة ونشأتها بطاقة فنية على المؤسسة، أما المبحث الثاني عرض الاستثمار ، فيما يخص المبحث الثالث قمنا بعرض تحليل النتائج.

## المبحث الأول: التعريف بنشاط المركب .

عرفت الجزائر في بداية السبعينات أنشاء عدة مؤسسات اقتصادية، خدمية وصناعية منها وصناعة في مختلف القطاعات، ومن المؤسسات التي أنشأت في هذه الفترة مؤسسة تيندال بالمسيلة والتي تعتبر من أهم المؤسسات الرائدة في مجال صناعة الأقمشة اليوم، وهي المؤسسة محل الدراسة في هذا البحث.

## المطلب الأول : لمحة تاريخية عن المؤسسة EATIT.

جاءت فكرة أنشاء مؤسسة الأقمشة الصناعية نتيجة إستراتيجية متبعة من طرف الحكومة قصد إنعاش الاقتصاد الوطني، وذلك بعد سنوات عديدة من الاستقلال بسبب الأوضاع الاقتصادية التي عاشتها البلاد.<sup>1</sup>

وتعود أول خطوة اتبعتها الحكومة في أنجاز المؤسسة سنة 1970 ، حيث تم القيام بدراسة الخطوات المتعلقة بالمواد النسيجية لإنتاج 4500 طن سنويا ، أي ما يعادل 15.500.500 متر طولي من القماش ، منها 5 ملايين متر طولي موجهة إلي قسم التفصيل ، لأجل ذلك أعطى وزير الصناعة والطاقة اهتماما خاصا لهذا المشروع ، وتم تسجيله ضمن برنامج خاص بالنسبة لولاية سطيف سنة 1971 ولكن بعد التقسيم الإداري لسنة 1974-1975 الذي نتج عنه ميلاد ولاية المسيلة ، حيث تم أنشاء هذا المشروع بولاية المسيلة الذي أصبح تابعا لها

وبموجب عقد مؤرخ بتاريخ 1975/11/13 قاما الرابطة الفرنسية " أقش ويلوا " بانجاز هذا المركب ، حيث تبلغ مساحته الإجمالية حوالي 329800 متر مربع منها 65561 متر مربع مغطاة ، وقد بدأت الأشغال بالمركب بتاريخ 11 / 04 / 1977 وانتهت في سنة 1979، وقد قدرة تكاليف أنجاز المركب ب : 4.711.856.000 فرك فرنسي أنذاك أي ما يعادل 5.506.900.000 دينار جزائري ، ومول المركب بكل تجهيزات أنتاج من طرف أما البناءات وتركيب الأجهزة فكأن من طرف شركة " اقاش ويلوا "

وفي 1980/12/01 تم الدخول الفعلي في الإنتاج ، ويعمل هذا المركب في ظل نظام عمل متواصل ، المتكون من فوجين أو ورشتين:

<sup>1</sup> المصدر: مصلحة المستخدمين بالمركب

حيث تعمل الورشة الأولى من الساعة الخامسة صباحا (5:00) إلي غاية الساعة الواحد زوالا (13:00).

أما الورشة الثانية فتعمل من الساعة الواحدة زوالا (13:00)إلي غاية الساعة التاسعة مساءا (21:00).

أما بالنسبة إلي قسم التفصيل والخياطة فيبدأ بالعمل من الساعة الثامنة صباحا (8:00) إلي غاية الساعة الرابعة مساءا(16:00) كما هو الحال بالنسبة للإدارة حيث تعمل بنفس الوقت من الساعة 08:00 صباحا إلي غاية الساعة 16:00 مساءا .

عدد العمال الدائمون في المركب 624 عامل ، وعدد العمال المتعاقدون هو 70 والعدد الإجمالي حسب آخر الإحصائيات من طرف دائرة المستخدمين إلي غاية نهاية شهر سبتمبر 2011 هو : 694 عامل موزعين على مختلف أقسام المركب .

وقد تم إعادة هيكلة المؤسسة مؤخرا وانبثقت منه ما يسمى EATIT

كما يقدر رأسمالها العامل ب :1.000.000.00 دج .

## المطلب الثاني : طبيعة نشاط المركب .

ينتمي نشاط المركب EATIT إلى مجال الصناعات الخفيفة ، والمتمثلة في إنتاج الأقمشة الصناعية ذات الهدف الاقتصادي ، هذا الهدف يترجم تطبيق برنامج إنتاجي يحقق كل سنة باستعمال وسائل مادية ومالية وبشرية ، موزعة على مختلف أقسام الهيكل التنظيمي للمركب هي كما يلي<sup>1</sup> :

يعتمد المركب في نشاطه إنتاجي على أربع ورشات رئيسية وهي :

✓ ورشة الغزل .

✓ ورشة النسيج .

✓ ورشة التكملة .

✓ ورشة التفصيل والخياطة .

حيث ينتج عن هذه الورشات عدة أنواع من المنتجات وهي كالتالي :

1. **الخيط** : يستعمل في إنتاج هذه المنتجات عدة مواد أساسية من بينها مادة القطن والخيوط المستوردة ، والصبغة ، وكذلك الماء والطاقة الكهربائية ، ويتم استيراد نسبة كبيرة من المواد الأساسية من الخارج ، والباقي يتم التزود به من السوق الوطنية ،
  2. **القماش textil** : هو المنتج الموجه لصناعة الأغطية والخيم .
  3. **منتجات مختلفة** ( قماش مفصل ) textil confectioneer : وهي منتجات تامة الصنع كالخيم بمختلف الأحجام والمضلات وأغطية الشاحنات والسيارات وملابس العمال .... الخ .
- يقوم المركب بتسويق منتجاته على عدة أسواق ، على مستوى السوق الداخلية ، وعلى مستوى السوق الخارجية ، وكذلك يبيع جزء معتبر من الفضلات والمهملات وبقايا إنتاج
- أما بالنسبة لأسلوب إنتاج المتبع في المركب ، فهو أسلوب إنتاج بالطلبات ، وكذلك أسلوب إنتاج المستمر ن حيث يتسلم المركب الطلبات من قبل الزبائن قبل فترة طويلة من التاريخ الذي يرغب فيه الزبائن الحصول على طلبياتهم أو استلام منتجاتهم .

<sup>1</sup> المصدر: مصلحة المستخدمين بالمركب .

## المطلب الثالث : وظائف أقسام المركب.

ينقسم المركب إلي قسمين هما<sup>1</sup>:

أ- الأقسام إنتاجية ب- الأقسام الإدارية

### أولاً: الأقسام إنتاجية .

وهي الأقسام التي سبق ذكرها في المطلب السابق بالإضافة إلي أقسام أخرى وهي كالتالي:

#### 1. قسم الغزل *filature* :

يعمل في هذا القسم 167 عامل منها 41 عامل متعاقد و54 في إطار العقود المدعمة، ، ويتم العمل في هذا القسم على عدة مراحل يتم فيها غزل القطن وهي:

- ✓ مرحلة الخلط .
- ✓ مرحلة التسريح .
- ✓ مرحلة السحب والبرم .
- ✓ مرحلة الغزل النهائي .
- ✓ مرحلة التمشيط .
- ✓ مرحلة التجميع .
- ✓ عملية التدوير .

مرورا بهذه المراحل السالفة الذكر يتم أنتاج عدة أنواع من الخيوط حسب ما يحتاجه قسم النسيج في عملية أنتاج

#### 2. قسم النسيج *tissage* :

يشتغل بهذا القسم 161 عامل منها 62 عامل متعاقد ،39 في إطار العقود المدعمة، كما يتمثل نشاط قسم النسيج في نسيج الأقمشة المختلفة ابتداء من مختلف الخيوط التي تم صنعها عبر المراحل المختلفة في ورشة الغزل ، وتتم عملية النسيج على عدة مراحل :

- ✓ مرحلة التسدية
- ✓ مرحلة التنشئة

<sup>1</sup> المصدر: مصلحة المستخدمين بالمركب .

✓ مرحلة الفحص

بعد انتهاء من عملية النسيج يوجه جزء من الأقمشة إلي قسم التكملة والجزء الآخر إلي التسويق حسب نوعية الطلب .

### 3. قسم التكملة **finissage** :

يشتغل بهذا القسم 63 عاملا من بينها 16 عاملا متعاقدًا و39 في إطار العقود المدعمة، كما يختص قسم التكملة في صباغة الأقمشة ، حيث يوجد بهذا القسم عدة أنواع من آلات الصباغة منها آلات الصباغة المستمرة ذات الطاقة إنتاجية العالية ، وتستعمل في عملية الصباغة مواد كيميائية ، وتتم عملية الصباغة في عدة مراحل :

✓ الصباغة

✓ التثبيت والأكسدة

✓ الغسيل والتنشيف

أهم الصبغة المستعملة هي : الصبغة المباشرة ، الصبغة الكبريتية ، المواد الملونة ، وبعد عملية التبييض والصباغة تأتي عملية التجهيز النهائي وهي العملية النهائية التي ترمي إلي تحسين مظهر الأقمشة .

### 4. قسم التفصيل والخياطة **confection** :

يشتغل بهذا القسم 89 عاملا منها 10 عاملا متعاقدًا، و29 في إطار العقود المدعمة ، ويختص هذا القسم في صنع الخيم بجميع أنواعها ، المظلات ، سترة الخيم ، أغطية الشاحنات والسيارات ... الخ

وتتم هذه العملية خلال عدة مراحل :

✓ الرسم .

✓ التقطيع .

✓ التلحيم .

✓ الخياطة

5. قسم الصيانة maintenance :

يشتغل بها القسم 91 عاملا من بينهم 15 عمال متعاقدين و 14 في إطار عقود المدعمة ويعتبر هذا القسم ذو أهمية بالغة بالنسبة لأقسام أنتاج وهذا نظرا لمساهمته في استمرارية العملية إنتاجية ، عن طريق المراقبة والصيانة المستمرة للآلات من الناحية الميكانيكية والكهربائية وصنعه لبعض قطع الغيار التي لا تتوفر في السوق الوطنية.<sup>1</sup>

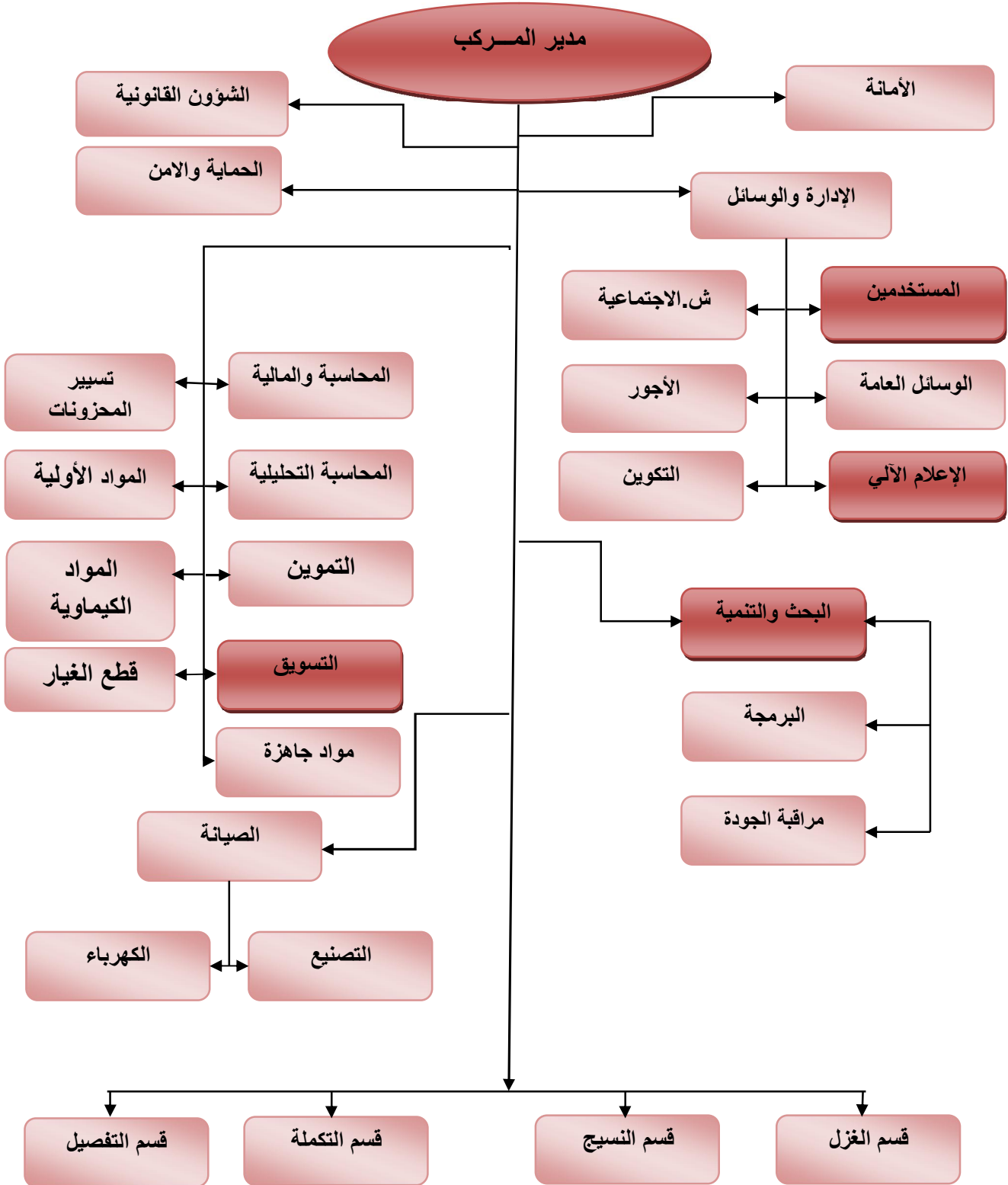
ثانيا: الأقسام الإدارية .

1. قسم الإدارة : يهدف هذا القسم إلي الرقي والازدهار للمركب وبالتالي تكوين رفاهية العمال وأهم المصالح الإدارية هي :
2. دائرة المستخدمين والتكوين : يشتغل بدائرة التكوين والمستخدمين 14 عاملا منها 04 عمال متعاقدين وهي تهتم بكل ما يتعلق بشؤون العمال من الناحية الإدارية كالتعيين والمواظبة على الحضور والغياب وتكوين العمال مهنيا لرفع مستواهم المهني .
3. دائرة الشؤون الاجتماعية : يشتغل بدائرة الشؤون الاجتماعية 14 عاملا منها 01 متعاقد وهي تهتم بالإشراف على كافة البرامج الثقافية والرياضية والاجتماعية التي تهتم العمال.
4. دائرة التموين والتسويق : يشتغل بها 07 عمال منها 02 عمال متعاقدين . تقوم هذه الأخيرة بتسويق المنتج إلي الأسواق الوطنية وتصدير بعض أنواع إلي الأسواق الدولية .

<sup>1</sup> المصدر: مصلحة المستخدمين بالمركب

## المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للمركب .

الشكل 9 : الهيكل التنظيمي للمركب



المصدر : مصلحة التكوين بالمؤسسة

## المبحث الثاني: الدراسة الميدانية لممارسة تبدال للتجارة الالكترونية

### المطلب الأولى: الإطار المنهجي المتبع في الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأكثر ملائمة وقدرة على كشف الأسباب وتحديد الأثر الناتج عن ممارسة أو عدم ممارسة المؤسسة للتجارة الالكترونية ولأن طبيعة البحث الذي نتناوله تهدف إلي تحديد طبيعة الأثر الذي تمارسه التجارة الالكترونية كأن من الطبيعي دراسة هذا الموضوع باستخدام هذا المنهج.

كما أن المنهج الوصفي يهدف إلي جمع البيانات أو الإجابة على تساؤلات تتعلق بالحالة الراهنة للمؤسسة ثم تعليق عليها وتحليلها و هذا من أجل السعي إلي صياغتها في ضوء ما هو موضوع من الفرضيات.

## المطلب الثاني: أدوات المستعملة في الدراسة.

أن طبيعة الموضوع المتناول يتطلب الاعتماد على طريقة عملية أكثر إماما بجميع الجوانب ، الأساسية للموضوع ، لأجل ذلك تم الاعتماد على:

### أولاً:المقابلة الشخصية.

تم الاعتماد على المقابلة الشخصية مع مسؤولي تيندال من أجل الحصول على معلومات أكثر دقة ، تدعم الأجوبة المتحصل عليها من خلال الاستمارة الموجهة لهؤلاء المسؤولين.

والغرض الأساسي من المقابلة الشخصية هو التأكد من صحة البيانات والإجابات المتحصل عليها.

وهي من بين وسائل الدراسة المستخدمة،فقد تم إجراءها مع مسؤولي الأقسام وكانت أهم مقابله لنا مع المدير ورئيس قسم التسويق، وقسم الإعلام الإلي ، وقسم مصلحة المستخدمين وقسم البحث والمنهجية مع اعتبار أن هذه الأقسام لها أهمية لمواكبة تكنولوجيا التجارة الالكترونية، وقد تم تقديم أسئلة في شكل حوار وقد تم طرحها مباشرة

### ثانياً:الاستمارة.

اعتمادا على إشكالية البحث و فروضه تم اختيار مجموعة من الأسئلة، يعتبر من الضروري

الإجابة عليها لأنها هي الوسيلة المعتمدة من أجل إبراز الهدف من البحث ، و بالتالي استخلاص النتائج، ومحاولة تحليلها، إعطاء حلول و توصيات تخدم المؤسسة محل الدراسة بشكل خاص و المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بشكل عام.

ونشير إلي أن أسئلة الاستمارة هي أسئلة سهلة خالية من التعقيد و الغموض ، و الهدف من ذلك هو تمكين كل مسؤل من الإجابة عليها بكل سهولة ، و تفادي عدم الإجابة بسبب عدم الفهم أو الملل من عدم وضوح الأسئلة.

كما نشير إلي أن الأسئلة تم إعدادها تبعا لخطة البحث بحيث تناولت أسئلة خاصة بوسائل الاتصال في المؤسسة، وجزء آخر من الأسئلة المتخصصة تدور حول مصادر المعلومات ، والجزء الأهم هو شبكات المعلوماتية في المؤسسة.

كما تضمنت استمارة مقابلتنا مجموعة من الأسئلة مقسمة إلي عدة فروع وهذا من اجل دقة المعلومات ، كما كانت طريقة معالجة الأسئلة من طرف الطالب هي طرح السؤال والجواب من طرف المعني ، ثم عملية التعليق. أن الإجابة على إشكالية المطروحة والتأكد من فروضها تتضمنها الدراسة نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال مقابلتنا مع رؤساء بعض الأقسام، مع العلم أنه مع إجراءنا لعملية المقابلة المقدمة للمؤسسة، كانت هناك عوائق التي حالت دون أنجاز العمل التطبيقي .

### ثالثا: الأدوات الإحصائية المستخدمة.

استخدمنا في بحثنا لمعالجة البيانات الخاصة برؤساء الأقسام الواردة في الاستبيان عدد من الأساليب الإحصائية والمتمثلة في :

- ✍ التكرارات.
- ✍ النسب المئوية.

## المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة الميدانية.

من خلال هذا المبحث تحليل ومناقشة النتائج والمعلومات المتحصل عليها، من خلال استخدام أدوات البحث العلمي المذكورة سابقا، وهو ما يتيح لنا في النهاية اختبار صحة فرضيات الدراسة.

### المطلب الأول: وسائل الاتصال في مؤسسة تندال.

في هذا المطلب حاولنا التعرف على مختلف مصادر المعلومات الخاصة بالمؤسسة و أهميتها.

#### أولا: وسائل الاتصال بالمؤسسة تندال .

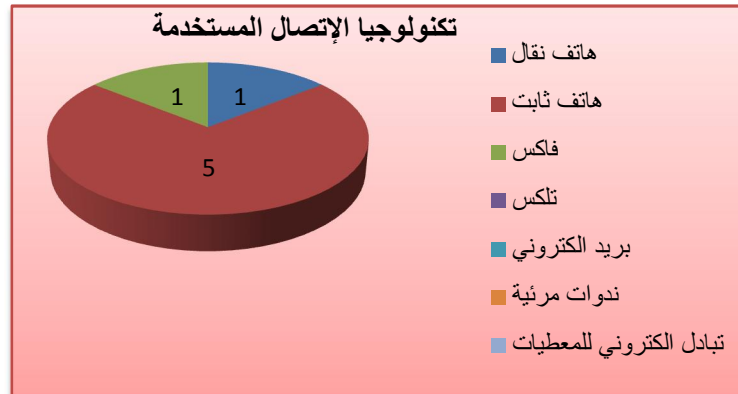
السؤال 01 : هل تملك المؤسسة تكنولوجيات وسائل الاتصال التالية؟

و قد تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول 4 : تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة تندال.

العدد	البيان
01	هاتف نقال
05	هاتف ثابت
01	فاكس
-	تلكس
-	بريد الكتروني
-	ندوات مرئية
-	تبادل الكتروني للمعطيات

الشكل 10 : تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة تنال



المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ من خلال الجدول أن المؤسسة تتوفر على مختلف تكنولوجيات الاتصال التي تعتبر تقليدية ، في حين أن وجود تكنولوجيات الاتصال الحديثة التبادل الإلكتروني للمعطيات فهي غير متوفرة إطلاقاً في المؤسسة.

**السؤال 02 : كيف تتصل المؤسسة مع المتعاملين معها؟**

و كانت الإجابات المقدمة لهذا السؤال ملخصة في الجدول التالي:

الجدول 5: طرق اتصال المؤسسة بالمتعاملين

البيان	تكرار			النسبة	
	دائماً	أحياناً	لا يوجد	دائماً	أحياناً
وجها لوجه	5	-	-	100%	-
بالبريد العادي	3	-	-	60%	-
بالفاكس	5	-	-	100%	-
هاتف	5	-	-	100%	-
بريد إلكتروني	-	-	5	-	100%

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول أدوات و تقنيات الاتصال المستخدمة في المؤسسة:

كل مصالح المؤسسة تفضل استعمال الاتصال المباشر واجها لوجه أو الهاتف الثابت أو الفاكس أما البريد العادي فقد عبرت نسبة (60%) من المستجوبين أنهم يستعملونه بصورة دائمة و بالنسبة البريد الالكتروني فتبلغ نسبة المستجوبين (100%). مما يعبر عن عدم استعمال الوسائل الالكترونية للمؤسسة.

ما يمكن استخلاصه هو اعتماد المؤسسة على الوسائل الاتصال التقليدية ، عوضا عن الحديثة مثل التبادل الالكتروني.

### ثانيا : مصادر المعلومات الخاصة بالمؤسسة.

لمعرفة أهم مصادر المعلومات الخاصة بالمؤسسة طرحنا الأسئلة التالية:

السؤال 03 : ما هي مصادر المعلومات في المؤسسة؟

الجدول 6: مصادر معلومات المؤسسة

البيان	التكرار			النسبة	
	دائما	أحيانا	لا يوجد	دائما	أحيانا
شبكة الانترنت	-	-	5	-	100%
الزبائن	5	-	-	100%	-
مجلات متخصصة	3	-	-	60%	-
مراكز البحث	-	-	-	-	-

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسة مصدرها الأساسي لمعلوماتها هو الزبائن والموردين بنسبة (100%)، في حين تعتمد على مجلات المتخصصة في مجالها بنسبة (60%)، في حين أنه تنعدم وسائل الانترنت ومراكز البحث بنسبة (100%).

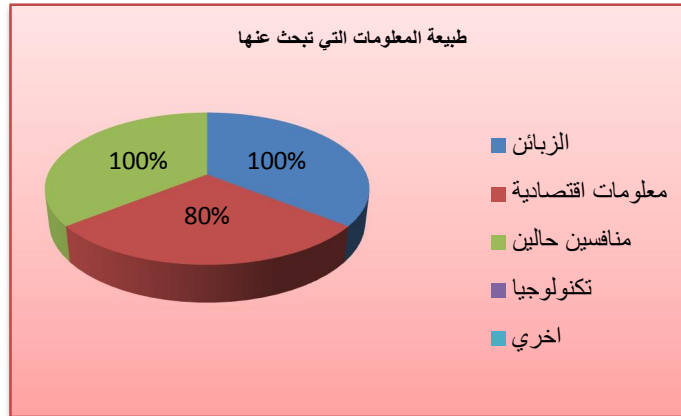
السؤال 04 : ما هي طبيعة المعلومات التي تبحث عنها باستمرار؟

وهذا من اجل معرفة طبيعة المعلومات للمؤسسة كأن السؤال السابق ، وكانت الإجابة على النحو التالي:

الجدول 7: طبيعة المعلومات التي تبحث عنها

البيان	التكرار
الزبائن	5
معلومات اقتصادية	4
منافسين حاليين	5
تكنولوجيا	-
أخرى	-

الشكل 11: طبيعة المعلومات التي تبحث عنها



المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نجد أن البحث عن المعلومات المتعلقة بزبائن المؤسسة الحاليين والمنافسين بنسبة 100% لكل واحد، بينما المعلومات المتعلقة بالتكنولوجيا فالبحث عنها منعدم تماما.

## المطلب الثاني: أهمية برامج المعلوماتية في المؤسسة

من أجل معرفة الهدف الرئيسي من استخدام برامج المعلوماتية في المؤسسة كأن سؤالنا كما يلي:

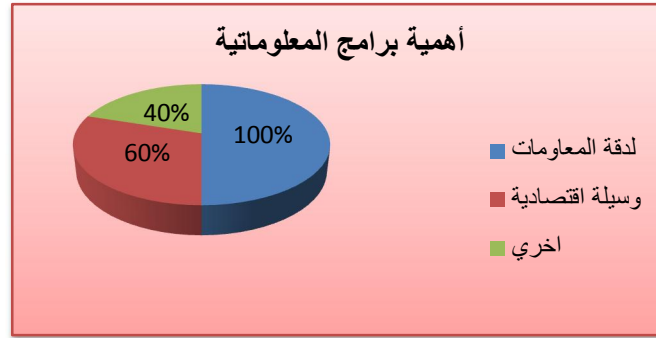
السؤال 05: برأيك فيما تتمثل أهمية استخدام برامج المعلوماتية في المؤسسة؟

و كانت الإجابات المقدمة كما يبينها الجدول التالي:

الجدول 8: أهمية برامج المعلوماتية في مؤسسة تندال.

النسبة	التكرار	البيان
100%	5	لدقة المعومات
60%	3	وسيلة اقتصادية
40%	2	أخرى

الشكل 12: أهمية برامج المعلوماتية في مؤسسة تندال



المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نلاحظ ل أهمية استخدام برامج المعلوماتية وضرورة وجودها ،حيث أن نسبة 100% من المستجوبين يرجعون أهميته إلي السرعة والدقة في الأداء في حين أن نسبة 60% منهم يعتبرونه وسيلة اقتصادية، و40% من تنوع الوسائل الأخرى وعموما هناك وضوح بأهمية وجود المعلوماتية واستخدامها في المؤسسة.

تنوع استخدام البرامج المعلوماتية.

من هذه النقطة نود التعرف على أهم البرامج التي تتداول مصالح المؤسسة فكانت الأسئلة التالية:

السؤال 06: ماهية البرامج المكرو سوفت التي تستعملونها؟

الجدول 9: البرامج المكرو سوفت التي تستعملها مؤسسة تندال.

البيان	التكرار			النسبة		
	دائما	أحيانا	لا يوجد	دائما	أحيانا	لا يوجد
معالج النصوص	5	-	-	100%	-	-
معالج الجداول	5	-	-	100%	-	-
بريد الكتروني	-	-	5	-	-	100%
لا يوجد	-	-	-	-	-	-

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول يمكننا استخلاص النتائج التالية:

✍ بالنسبة لاستخدام برنامج معالجة النصوص MS WORD ، ومعالج الجداول فقد عبرت كافة المصالح (100%) أنها تستخدم هذا البرنامج بصفة دائمة في عملها اليومي، و هو يستعمل بين مصالح المؤسسة المختلفة و باقي المتعاملين معها.  
✍ إما برنامج البريد الالكتروني فقط كانت الاجابه 100% لعدم استعماله.

السؤال 07 : هل لدى مؤسستكم برنامج خاصة بالمجالات التالية :المحزونات ، المحاسبة العامة، المحاسبة التحليلية، الفوترة، الأجور، الموارد البشرية، أنتاج أخرى. فكانت الإجابة نعم، ما عدا قسم أنتاج لا يوجد له برنامج دون اطلعنا على نوعية البرامج.

السؤال 08: أهمية البرامج المعلوماتية في المؤسسة:

من اجل معرفة مدى أهمية استخدام البرامج المعلوماتية بكل أنواعها في المؤسسة جاء

سؤالنا كما يلي:

السؤال 09: ما هي درجة أهمية البرامج المعلوماتية في عملك؟

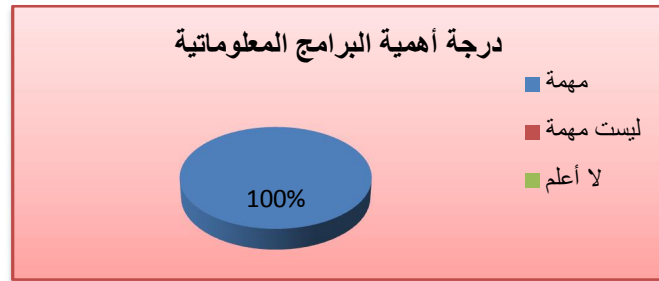
مهمة جدا، غير مهمة، لا اعلم.

و قد تحصلنا على النتائج التي نلخصها في الجدول التالي :

الجدول 10: درجة أهمية البرامج المعلوماتية

النسبة	التكرار	البيان
100%	5	مهمة
	-	ليست مهمة
	-	لا أعلم

شكل 13: درجة أهمية البرامج المعلوماتية



المصدر: من إعداد الطالبة

تبين هذه المعطيات أن كل المستجوبين (100%) أقرروا بأن استخدام البرامج المعلوماتية يعتبر مهما جدا في أداء أعمالهم اليومية كما يمكننا أيضا أن نستنتج من خلالها النتائج التالية:

أهمية تكنولوجيا المعلومات مهمة جدا في كافة أنشطتها. وأنا كامل مصالحتها تفر بأهميتها.

## المطلب الثالث : تطبيقات الشبكات المعلوماتية في المؤسسة.

من خلال هذا المطلب نحاول إظهار، استغلال الشبكات المعلوماتية بكل أنواعها في المؤسسة إلي جانب بيان أسباب غيابها في المؤسسة.

### أولا : تطبيقات الانترنت في المؤسسة.

#### 1- وجود شبكات الاتصال في المؤسسة:

وهذا من خلال الأسئلة التالية:

**السؤال 10:** هل تملكون أي من الشبكات التالية؟ (الانترنت ، اكسترننت، شبكة محلية)

فقد كانت الإجابة لا توجد شبكات لدينا ما عد قسم الخاص بالمدير فقط

**السؤال 11:** هل تملك المؤسسة موقعا خاصا على شبكة الانترنت؟

أما الإجابة فقد كانت كلها سلبية بمعنى أن المؤسسة لا تملك أي نوع من أنواع الشبكات المعلوماتية سواء كانت شبكة محلية، شبكة الانترنت أو اكسترننت، كما لا تملك إلي حد إعداد هذا البحث موقعا خاصا بها على الشبكة الدولية للمعلومات.

#### 2- الاتصال بالانترنت.

في محاولة منا لمعرفة مدى توفير المؤسسة لخدمة الاتصال بالانترنت وجهنا السؤال التالي.

**السؤال 12:** هل لديكم اتصال بالانترنت ؟

أما الإجابات المقدمة لهذا السؤال فقد كانت كما يلي:

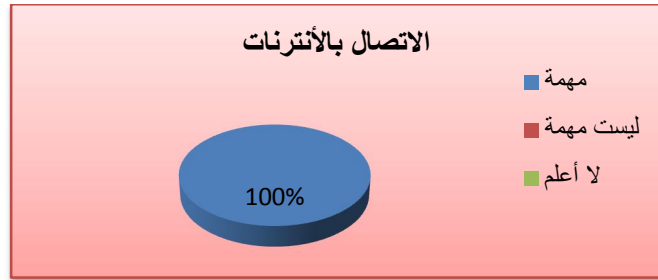
فقد كانت كلها سلبية بمعنى أن مصالح المؤسسة لا تتوفر على الانترنت ،ماعدا قسم المدير كما قلنا سابقا. أي أن نسبه الاتصال قليلة جدا، مما يعني لا يوجد متوسط فتره لاتصال بالانترنت.

**السؤال 13:** ماذا تعتبر الانترنت بالنسبة للمؤسسة ؟

الجدول 11:الاتصال بالانترنت

النسبة	التكرار	البيان
100%	5	مهمة
	-	ليست مهمة
	-	لا اعلم

شكل 14: الاتصال بالانترنت



المصدر: من إعداد الطالبة

رغم أن مصالح المؤسسة استوحت بأهميه الانترنت إلا أننا لحضنا من خلال الاسئلة السابقة تعارض لها أي لا يوجد استخدمها برعم أنا المؤسسة تدرك أهميتها

### ثانيا : التطبيقات المعلوماتية على الشبكة.

من خلال هذه النقطة سنتعرف ما إذا كانت المؤسسة تمارس نشاط التجارة الالكترونية ومدى قدرتها لاقتحام هذا المجال ، بالإضافة إلي الأسباب التي قد تحد من التحاق المؤسسة بعالم التجارة الالكترونية.

#### 1. التجارة الالكترونية

لمعرفة ما إذا كانت المؤسسة تجارب سابقة في مجال التجارة الالكترونية و كذا الأسباب الحقيقية التي تقف حائلا دون دخولها هذا المجال قمنا بتوجيه السؤال التالي:

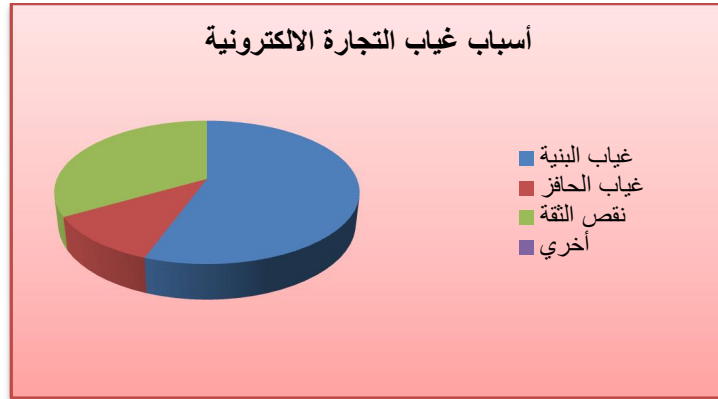
السؤال 13: هل سبق لمؤسستكم أن مارست التجارة الالكترونية؟

و قد كانت إجابة كافة أفراد العينة (100%) بأن المؤسسة لم تقم المؤسسة منذ نشأتها بأي شكل من أشكال التجارة الالكترونية .

الجدول 12: أسباب غياب التجارة الالكترونية

النسبة	التكرار	البيان
100%	5	غياب البنية
20%	1	غياب الحافز
60%	3	نقص الثقة
-	-	أخرى

الشكل 15: أسباب غياب التجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نرى أن غياب البنية التحتية ساهم في عدم تطبيق التجارة الالكترونية من طرف المؤسسة، كما أن نقص الثقة أدى إلي غياب عامل التحفيز للمؤسسة وكل هذا راجع إلي:

- ✓ عدم الثقة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا.
- ✓ غياب المحفزات المادية والبشرية داخل محيط المؤسسة لكي يكون لها دافع لاقتحام او ممارسة التجارة الالكترونية

السؤال 14: ما مدى استعداد المؤسسة لتبني التجارة الالكترونية؟

الجدول 13: تطبيقات التجارة الالكترونية لمؤسسة تندال

النسبة	التكرار	البيان
-	-	يوجد
100%	5	لا يوجد

المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ من الجدول غياب الثقة للاستعداد لتبني التجارة الالكترونية من قبل المؤسسة

السؤال 15: ماهي أشكال العقود الممارسة من طرف المؤسسة

الجدول 14: عقود مؤسسة تندال

النسبة	التكرار	البيان
100%	5	عقد توثيقي
	-	عقد الكتروني
	-	لا اعلم

المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ أن غياب وسائل الالكترونية للمؤسسة واعتمادها على العقود التوثيقيه بنسبه عليه وغياب القعود الالكترونية.

2. استغلال التطبيقات المعلوماتية على الشبكة:

لمعرفة ما إذا كانت المؤسسة تستفيد من أي نوع من أنواع التطبيقات المعلوماتية المتوفرة على شبكة الانترنت كأن سؤالنا كما يلي:

السؤال 16: هل تملك المؤسسة التطبيقات المعلوماتية التالية؟

برامج العمل الجماعي ، برامج التسيير الالكتروني للوثائق.

و قد كانت مختلف النتائج المقدمة لهذا السؤال كما هي في الجدول الموالي:

الجدول 15: وجود التطبيقات المعلوماتية على الشبكة

النسبة		التكرار		البيان
لا	نعم	لا	نعم	
	100%	-	5	برامج عمل جماعي
100%		5	-	تسيير الكتروني

المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ من الجدول السابق أن المؤسسة لا تمتلك من أي هذه التطبيقات سلفة الذكر ما عد العامل الجامعي ، مما يدل على أن المؤسسة لا تواكب التطور التكنولوجي للتجارة الإلكترونية ، بمعنى أن المؤسسة لا تمتلك أي نوع من أنواع التطبيقات المذكورة في السؤال.

### خاتمة الفصل:

بعد الدراسة التطبيقية التي شملت مؤسسة تندال لصناعة الأنسجة يمكن القول أن المؤسسة لا تدخر جهدا في سبيل تطبيق التكنولوجيا الحديثة وقد تجلى ذلك من عدم ممارستها للتجارة الالكترونية داخل محيطها.

الخاتمة العامة

### الخاتمة العامة:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد و مؤسسات و إدارات ، لما تمنحه من إنفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج و البحث عن زبائن و أسواق جديدة عبر الوسائل الإلكترونية بالاعتماد على نظم الدفع و السداد الحديثة .

و إن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة و الاختراق لمواقعها و تدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول العالم و الهيئات ، بما فيها العالم العربي الذي تعد خطواته في مجال التجارة الإلكترونية صغيرة جدا و تكاد تكون غير ملحوظة و هذا ما لمسناه في دراستنا و لذا أصبح من الضروري أن تنهض الدول العربية من سباتها لتلتحق بركب الدول السارية إلي التقدم و الدخول إلي التجارة الإلكترونية و يكون هذا بإتباع أساليب حديثة بما يتلائم مع الأوضاع و المتغيرات الجديدة ، في ظل نمو الأسواق الشاملة و التكتلات الاقتصادية .

و لذا على الدول العربية أن تقوم بالإتحاد و النهوض باقتصادها و رفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال و لذا و كون الجزائر إحدى دول العالم العربي فعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية و أن تخطو خطوات مدروسة إلي الأمام ، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلي اختراق الأسواق العالمية ، إضافة إلي تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات و تحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية .

بعد هذا حاولنا إسقاط الجانب النظري على ارض الواقع،من خلال محاوله تطبيقها او تبنيها للتجارة الإلكترونية

### النتائج والتوصيات:

لاحظنا في مؤسسة الأنسجة والأقمشة الصناعية تندال بالمسيلة غياب الكامل للتجارة الإلكترونية،وعدم الاهتمام بالموضوع.

☞ غياب الموارد البشرية

☞ غياب الموارد المالية

☞ غياب استعمال البريد الالكتروني والاعتماد على وسائل الفاكس

### المقترحات والتوصيات:

كل العراقيل التي توجه المؤسسة الجزائرية، إلا أن الثورة التكنولوجية والنهوض بالتجارة الالكترونية يستدعي تحديات من اجل تبنيها ولهذا لعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال :

☞ محاولة التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية ومحاولة تبني أنجع الطرق لتبنيها.

☞ فتح مختلف الاستثمار التكنولوجي من اجل جلب صناعات داعمة لتبني التجارة الالكترونية

☞ محاولة نشر فكرة الثقافة التكنولوجية في المجتمع من اجل كسب الثقة لاستعمال التكنولوجيا.

☞ محاولة إيجاد تشريعات وقوانين للتجارة الالكترونية، تواكب النمو التطور العالمي في مجالها.

☞ للمؤسسة أعباء ضريبية تؤثر سلبا على نشاطاتها، فيجب عليها رفع مرد وديتها

☞ تكثيف الدورات التدريبية التأهيلية للعمال.

### أفاق البحث:

لقد تناول بحثنا جزء ضئيلا من عالم التجارة الالكترونية حيث اقتصرنا فيه على معرفة

محددات تطبيقاتها فقط، و هو ما يجعل أفاق البحث كبيرة جدا، حيث يمكن من التوسع في هذه

المحددات منفردة في إطار بحوث علمية مستقبلية.

# قائمة المراجع

### الكتب

1. إبراهيم بختي: التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق، ديوان المطبوعات، 2005.
2. خضر مصباح الطيطي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري ، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
3. رأفت رضوان عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، 1999.
4. زكريا احمد غرام: مبادئ التسويق الحديثة النظرية والتطبيق، دار النشر ،، طبعة 2008 .
5. سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق: التجارة الالكترونية، دار المنهج للنشر والتوزيع، الأردن.
6. سليم سعداوي : عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة ،دار الخلدونية ، حقوق الطبعة محفوظة، 2008، .
7. طارق عبد العال حماد: التجارة الالكترونية، دار الجامعية ، طبعة 2005 .
8. كوكب نوتس: التجارة الالكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر ،، طبعه ثانيه ، 2004،
9. محمد صالح الحدابة: تجارة الالكترونية ، دار حامد لنشر والتوزيع طبعه أولى 2009، عما.
10. محمد عادل عزيز : التجارة الالكترونية والفكر المحاسبي ، شركة الوسيط التجاري ، طبعة 2005.
11. محمد عبد العظيم أبو النجا : التسويق المتقدم، دار كلية التجارة ، جامعة الإسكندرية ، 2008
12. محمد نور صالح الحدابة : تجارة الالكترونية ، دار حامد للنشر والتوزيع ، طبعة اولى ، 2009 ، عمان.
13. ناصر خليل : التجارة والتسويق الالكتروني ، دار أسامه للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان ، طبعة الأولى 2009

### الرسائل والأطروحات:

#### ماجستير

1. محمد تقرورت: واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربية ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية قسم نقود وماليه ،جامعة الشف ،2005.
2. لوصيف عمار: استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين ،مع الاشار إلي التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير،البيلادة
3. سمية ديمش :التجارة الالكترونية وحقيقة وواقعها بالجزائر، مذكرة لنيل متطلبات شهادة الماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري ة فسطنينه،2011
4. رباعي أمينة : رسالة ماجستير التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في بلدان العربية،كلية الاقتصاد،2004
5. إيمان ديلمي :تقييم المحتوي الخدماتي للمواقع الالكترونية للبنوك العمومية في الجزائر،مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير،فرع إدارة اعمال ،جامعة المسيلة،2013
6. مسعود حماني:أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة،مذكرة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ،،2008.

#### رسائل الدكتوراه:

7. محمد مولودغزيل:معوقات تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل معالجتها ، أطروحة نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة ابي بكر بلقايد ،تلمسان ،2010.

### المجلات والتقارير والملتقيات :

#### الملتقيات:

1. شريط رابح : مدخلات التجارة الالكترونية، واقع وافاق، ملتقى دولى لشفافية ونجاعة الاداء للاندماج الفعلى في الاقتصاد العالمي ، الجزائر ،ماي،2000.
2. عبد القادر بريش :حول دور البنوك في تطوير التجارة الالكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية ، ورقلة ، 7 مارس 2004 .
3. فريد كورتل: ملتقى حول واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية وسبل تطورها ، ،حالة خاصة بالجزائر ،جامعة سكيكدة ،الجزائر
4. محمد بن احمد السديري: ملتقى حول التجارة الالكترونية تقنيات واستراتيجيات التطبيق ، جامعة الملك سعود، الرياض.
5. محمد بن بوزيان ،عائشة بن لحرش: ملتقى حول التجارة الالكترونية في الجزائر الفرص والتحديات ، . جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان2005

#### المجلات:

6. أحمد عبد الله العوضي :العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية،مجلة الاقتصاد والمجتمع،2010،العدد 6
7. بسام نور:التجارة الالكترونية كيف ومتى وأين،الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت،2003  
c4arab.com

#### مقالات:

1. عبد الله شاهين : نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها ،دراسة تطبيقه غزو،،2009
2. قاسم الأنعمي: مقال حول التجارة الالكترونية بين الواقع والحقيقة ، كلية الاقتصاد/جامعة دمشق.19،يونيو 2011.
3. كمال رزيق ،مسدور فارس:التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر للألفية الثالثة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير ،البلدية.
4. محمد بن احمد السديري : التجارة الالكترونية وتقنيات واستراتيجيات التطبيق ، جامعته الملك سعود ،رياض

5. الموسوعة الحرة ويكيبيديا : مقال حول التجارة الالكترونية ، يناير 2009
6. الموسوعة الحرة وكبيديا chakar مقال حول التجارة الالكترونية الأحد ابريل 12 - 2009
7. ندي فايز يحي:العوامل المحددة لتبني التجارة الالكترونية وأثرها على الأداء التسويقي ، دراسة تطبيقية على عينه من الشركات ، عمان ،ص29.
8. نوال بن عمارة:وسائل الدفع الالكترونية الافاق والتحديات ، جامعة ورقله ،2004

### المنتديات:

1. احمد السيد الكردي عوامل نجاح التجارة الالكترونية،  
[kenanaonline.com/users/agmadkordy/posts/280078](http://kenanaonline.com/users/agmadkordy/posts/280078)
2. احمد الكردي:مقال حول عناصر وخصائص التجارة الالكترونية، 2011
3. محمد هجرز:المتطلبات الضرورية لنجاح التجارة الالكترونية،منتدي بوابة التسويق والتجارة الالكترونية.  
[www.ec4hearn.com/2012/01/blog-past.html](http://www.ec4hearn.com/2012/01/blog-past.html)
4. منتديات الحقوق والعلوم القانونية:واقع التجارة بالجزائر،19.08.2009  
[drott.dz.com](http://drott.dz.com)
5. منتديات طلاب القدس المفتوحة:أسس التجارة الالكترونية ومفاهيمها ،القسم الجامعي ،علوم تجارية،01.16.2010  
[www.stqou.com](http://www.stqou.com)

الملاحق

### ملحق رقم 1: الاستمارة

يرجى من سيادتكم الموقرة المساهمة في إثراء هذا العمل من خلال إجاباتكم على الأسئلة الواردة في الاستمارة، وذلك من أجل مساعدتي لتكملة عملي من أجل نيل شهادة الماستر اكايمي في كلية التسيير ، قسم إدارة أعمال ،

- يرجى وضع علامة ( × ) على الإجابة التي توافق اختياركم.
- يرجى توخي الدقة و الموضوعية عند اختيار الإجابة.
- يرجى الإجابة على كل الأسئلة لأنها جميعا على نفس القدر من الأهمية.

نتعهد أمامكم أن جميع النتائج المتحصل عليها لن تستعمل إلا في أغراض علمية ذات صلة بموضوع الدراسة فقط.

أ- وسائل الاتصال في المؤسسة:

1- هل تملك المؤسسة تكنولوجيات وسائل الاتصال التالية

- |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ هاتف ثابت              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ هاتف نقال              |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ فاكس                   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ تبادل الكتروني للوثائق |

2- كيف تتصل المؤسسة مع المتعاملين معها

- | ابدأ                     | احيانا                   | دائما                    |                              |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ بالبريد العادي             |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ بالفاكس                    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ بالهاتف                    |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ بالبريد الالكتروني         |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ▪ التبادل الالكتروني للوثائق |
| <input type="checkbox"/> |                          |                          | ▪ أخرى                       |

ب - مصادر المعلومات:

3- ما هي مصادر المعلومات في المؤسسة؟

- الزبائن و الموردین
  - مجالات متخصصة
  - شبكة الانترنت
  - مراكز البحث و الجامعات
  - أخرى
- 

4 - ما طبيعة المعلومات التي تبحث عنها باستمرار؟

- معلومات اقتصادية عامة
  - الزبائن الحاليين و الجدد
  - المنافسين الحاليين و الجدد
  - التكنولوجيا
  - أخرى
- 

ج- استخدام الحاسوب و البرامج المعلوماتية:

5- كم عدد أجهزة الحاسوب في المؤسسة؟

- 0 ▪
- 1 ▪
- 5 – 2 ▪
- 10 – 5 ▪
- 20 – 10 ▪
- 50 – 20 ▪
- أكثر من 50 ▪

	لا	نعم	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	أبدا	أحيانا	دائما
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7- هل تستخدم البرامج المعلوماتية في عملك؟

8- ما هي برامج ميكروسوفت التي تستعملها؟

▪ معالجة النصوص Ms Word

▪ معالج الجداول Ms Excel

▪ برنامج البريد الالكتروني Ms Outlook

9- ما درجة أهمية البرامج المعلوماتية في عملك؟

- مهمة جدا
- ليس لها أهمية
- لا أعلم

د- الشبكات المعلوماتية في المؤسسة:

10- هل تملكون أي من الشبكات التالية؟

لا نعم

- شبكة الانترنت  لا  نعم
- شبكة اكسترنانت  لا  نعم
- شبكة محلية  لا  نعم

11- هل تملك المؤسسة موقعا خاصا على شبكة الانترنت؟

لا نعم

12- هل لديكم اتصال بالانترنت؟

لا نعم

13- ما هي أسباب و دواعي اتصالكم بالانترنت؟

- البحث عن المعلومات
- اليقظة التنافسية/ التكنولوجية
- التجارة الالكترونية
- البحث عن أسواق/زبائن جدد

البريد الإلكتروني

لأيجاد اتصال

14- هل تعتبر الانترنت بالنسبة للمؤسسة ؟

مهمة جدا

غير مهمة

لا اعلم

15- هل سبق لمؤسستكم أن مارست التجارة الالكترونية ؟ نعم  لا

إذا كان لا، ما هي الأسباب؟

غياب البنية التحتية الضرورية

غياب حافز الربحية

نقص الثقة في الوسائل التكنولوجية

لا اعلم

أسباب أخرى

16 ما مدى استعدادا المؤسسة لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية؟

- كبير
- متوسط
- لا يوجد

17 هل واجهت المؤسسة مشاكل؟

- مشاكل فنية
- مشاكل قانونية
- مشاكل إدارية
- مشاكل مع مستوي العمالة التأهيل
- مشاكل أخرى

18 هل تمارس المؤسسة؟

- عقود توثيقي مقابلة للصفحة
- عقود الكترونية
- لا اعلم

19- هل تملك المؤسسة التطبيقات المعلوماتية التالية؟ نعم لا

■ برامج العمل الجماعي

■ برامج التسيير الالكتروني للوثائق

هـ - معلومات عامة حول المؤسسة:

20- تسمية المؤسسة.....

21- تاريخ إنشاء المؤسسة:.....

22- قطاع النشاط الذي تنتمي إليه المؤسسة:.....

23- طبيعة نشاط المؤسسة.....

24- الطبيعة القانونية للمؤسسة

■ شركة أسهم

■ شركة ذات مسؤولية محدودة

■ شركة تضامن

■ مؤسسة ذات الشخص الوحيد

25- عدد عمال المؤسسة

■ 1- 9

■ 10- 50

250-51 ▪

500 - 251 ▪

**26- نسبة الإطارات في المؤسسة:**

أقل من 10% ▪

من 11% - 20% ▪

من 21% - 50% ▪

أكثر من 50% ▪

**27- المجال الإقليمي لنشاط المؤسسة**

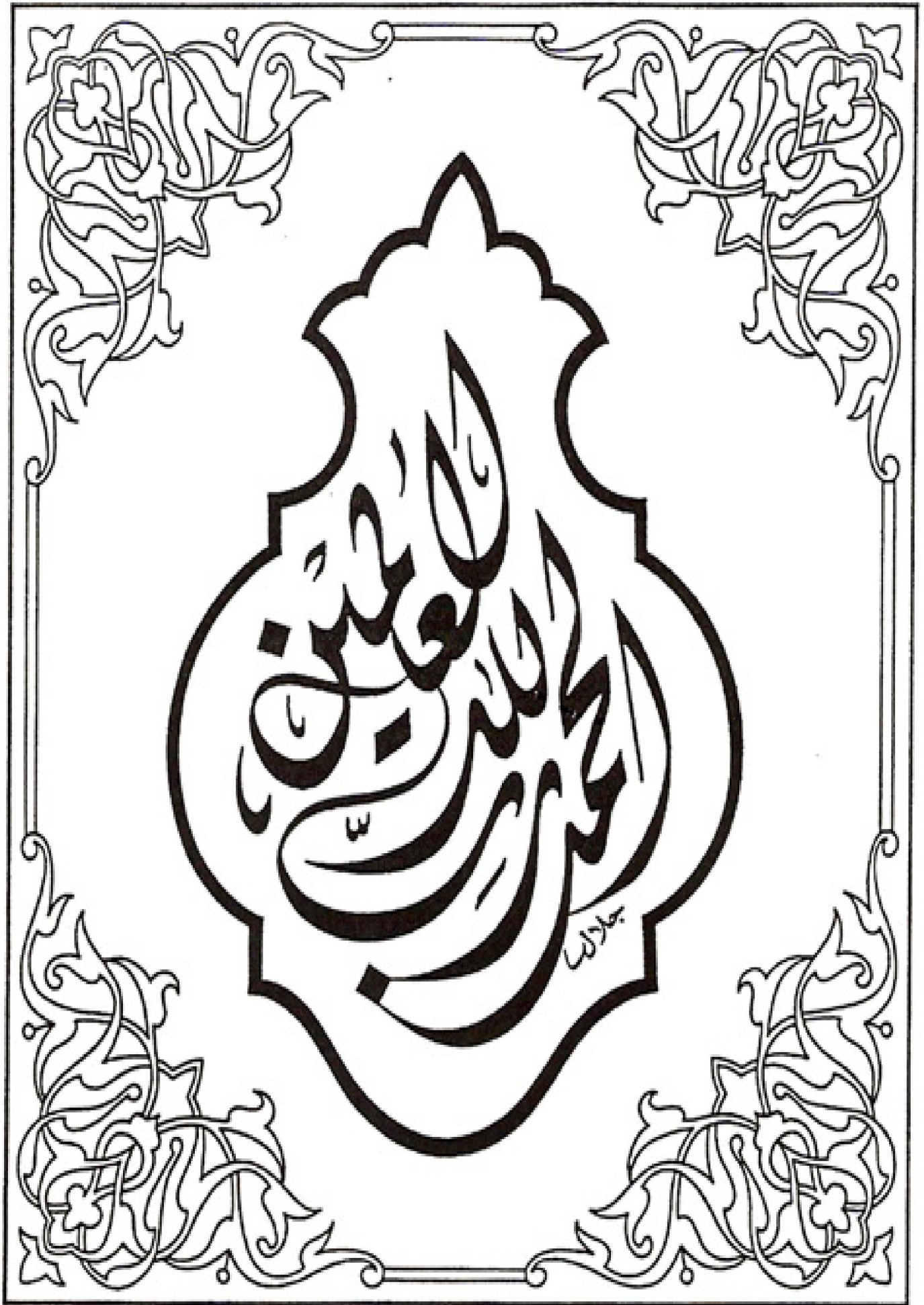
محلي ▪

جهوي ▪

وطني ▪

دولي ▪

28- رقم أعمال المؤسس ▪



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَدِينَةُ الْمَدِينَةِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جلال