

جامعة عبد الحميد بن باديس

مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية

مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: المالية و التجارة الدولية

اهمية التجارة الالكترونية في توسيع نطاق العمل و تسهيل المعاملات.

دراسة الحالة:

شركة امازون

تحت اشراف الدكتور:

مكاوي محمد الامين

من اعداد الطالبة:

عبيد رانيا

اعضاء اللجنة المناقشة:

| الصفة  | الاسم و اللقب     | الرتبة       | عن الجامعة    |
|--------|-------------------|--------------|---------------|
| رئيسا  | بوزيان العجال     | استاذ محاضرا | جامعة مستغانم |
| مقرا   | مكاوي محمد الامين | استاذ محاضرا | جامعة مستغانم |
| مناقشا | شهيدة عبد الله    | استاذ مساعدا | جامعة مستغانم |

السنة الجامعية 2021/2022





بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ:

«قال رب اشرح لي صدري ويسر لي امري واحلل عقدة

من لساني يفقهوا قولي»

سورة طه الآيه 25-28

## شكر و تقدير:

اشكر الله سبحانه عز وجل و احمده على تقديري  
وتوفيقي لإنجاز هذا العمل .

كما اتقدم الى الشكر الخالص الى الاستاذ المشرف  
الدكتور مكاوي محمد الامين على توجيهاته القيمة.  
واتقدم ايضا الى شكر والدي الكريمان على تشجيع  
المتواصل لإنجاز هذا العمل.

واتشكر الاساتذة اعضاء اللجنة المناقشة لمناقشتهم  
هذه الرسالة

كما اتقدم الى شكر و الامتنان لجامعة عبد الحميد بن  
باديس وجميع اساتذتها و موظفيها .

## اهداء:

اهدي عملي هذا الى

اعز الاشخاص الى قلبي والدي الكريم و الى الصدر  
الحنون والقلب الرقيق والدتي الحبيبة اطال لله  
عمرهما.

و الى اخواتي و اخي فلولاهم لما كانت الحياة سهلة

الى صغاري الاحباء اسلام و لؤي و ايام و اية

الى رفيقة دربي و صديقي ملاك لويذة

الى كل من ساهم في اتمام هذا العمل المتواضع.

# فهرس المحتويات

## المخلص:

تناولت المذكرة موضوع اهمية التجارة الالكترونية في توسيع نطاق العمل و تسهيل المعاملات مع دراسة حالة شركة امازون حيث كان الهدف من الدراسة القاء الضوء على اهم الركائز الاقتصادية حاضرا و مستقبلا وهي تجارة الالكترونية ومن خلال معرفة واقعها و اهم متطلباتها مراحل ابرام عقودها وطرق التامين عليها و اثارها التنموية.

و دراسة حالة امازون كنموذج لثاني اكبر شركات التجارة الالكترونية ساهم لنا معرفة اهم الخدمات المقدمة لتوسع نطاق العمل وتحليل نماذج امازون ودراسة استراتيجيتها سبب وراء سهولة معاملاتها.

ومن اهم النتائج متوصل لها كفاءة التجارة الالكترونية بسبب انخفاض تكاليفها وسرعة معاملاتها بدون أي حواجز جغرافية او جمركية اثر الذي ادى الى توسيع نطاق العمل والقدرة على المنافسة و الاستمرارية من خلال تسهل و سلاسة المعاملات المؤسسات الافراد و الحكومات.

## summary:

The note addressed the topic of the importance of e-commerce in expanding the scope of work and facilitating transactions with the study of the case of Amazon company where the aim of the study was to shed light on the most important economic pillars present and future. (E-commerce) Through knowledge of its reality is the most important requirements and stages of concluding its contracts and ways of insurance and its developmental effects. The study of the case of Amazon as a model for the second largest e-commerce company contributed to us to know the most important services to expand the scope of work and analysis of Amazon models and study its strategy behind the ease of transactions . One of the most important results of its continuous e-commerce efficiencies due to its low costs and the speed of its transactions without any geographical or customs barriers, which led to the expansion of the scope of work, competitiveness and continuity through the facilitation

فهرس المحتويات :

| العنوان         | الصفحة |
|-----------------|--------|
| الشكر و التقدير | ا      |
| الاهداء         | ب      |
| الملخص          | ت      |
| فهرس المحتويات  | ث      |
| فهرس الجداول    | ث      |
| فهرس الاشكال    | ث      |
| فهرس الملاحق    | ث      |
| مقدمة           | ج      |

| الفصل الاول: الاطار النظري ومفاهيم التجارة الالكترونية واهميتها في تسهيل معاملات الاقتصادية . |    |
|---|----|
| تمهيد :   | 01 |
| المبحث الاول: مفاهيم رئيسية حول التجارة الالكترونية   | 02 |
| المطلب الاول: نشأة و مفهوم التجارة الالكترونية  | 02 |
| اولا: نشأة التجارة الالكترونية  | 02 |
| ثانيا: مفهوم التجارة الالكترونية  | 03 |
| المطلب الثاني: اشكال وخصائص التجارة الالكترونية   | 07 |
| اولا: اشكال التجارة الالكترونية   | 07 |
| ثانيا: خصائص التجارة الالكترونية  | 11 |
| المطلب الثالث: متطلبات ومراسل التجارة الالكترونية   | 12 |
| اولا: متطلبات التجارة الالكترونية   | 12 |
| ثانيا: خطوات التجارة الالكترونية  | 14 |

|    |  |
|----|--|
| 15 | المطلب الرابع اهمية وفوائد التجارة الالكترونية                                   |
| 15 | اولا: اهمية التجارة الالكترونية  |
| 16 | ثنيا: فوائد التجارة الالكترونية  |
| 17 | المطلب الخامس: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية                                   |
| 17 | اولا: مزايا التجارة الالكترونية  |
| 19 | ثنيا: عيوب التجارة الالكترونية   |
| 21 | المبحث الثاني: التجارة الالكترونية ودورها في تسهيل المعاملات و توسيع نطاق العمل. |
| 22 | المطلب الاول: البنية التحتية لتجارة الالكترونية وواقعها                          |
| 22 | اولا: اسباب نمو التجارة الالكترونية  |
| 23 | ثانيا: واقع التجارة الالكترونية في العالم  |
| 28 | المطلب الثاني: عقبات التجارة الالكترونية وتحدياتها                               |
| 28 | اولا: عقبات التجارة الالكترونية  |
| 29 | ثانيا: تحديات التجارة الالكترونية  |
| 30 | المطلب الثالث: اطراف التجارة الالكترونية ومراحل ابرام عقودها                     |
| 30 | اولا: اطراف التجارة الالكترونية  |
| 32 | ثنيا: مراحل ابرام عقود التجارة الالكترونية                                       |
| 34 | المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكتروني وطرق تأمينها                               |
| 34 | اولا: اهمية وسائل الدفع الالكتروني   |
| 41 | ثنيا: تأمين الدفع الالكتروني   |
| 45 | المطلب الخامس: الاثار التنموية للتجارة الالكترونية                               |
| 45 | اولا: الاثار التنموية على المستوى القومي   |
| 47 | ثنيا: الاثار التنموية على الاقتصاد العالمي                                       |

|    |  |
|----|--|
| 49 | خلاصة الفصل الاول                                      |
| 50 | <b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لشركة امازون</b>    |
| 51 | تمهيد  |
| 52 | <b>المبحث الاول: مدخل نظري و مفاهيمي لشركة امازون</b>  |
| 52 | <b>المطلب الاول : مفاهيم حول شركة امازون</b>           |
| 52 | اولا: تأسيس شركة امازون وتطورها                        |
| 54 | ثانيا: تعريف شركة امازون                               |
| 54 | <b>المطلب الثاني: خدمات واستراتيجيات شركة امازون</b>   |
| 54 | اولا: خدمات شركة امازون                                |
| 58 | ثانيا: استراتيجيات شركة امازون                         |
| 62 | <b>المطلب الثالث: التجارة الالكترونية لشركة امازون</b> |
| 62 | اولا: مستهلكين ومبيعات شركة امازون                     |
| 65 | ثنيا: خطوات التوسعية للشركة                            |
| 66 | <b>المطلب الرابع: حجم التجارة الالكترونية لأمازون</b>  |
| 66 | اولا: ارباح امازون ونجاحها                             |
| 67 | ثنيا: تحليل نموذج اعمال امازون                         |
| 70 | <b>المطلب الخامس: سبب النجاح و تطلعات امازون</b>       |
| 70 | اولا: سبب نجاح الشركة                                  |
| 71 | ثنيا: تطلعات الشركة                                    |
| 72 | خلاصة الفصل الثاني                                     |
| 73 | الخاتمة  |
| 75 | قائمة المصادر و المراجع                                |

| رقم الجدول | عنوان الجدول   | الصفحة |
|------------|--|--------|
| 01         | مناظير تعريف التجارة الالكترونية                                 | 03     |
| 02         | فرق بين تجارة التقليدية و التجارة الالكترونية                    | 04     |
| 03         | مصفوفة كوبل لتطبيقات أنشطة التجارة الالكترونية وتبادل المعلومات  | 10     |
| 04         | فرص التجارة الالكترونية لكل من الشركات و المستهلكين              | 16     |
| 05         | مبيعات التجزئة عبر الانترنت لدول النامية                         | 24     |
| 06         | قيمة أنشطة التجارة الالكترونية بين المؤسسات العالمية والمستهلكين | 24     |
| 07         | نسب مؤشرات موثوقية البريد لدول الأوربية                          | 26     |
| 08         | اجمالي صافي المبيعات امازون                                      | 66     |
| 09         | ايرادات خدمات امازون وتطورها                                     | 67     |

| رقم الاشكال | عنوان الاشكال                            | الصفحة |
|-------------|--|--------|
| 01          | اشكال التجارة الالكترونية                | 08     |
| 02          | اهم فوائد التجارة الالكترونية            | 17     |
| 03          | دورة استخدام النقد رقمي و إجراءاته       | 35     |
| 04          | دورة استخدام الشيك الالكتروني و إجراءاته | 59     |

| رقم المنحنيات | عنوان المنحنيات                         | الصفحة |
|---------------|---|--------|
| 01            | مبيعات امازون ما بين المنتجات و الخدمات | 68     |
| 02            | تطور نمو مبيعات AWS لأمازون             | 69     |

## 1- المقدمة :

في ظل تكنولوجيا المعلومات الواسعة والتطورات الثورية العلمية الذي شهدها العالم اصبح التحول الرقمي من اهم العناصر تداولاً في الاوساط الاجتماعية الثقافية وحتى السياسية عامتاً ومن ضروريات التنمية الاقتصادية خاصتاً.

فظهر الانترنت ومدى اتساع نطاقات استعمالها في مختلف المجالات التجارية ادى الى احداث فوارق جوهرية في بيئة الاعمال الاقتصادية نظراً لتأثيرها الفعال على الاسواق و المؤسسات بمختلف تخصصاتها و احجامها فهي العمود الفقري للمعرفة وتدفق المعلومات و تخزينها وتداولها سبب الذي ادى لرفع مستوى الاداء و القدرة التنافسية و توسيع نطاق عمل مختلف المؤسسات و انتشارها عالمياً رغم الحدود و الحواجز الجمركية وذلك باقل التكاليف و خلال فترات زمنية قصيرة.

حيث نجد ان الثورات العلمية في مجال التقنيات و تطورات التكنولوجيا فتحت ابواب لمفاهيم جديدة اهمها التجارة الالكترونية والتي اصبحت من بين القطاعات الاسرع نمواً في الاقتصاد العالمي وكذلك فتح الابواب لتسهيل المعاملات بين المؤسسات الاعمال و المؤسسات الحكومية و المجتمع المدني بسهولة تامة. فتبني تطبيق مجال الاقتصاد الرقمي حجر ضروري لبناء مستقبل افضل و لضمان تنمية اقتصادية مستدامة و كل هذا من خلاله مراعات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

## 2- الاشكالية:

يعتمد واقع النظام الاقتصادي الجديد على الرقمة و العولمة من خلال تطور الإلكتروني و البنية التحتية التي توفرها خدمات الانترنت والتي تعد السبب في توسع نطاق العمل وتسهيل المعاملات

حيث تتمحور مختلف خطط و الاستراتيجيات الدول متطورة بالدرجة الاولى على ثورة المعلومات وتطور الاتصالات و بصورة ملحوظة حول التجارة الالكترونية حيث يعد اتساع استخدام الانترنت التي تعتبر الدعامة الاساسية لتعامل الإلكتروني التجاري. ومن خلال هذا نتساءل حول حل ماهية التجارة الالكترونية؟ طريقة عملها ؟ و مع كل الفوائد التي تدر بها على الافراد من تسهيل المعاملات و توسع نطاق العمل المؤسسات بكامل احجامها هل هي عديمة المخاطر؟ وما هو دورها في تعزيز الاقتصاد سواء كان محلي او عالمي؟ و لتقرب من التجارة الالكترونية و فهمها بطريقة مفصلة دقيقة سنقدم بعض الاشكاليات التالية لإزاحة الغموض حول التجارة الإلكترونية و دورها لتسهيل المعاملات و توسيع نطاق العمل.... فما مستوى فعالية التجارة الإلكترونية و اثرها في توسيع نطاق العمل و تبني فكرة التعامل بها؟

ومن هنا نتدرج بعض الاسئلة الفرعية التالية

- فما مفهوم التجارة الالكترونية؟

- ما اهم اسباب نمو التجارة الالكترونية؟

- التجارة الالكترونية و ما اهميتها لتوسع نطاق العمل ؟

- ما سبب نجاح المبر لشركة الامازون؟

### 3- أهمية الدراسة :

كاعتبار التجارة الالكترونية من اهم المواضيع تداولاً في عصرنا الحالي والتي تعد السبب الناجح الباهر لكل من المتعاملين الاقتصاديين (مؤسسات و الافراد ) حيث تفتح المجال لتوسع والانتشار. وحرية التعاملات الاقتصادية لجذب العملاء حيث تعد التجارة الالكترونية من مجالات للاستثمار دون راس مال مرتفع و بتكاليف اقل و بهدف زيادة الارباح وتوسع وكل هذا من خلال مواكبة المستجدات الاقتصادية الإلكترونية الحديثة والانفتاح امام الاسواق العالمية والذي يعد بدوره تحدي كبير يتطلب استراتيجيات معينة وتقنيات تسمح للمؤسسات بمنافسة والتفوق وفرض نفسها في الاسواق بقوة.

### 4- اهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا الى ما يلي

- 1- القاء الضوء على التجارة الالكترونية لاعتبارها اهم ركائز الاقتصاد الحالي.
- 2- معرفة مستوى فعالية التجارة الإلكترونية واثرها في توسيع نطاق العمل
- 3- دراسة حالة شركة الأمازون كنموذج نجاح التجارة الإلكترونية المبره مع تطلعات المستقبلية لشركة.

### 5- مبررات اختيار الموضوع :

ومن اهم الاسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع  
الرغبة لمعرفة تجارة الالكترونية وطرق مساهمتها لتحسين الاقتصاد ليس المحلي فقط بالعالمي.  
الرغبة الشخصية لإنشاء مشروع مبنى على التجارة الالكترونية.  
المساعدة بمرجع بسيط و لنفع طلاب المستقبل لإنجاز دراسات مكملة.

### 6- المنهجية :

من اجل الاجابة على الاشكالية المطروحة والاسئلة الفرعية سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وهذا من خلال التطرق لاهم المفاهيم والمصطلحات الخاصة بتجاره الالكترونية ودورها لتسهيل التعاملات والتوسع ومن اجل الوصول الى المعرفة الدقيقة والمفصلة لعناصر البحث والتحليل وبالاستعانة بكتب مختصة ومن خلال دراسات السابقة وجمع المعطيات الكمية والبيانات الازمة وبن خلال عرض الاحصائيات والجدول و تقارير المنظمات العالمية من اجل دراسة الموضوع بصيغة تتماشى مع المستجدات الراهنة.

### 7- صعوبات :

واقع التجارة الالكترونية واستفادة الدول المتقدمة منها  
عدم وجود الاحصائيات للزمة وخصتنا و بعد وباء الكوفي 19 والذي ساهم برفع مستوى نسب التجارة الالكترونية لدول المتقدمة ورفع اقتصادها على عكس الدول النامية وذلك لعدم شفافية البيانات واحصائيات هذه الدول.

### 8- حدود الدراسة :

تعالج هذه الدراسة التجارة الالكترونية واهميتها في توسيع نطاق العمل وتسهيل التعاملات من خلال دراسة شركة الامازون كنموذج لذلك وتتجلى حدود هذا فيما يلي:

#### الحدود المكانية:

تقتصر هذه الدراسة على شركة امازون المتخصصة في البيع الالكتروني.

#### الحدود الزمنية 2021

#### 9/- خطة البحث :

وقد تم تقسيم البحث فصلين

الفصل الاول: والذي يحتوي على مبحثين

المبحث الاول والذي من خلاله سنقدم المفاهيم الرئيسية حول التجارة الالكترونية من خلال التطرق لمفهومها كيفية نشأتها وما اهم اشكالها وسنذكر الخصائص و الفوائد المتعلقة بها ثم سنستنتج مزايا و عيوب التجارة الالكترونية

اما المبحث الثاني سنعمق اكثر من خلال التعرف على البنية التحتية للتجارة الإلكترونية و اسباب نموها عقبات و التحديات التي تواجهها واقعها عالميا اطراف التجارة الالكترونية مراحل ابرام عقود تجارة الالكترونية وسائل الدفع وطرق التامين عليها واثارها التنموية .

الما الفصل الثاني سيكون عبارة عن دراسة تطبيقية لشركة امازون حيث سنتعرف على الشركة كيفية نشأتها و تطورها ومهامها وخدماتها و اهم استراتيجياتها ومن خلال تتحلي نموذج الشركة سنتعرف على اهم ارباحها وسبب نجاحها وتفوقها في ميدان التجارة الالكترونية واخيرا سنطرق لاهم تطلعات الشركة مستقبلا.

**الفصل الاول : الاطار النظري ومفاهيم التجارة  
الالكترونية واهميتها في تسهيل معاملات  
الاقتصادية.**



تمهيد:

تعد ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والانترنت، من أبرز الثورات إحدانا للتغير في الظروف الاقتصادية المحيطة بالمؤسسات الاقتصادية، فلم تعد الأساليب والأشكال القديمة للمؤسسات قادرة على استغلال فرص هذه الثورة، والتكيف والتأقلم مع المعطيات الجديدة، لذلك برز مفهوم المؤسسة الافتراضية التي تتماشى متطلبات هذه المرحلة الراهنة. لهذا الغرض تبين هذه الدراسة مفهوم التجارة الالكترونية واهم الاستراتيجيات متبعة من طرفها، مع التطرق إلى مؤسسة الأمازون عملاق تجارة التجزئة على شبكة الانترنت، واهم اسباب للاستحواد سوق التجارة الالكترونية و تجارة التجزئة على الشبكة العنكبوتية حيث شهدت التجارة الإلكترونية انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة وأصبحت ، أحد اهم أنشطة الاقتصاد نموا و باتت تلعب دورا بارز في تسيير و تنفيذ العمليات واسعة النطاق لبيع وشراء السلع والخدمات بمختلف انواعها و على مستوى العالم على مدار الساعة و هو ما يساهم في زيادة قيمة تعاملات التجارة الإلكترونية و توسع نطاق العمل لتصل إلى نحو 25 ترليون دولار أمريكي في عام 2020 ، وفق الإحصاءات (UNCTAD مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية) . في الوقت الذي شهدت فيه التجارة الإلكترونية نموا ملحوظا في الآونة الأخيرة، تباين هذا النمو ما بين الدول المتقدمة والنامية ، ففي حين زادت مستويات انتشار التسوق الإلكتروني في الدول المتقدمة بشكل ملموس، لا تزال العديد من الدول النامية تواجه تحديات في الاستفادة من الفرص تفتحها التجارة الإلكترونية نتيجة الافتقار إلى بنية تحتية تقنية التي تساعد في تسهيل عملية الاتصال الرقمي و ضخامة حجم أنشطة التجارة الإلكترونية على مستوى العالم كونها تعد من اهم وسائل تسهيل المعاملات لسرعة الاداء و انخفاض التكاليف الشيء الذي يسمح للأفراد و للمؤسسات بمختلف احجامها القدر على التوسع و الاستثمارية .

## المبحث الاول: مفاهيم الاساسية حول التجارة الالكترونية

### المطلب الاول : نشأة ومفهوم التجارة الالكترونية

نشأة التجارة الإلكترونية لم يكن من العدم فقط مر بالعديد من المراحل و تطورات ثورة تكنولوجيا المعلومات و نمو الانترنت السريع كركيزة الاساسية لتطور تجارة الالكترونية و نجد هنا اختلاف العديد من الآراء حول المفهوم الحقيقي لتجارة الالكترونية.

#### أولاً- نشأة التجارة الالكترونية

حيث تم ظهور التجارة الالكترونية ثم تطورت لتمر بالعديد من المراحل لوصولها الى ما هي عليه الان.

#### 1- ظهور التجارة الالكترونية:

نشأة التجارة الإلكترونية نتيجة تعدد مراحل ثورة الاتصالات و المعلومات و خاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت و التكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في العالم . فأول مفهوم لتطبيق التجارة الإلكترونية كان في بداية 1970 و منذ عام 1995 اصبحت معظم الشركات الكبيرة و المتوسطة لها موقع الكتروني في منصة الانترنت و في عام 1999 امتدت التجارة الالكترونية من منظمات الاعمال للمستهلك لتشمل منظمات الاعمال و في عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الاعمال لموظفي هذه الشركات و ظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الالكترونية و التعليم الالكتروني.<sup>1</sup>

#### 2- مراحل تطور التجارة الالكترونية :

فان تطور التجارة الالكترونية ظم ثلاثة مراحل اساسية وهي

#### المرحلة الأولى :التحول الإلكتروني للأموال ELECTRONIC FUNDS TRANSFER

تعود هذه المرحلة إلى بداية تطبيق التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي، منذ ظهور التحويلات الإلكترونية للأموال بين المشتري والبائع ونقل الأموال من حساب إلى حساب آخر بدلاً من كتابة الصكوك التقليدية وإجراءات التحصيل النقدي حيث ان هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات و الشركات المالية الكبيرة الى ان توسع هذا المفهوم لشمّل المرحلة الثانية.

#### المرحلة الثانية :تبادل البيانات الرقمية ELZCTRONIC DATA INTERCHANGE

بدأ ظهور التبادل الالكتروني للبيانات في نهاية عام 1970 واستمر حتى بداية عام 1982 ، حيث سمحت التجارة الإلكترونية بتبادل

المستندات والبيانات مثل أوامر الشراء والفواتير الكترونية، وربط بين الشركات الرئيسية والموردون الفرعيون أو بين الشركة الأم

<sup>1</sup> كمال زريق / فطوم معمر. مداخلة بعنوان "التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي" الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية المركز الجامعي خميس مليانة ص02

وفروعها عبر انظمة مغلقة حيث ساهم ذلك في انخراط الشركات في هذه الأنشطة خاصة المؤسسات المالية والمصانع وبائعي التجزئة، كما ظهرت تطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل بيع وشراء الاسهم في الأسواق المالية. والتعامل ببطاقات الائتمان و الكثير من العمليات الأخرى.

### المرحلة الثالثة: التجارة الإلكترونية

استفادت التجارة الإلكترونية من الانتشار الواسع للشبكة العالمية للمعلومات، وتم تطور تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة

بداة من عام 1995. كما شهدت هذه المرحلة بدايات الإعلانات عبر الشبكة العالمية للمعلومات والمزادات، لدرجة أن الشركات كبيرة ومتوسطة الحجم قامت بإنشاء مواقع لها على الشبكة العالمية للمعلومات .

1

### ثانيا- مفهوم التجارة الالكترونية :

#### 1/- مفاهيم عامة حول التجارة الالكترونية:

في الواقع ليس هناك مفهوم محدد للتجارة الالكترونية حتى الان وذلك بسبب تعدد الجهات و المنظمات الدولية وقبل ان نتطرق لتعريف التجارة الالكترونية بالعموم يجب النظر اليها من خلال تقسم مفرد (التجارة) و(الالكترونية) فالتجارة هنا تعني المفهوم التقليدي الممارس من خلال بيع و الشراء اي تبادل السلع باستخدام وسيط ما ولقد شهد هذا الوسيط تطورا عبر مراحل زمنية و الذي يعرف بالنقود في وقتنا الحالي عن طريق فواتير او عقود ورقية.

1-2/- ومن خلال الجدول التالي سنتطرق الى مفاهيم التجارة الالكترونية من خلال مناظير الخاصة بها

جدول رقم 01 مناظير تعريف التجارة الالكترونية .

| التعريف   | المنظور          |
|---|------------------|
| التجارة الالكترونية هي وسيلة من اجل اىصال المعلومات او الخدمات او المنتجات عبر خطوط الهاتف او عبر شبكات الأنترنت او عبر اي وسيلة تقنية                | الاتصالات        |
| التجارة الالكترونية هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من اجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة  | الاعمال التجارية |
| التجارة الالكترونية هي اداة موجهة الشباع رغبات الشركات و المستهلكين و المدراء في خفض تكلفة الخدمات و الاسراع بزمن تقديم هذه الخدمة والرفع من كفاءتها. | الخدمة           |
| التجارة الالكترونية هي أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية او لحظية من خلال شبكة الأنترنت.  | الانترنت         |
| التجارة الالكترونية هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (افراد ومنظمات) للتعلم و التبادل و التعاون فيما بينهم   | المجتمع          |

المصدر من اعداد الطالبة

<sup>1</sup>- سارة بالساهر مذكرة ماستر بعنوان "التجارة الالكترونية وفاق تطورها في البلدان العربية " سنة 2014/2015 ص 17  
- نشأة التجارة الالكترونية <https://www.entejsites.com> 16/04/2020 10:56 pm

1-3/- الفرق بين التجارة القديمة والتجارة الالكترونية

ان طرق الاتصال في التجارة الالكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ففي الاولى وسيلة الاتصال الوحيدة هي الانترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها و اختلافها يؤدي الى صعوبة التنسيق و ترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة الى اطالة زمن معالجة الطلبية حيث ان اقتران كلمة التجارة وارتباطها بالوصف الالكتروني يعني تغيرا في اسلوب ممارسة النشاط الاقتصادي حيث ان استخدام الوسائل الالكترونية بمختلفها اصبح جزءا مرتبعا بتجارة حيث يتم تبادل المعلومات و البيانات و التفاوض و التعاقد الكترونيا اما عملية التسليم وتسوية المدفوعات اعتمدا على شبكة الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة من خلال عدة طرق كالتشفير حيث تتم كل المراحل بشكل الكتروني مبرمج تلقائي ابتداء من الاعلان عن السلع التسويق التعاقد و وصولا للتسوية ثم الدفع.

و من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول 02 التالي :

الجدول رقم 02 : فرق بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية.

| خطوات حلقة البيع              | تجارة التقليدية                   | التجارة الالكترونية              |
|-------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| بحث عن معلومات حول المنتج     | المحلات<br>الكتالوجات<br>الممثلين | صفحة الويب                       |
| طلب السلعة                    | رسالة بريدية<br>استمارة           | بريد الكتروني                    |
| الرد على الطلب                | رسالة بريدية<br>استمارة قوائم     | بريد الكتروني                    |
| مراقبة السعر                  | كالألوق                           | كتالوج على الخط                  |
| مراقبة الكمية                 | هاتف<br>الفاكس                    |                                  |
| تقديم الطلبية "تحرير"         | استمارة مطبوعة                    | صفحة الواب<br>بريد الكتروني      |
| بعث/ استقبال الطلبية          | الفاكس<br>برقية "مراسلة"          | البريد الالكتروني                |
| اعطاء الاولوية لطلبية معينة   |                                   | قاعدة البيانات على الخط          |
| مراقبة الكمية في مكان التخزين | استمارة مطبوعة<br>هاتف<br>فاكس    | قاعدة البيانات على الخط<br>الواب |
| تحرير الفاتورة                | استمارة مطبوعة                    | قاعدة البيانات على الخط          |
| استقبال السلعة                | موزع                              |                                  |
| تأكيد وصول السلعة             | استمارة مطبوعة                    | بريد الالكتروني                  |
| ارسال استقبال الفاتورة        | برقية "مراسلة"                    | بريد الالكتروني EDI              |
| استحقاق الدفع                 | استمارة مطبوعة                    | قاعدة البيانات EDI               |
| اتمام الدفع                   | برقية "مراسلة"                    | EDI-EFT                          |

المصدر David kosiur comprendre le commerce

electronique,2tirage,2000,microsoft presss,France,pè.

\*عمتا فان التجارة الالكترونية عبارة عن نظام يتيح عبر الأنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات افتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.<sup>1</sup>

\*تمثل التجارة الإستونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي علي تعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل إلكترونيا بدلا منه ماديا أو ماديا مباشر<sup>2</sup>

\*التجارة الالكترونية هي عمليات البيع و الشراء من خلال تبادل المعلومات التي تتم عبر الانترنت و تشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية و التجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية و القانونية حيث تستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس الهاتف الانترنت و الشبكات المعلوماتية.<sup>3</sup>

\*ان مفهوم التجارة الالكترونية يشير الى تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية و تفرغ البرامج الالكترونية دون الذهاب الى المحلات او شركات او المؤسسات بالضافة الى هذا فان التجارة الالكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي او الدولي مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها.<sup>4</sup>

## 2/- تعريف التجارة الالكترونية حسب المنظمات الدولية:

1-2/- منظمة الامم المتحدة united nations :

اهتمت منظمة الامم المتحدة متمثلة في لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي الاونسترال (uncitral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية وقد تم هذا في 16 ديسمبر 1996 عند موافقة لجنة اونسترال على اصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية.<sup>5</sup>

لقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الالكترونية ففي الفترة الاولى من المادة الثانية نص على ان وسائل الاتصال التي يتم عن طريق التجارة الالكترونية كالبريد الالكتروني او الفاكس لتبادل البيانات اذن فمن الممكن ان يتم الايجاب عن طريق الانترنت و القبول عن طريق الفاكس.

و بعد صدور قانون الاونسترال النموذجي للتجارة الالكترونية اصدرت العديد من الدول العالم قوانين تنظم المعاملات الالكترونية مسترشدة بأحكام هذا القانون النموذجي فكانت دولة سنغافورة اول دولة في العالم مطبقة للقانون النموذجي للتجارة الالكترونية حيث اصدرت قانون المعاملات الالكترونية سنة 1998 ثم تلتها عدت

<sup>1</sup> الموسوعة العربية لكمبيوتر الانترنت [www.mawssoa.net](http://www.mawssoa.net)

<sup>2</sup> سعد غالب ياسين بشير عباس العلق. دار المناهج للنشر والتوزيع تحت عنوان "الاعمال الالكترونية" الاردن 2006 ص 209

<sup>3</sup> محمد ابراهيم عبد الرحيم مؤسسة شباب الجامعة تحت عنوان " الاقتصاد الصناعي و التجارة الالكترونية" مصر 2007 ص

148

<sup>4</sup> عبد القادر بريش محمد زيدان كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تحت عنوان " دور البنوك في تطوير التجارة الالكترونية "

مارس 2004

<sup>5</sup> السيد احمد عبد الخالق منشورات المنظمة العربية لتنمية الادارية تحت عنوان " التجارة الالكترونية والعولمة " القاهرة مصر

2006 ص 31

دول منها الولايات المتحدة الامريكية و ايطاليا سنة 1999 و فرنسا و تونس و الصين سنة 2000 و ايرلندا سنة 2001.<sup>1</sup>

## 2-2/- منظمة التجارة العالمية :

و تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على انها أنشطة انتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها او تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاث انواع من العمليات

ا- عمليات الاعلان عن المنتج و عمليات البحث عنه

ب- عمليات تقديم طلب الشراء و سداد ثمن المشتريات

ج- عمليات تسليم المشتريات

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على شراء المنتج فحسب فالمعلومات و الخدمات التي تتبادل بين الشركة او المستهلك والتي تتم عبر الانترنت او وسائل الاتصال الالكترونية الاخرى فهي الاخرى كذلك تدخل ضمن التجارة الالكترونية ابتداء من معلومات ما قبل الشراء الى خدمات ما بعد البيع

## 2-3/- منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية

اما منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية فقد عرفت التجارة الإلكترونية هي التي تشمل جميع اشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات و الافراد والتي تقوم على اساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة او مرئية او مسموعة هذا بالضافة الى شمول الاثار المترتبة على عملية تبادل البيانات و المعلومات التجارية الكترونيا و مدى تأثيرها على المؤسسات و العمليات التي تدعم و تحكم الانشطة التجارية<sup>2</sup>

## 2-4/- منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا و المحيط الهادي

بانها "اي شكل من اشكال الصفقات التجارية الخدمية و السلعية والتي يتعامل فيها الاطراف بطريقة الكترونية سواء تمت بين شخص او شخص اخر او بين شخص وجهاز كمبيوتر"<sup>3</sup> او بين جهاز كمبيوتر وجهاز اخر واهم نقاط هذا التعريف منها ان عقود التجارة الالكترونية قد تكون بيع الكترونية كسواء بضائع او عقود الخدمات الكترونية كالعقود شراء برامج الكمبيوتر و تذاكر الطيران وصولا الى مواد السوبر ماركت وكل ما يحتاجه الفرد يوميا.

## 2-5/- الاتحاد الروبي

عرف الاتحاد الروبي التجارة الالكترونية بانها كل الانشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية و المستهلكين او بين كل منهما على حده وبين الادارات الحكومية.

<sup>1</sup> خالد ممدوح ابراهيم دار الفكر الجامعي تحت عنوان "لوجستيات التجارة الالكترونية" الاسكندرية مصر 2008 ص 130

<sup>2</sup> ابراهيم العيسوي التجارة الالكترونية مكتبة الأكاديمية القاهرة مصر 2003 ص 11-12

<sup>3</sup> علاوي محمد لحسن / مولاي لخضر عبد الرزاق مداخلة تحت عنوان " التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية" الملتقى الدولي الرابع " عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 27-26 افريل 2011 ص 04.

وحسب هذا التعريف فان التجارة الالكترونية تتم على نحوين اما بطريقة غير مباشرة وفيه تتم توصيل البضائع و الخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت بوسائل تسليم تقليدية عن طريق البريد او عن طريق ممثلي الشركة البائعة و قد تتم بطريقة المباشرة والتي تكون فيها طريقة تسليم البضائع و الخدمات معنويا بمعنى ان يتم في محال ومن امثلة هذه البضائع و الخدمات برامج الكمبيوتر و المحلات الالكترونية وخدمات التسلية و خدمات المعلومات و التحويل الالكتروني للمعلومات و الاسهم المالية الالكترونية و سندات الشحن الالكترونية و التصميمات الهندسية و المزايدات التجارية اذن فالتسليم في التجار الالكترونية يتم ماديا ولا يمنع ان يكون التسليم معنويا<sup>1</sup>

## 2-6/- المنظمة العالمية للملكية الفكرية:

تعرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية التجارة الإلكترونية على انها شكل واسع تشمل كل الوسائل الالكترونية المستخدمة لغرض التجارة حيث ان اهتمامها يتمحور حول موضوع الحماية القانونية للعمليات التجارية و حقوق التأليف و براءة الاختراع في مجال تجارة الالكترونية وخصتا الوسائل المستعملة في ابرام الصفقات التجارية الالكترونية.<sup>2</sup>

## المطلب الثاني: اشكال وخصائص التجارة الالكترونية

لتجارة الالكترونية عديد من التصنيفات لذا علينا ان نكون اكثر تحديدا لهويات طرفي عمليات التجارة الالكترونية و لنموذج الاعمال و حسب عمليات ما يباع ويشترى من سلع و خدمات و نلاحظ ان للتجارة الالكترونية العديد من الخصائص التي تسهل المعاملات لمختلف اطراف المتعاملة بها.

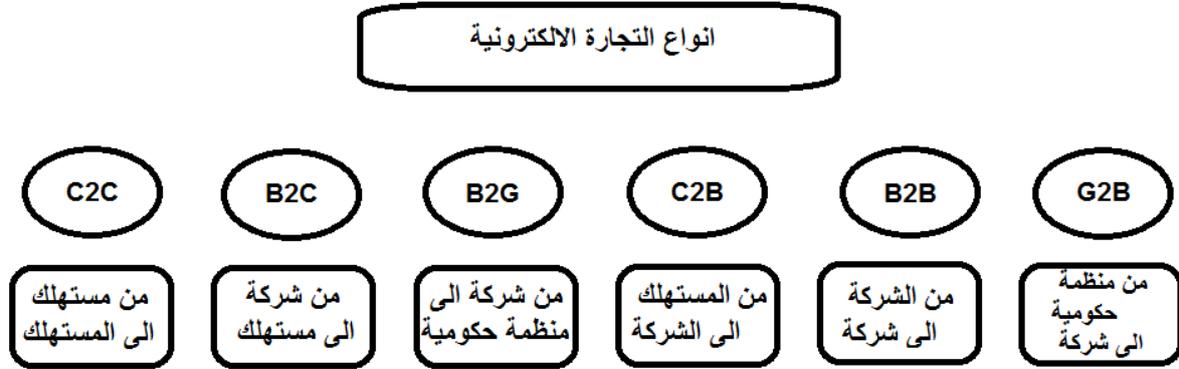
### أولاً- اشكال التجارة الالكترونية

مجالات التجارة الالكترونية واسعة متعددة الابعاد تشمل أي نشاط او تعاملات تجارية تتحقق بين الاطراف عديدة عبر وسائل الالكترونية واهمها شبكة الأنترنت لذلك فان أي نموذج للتجارة الالكترونية يشتمل على الاطراف متعددة عبر وسائل الالكترونية واهمها شبكة الأنترنت لذلك فان أي نموذج للتجارة الالكترونية يشتمل على الاطراف الاساسية المعنية بالتعامل التجاري وعليه يمكن تقسيم التجارة الالكترونية حسب طبيعة وهوية الاطراف الاساسية المعنية بالتعامل التجاري كالاتي الشكل البياني لاشكال التجارة الالكترونية :

<sup>1</sup> خالد ممدوح براهيم مرجع سبق وذكره ص134

<sup>2</sup> الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرابط [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

الشل البياني رقم 01: اشكال التجارة الالكترونية.



المصدر من اعداد الطالبة expandcart.com

1- التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية و منشأة تجارية اخرى: business to business  
ويرمز لها بالرمز B2B ويقصد بها التعاملات التجارية الالكترونية التي تتم بين منظمات الاعمال  
المشتركية عبر شبكة الانترنت بمعنى اخر هي كل صفقات البيع و الشراء التي تتم بين الشركات.<sup>1</sup>

وبالرجوع الى بدايات التجارة الالكترونية والتي كانت تتم اساسا بين المنظمات التجارية منذ سنوات في مجال  
خدمات التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى وهو ما يعرف ب(firm to firm trade) امتدت بعد  
ذلك الى مختلف القطاعات و الميادين لتشمل الروابط و العلاقات الامامية مثل التسويق و التحضير للأعمال مثل  
الموردين للموارد الاولية ومن هذا المنطلق اصبحت تعرف BUSINESS TO BUSINESS وقد اصبح اليوم  
هذا التطور في مجال التعامل بين مختلف المنظمات بعضها مع البعض لنفس النطاق الجغرافي خصتا الدول  
المتقدمة او بين المنظمات في الدولة و منظمات في الدولة الاخرى<sup>2</sup> و نأخذ موقع www.e-steel.com مثلا  
عن التجارة الالكترونية من نوع B2B.

2- التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية والمستهلك: business to customer

و يرمز لها بالرمز (B2C) وكان لها الشكل انتشار كبير من قبل العميل لشراء منتجات و خدمات عن طريق  
الويب من خلال مراكز التسوق على الأنترنت وهي تقدم كافة انواع السلع والخدمات ويستخدم هذا الشكل من  
قبل المنشأة التجارية للوصول الى اسواق جديدة<sup>3</sup> حيث يشمل هذا الشكل قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات و  
الخدمات للمستهلكين عبر شبكة الانترنت ويتم التعامل بين الشركة و الافراد سواء على المستوى المحلي او

<sup>1</sup> نجم عبو نجم دار المرجع لنشر والتوزيع تحت عنوان "الادارة الالكترونية الاستخراجية الوظائف و المشكلات" رياض المملكة السعودية  
2004 ص 40.

<sup>2</sup> السيد احمد عبد الخالق مرجع تم ذكره مسبقا ص45.

<sup>3</sup> علاوي محمد لحسن / مولاي لخضر عبد الرزاق مرجع سبق ذكره ص6.

الدولي حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة او الخدمة مباشرة اذا كانت منتجا رقميا او عن طريق البريد التقليدي اذا كان غير قابل للتسليم الكترونيا

### 3-التجارة الالكترونية بين المنشأة تجارية و الادارة الحكومية: business to government

وهي تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الاعمال و الادارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب و الرسوم التجارية ورسوم الجمارك وكل ما تقوم به الادارات الحكومية من مشتريات المؤسسات التجارية الكترونيا

### 4- التجارة الالكترونية من المستهلك الى المستهلك: Customer to Customer

وهو ما يعبر عنه ب C2C وقد ظهر هذا الشكل مع انتشار استخدام الانترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الانترنت و النوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الإلكتروني حيث يقوم مستهلك بعرض منتجات الى المزارد فيصبح المستهلكون الاخرون على علم ودراسة بالثمن ويقوم الرف الإلكتروني بخدمة الوسيط مما يخول للعملاء عرض البضاعة للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني كموقع E-BAY وهذا الشكل يهدد التجارة الالكترونية التي تتم بين وحدة الاعمال و المستهلك.<sup>1</sup>

### 5- التعاملات فيما بين المستهلك و الشركات: customer to business

والذي يرمز له بالرمز C2B وتشير الى التعاملات التجارية الالكترونية التي تتم بين مستهلكين افراد بائعين ومنظمات اعمال مشتري ومثال ذلك عندما يقوم المستهلك الفرد ببيع منزل او اي اصول يمتلكها من خلال الانترنت الى منظمة عقارات او اعمال مشتركة وتظم هذه التجارة طرفا وسيطا ثالثا نظرا الى معظم البائعين من المستهلكين الافراد لا يمتلكون مواقع على الانترنت لذا يعتمدون على مواقع متخصصة في شبكة الانترنت تقوم بعرض منتجات البائعين الافراد وتلقى طلبيات الشراء وذلك مقابل عمولة او مجانا ويعد موقع [www.buyonline.com](http://www.buyonline.com) مثلا على مجالات تجارة الالكترونية.<sup>2</sup>

### 6- التعاملات فيما بين الاجهزة الحكومية بعضها ببعض: government to government

و الذي يرمز لها بالرمز G2G ويمكن ان تشمل هذه التعاملات بين الاجهزة الحكومية لكنها يمكن ان تشمل اعمالا ذات طابع تجاري كأنها توجر هيئة اوقاف او شقق لوزارة اخرى من الوزارات الدولة.

### 7- التعاملات فيما بين الاجهزة الحكومية و الشركات: government to business

ويرمز لها بG2B و تتمثل في مبادلات المعلومات بين الحكومة و الشركات باستخدام الانترنت كالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاص بالضرائب و الجمارك و الاوضاع النقدية وما اليها.<sup>3</sup>

### 8- التعاملات فيما بين الاجهزة الحكومية و المستهلكين: GOVERNMENT TO CONSUMERS

<sup>1</sup> خالد مجدوب ابراهيم مرجع سبق ذكره ص 160.

<sup>2</sup> طه طارق منشأة المعارف للتوزيع تحت عنوان "التسويق و التجارة الالكترونية" اصدار 2 مصر 2005 ص 355-356.

<sup>3</sup> ابراهيم العيسوي مرجع سبق ذكره ص 14.

ويرمز لها G2C يتمثل في الخدمات الالكترونية التي يقدمها الافراد كاستخراج بطاقات الهوية و رخص السياقة وشهادات الميلاد ودفع الضرائب الكترونيا <sup>1</sup>

### 9- التعاملات من المستهلك الى الحكومة: CONSUMERS TO GOVERNMENT

ما يرمز له C2G مثل قياس الافراد بسداد الضرائب او الرسوم تجديد لرخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت و التقدم لشغل الوظائف المعلن عنها في مواقع الحكومية وغيرها من المواقع على الانترنت .<sup>2</sup>

ومن خلال الجدول التالي نلاحظ مختلف تطبيقات أنشطة التجارة الالكترونية و تبادل المعلومات حسب كوبل.

الجدول رقم 03 :مصنوفة كوبل لتطبيقات أنشطة التجارة الالكترونية و تبادل المعلومات

| مستهلك                | شركة                | حكومة                | حكومة  |
|-----------------------|---------------------|----------------------|--------|
| حكومة لمستهلك<br>G2C  | حكومة لشركة<br>G2B  | حكومة لحكومة<br>G2G  | حكومة  |
| شركة لمستهلك<br>B2C   | شركة لشركة<br>B2B   | شركة لحكومة<br>B2G   | شركة   |
| مستهلك لمستهلك<br>C2C | مستهلك لشركة<br>C2B | مستهلك لحكومة<br>C2G | مستهلك |

المصدر محمد الطاهر نصير التسويق الالكتروني دار الحامد عمان 2005

<sup>1</sup> علاوي محمد لحسن / مولاي لخضر عبد الرزاق مرجع سبق ذكره ص 06.

<sup>2</sup> ابراهيم العيسوي سبق ذكر المرجع ص 17.

**ثانيا- خصائص التجارة الالكترونية**

ومن اهم خصائص الميزة للتجارة الالكترونية نجد ما يلي: <sup>21</sup>

**1/- الطابع العالمي للتجارة الالكترونية:**

ان انشطة التجارة الالكترونية تتميز بطابع العالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية او الجغرافية فأى نشاط تجاري يقدم سلعا او خدمات على الأنترنت لا يعني وجوده وتمركزه في نفس المنطقة اي ان انشاء موقع تجاري على منصة الأنترنت يخول لصاحبه الوصول الى زبائن في مختلف مناطق العالم حتى ولو كانت شركة صغيرة ولكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع او الخدمات التي تسلم على الخط اي غير المادية فامنا الصعب فرض ضرائب عليها ومهم انه اي نشاد تجاري الكتروني يقدم على الأنترنت لا يحتاج وجود منطقة جغرافية بحد ذاتها.

**2/- الطابع المتداخل للتجارة الالكترونية:**

ان هذه الخاصية تلزم المؤسسات على اعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارسة التجارة الالكترونية وذلك من خلال فوارق التوزيع للوسائل بين المؤسسات سواء كانت هذه المؤسسات كبير الحجم او صغيرة اصبحت في التجارة الالكترونية اقل وضوحا وحدة فيصبح تسليم السلع و الخدمات بطرق تقليدية او الكترونية مباشرة على الأنترنت مثل الاقراص المدمج البرامج خاصة بالكمبيوتر المعلومات او دروس وحتى الموسيقى و الافلام حيث ان هذا يخلق صعوبة فرض الضرائب على المنتجات. <sup>22</sup>

**3/- غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارية الالكترونية:**

اتمام صفقة تجارية كاملة بدا من التفاوض على الشراء و التعاقد ودفع قيمة البضاعة و استلامها الكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية في حالة السلع القابلة لترقيم و من اهم خصائص التجارة الالكترونية هو خلق مجتمع الورقية ومن هنا تم ظهور مشاكل جديدة في اثبات المعاملات و العقود و توثيق الحقوق و الالتزامات و اثبات صحة التوقعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية الذي و بدوره ادى الى ظهور قوانين تضبط التجارة الالكترونية من اهمها العقود الالكترونية و التوقيع الالكتروني. <sup>23</sup>

**4/- عدم كشف هوية المتعاملين ان المعاملات التجارية الالكترونية:**

تتم بين الاطراف قد تكون من بلد الى اخر تفصل بينهما الاف الاميال ومع اختلاف التوقيت الزمني وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة البطاقات الائتمان مسروقة او اساءة استخدام المعلومات اثناء التعامل وهذا ما يثير مسالة الخصوصية وسرية المعلومة لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الامان و الموسيقىة والنزاهة والصدق في المعاملات التجارية عبر الأنترنت. <sup>24</sup>

<sup>21</sup> خلايفية كريم دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصادية تقرير مقدم لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكاديمي منشورة جامعة العربي بن

مهدي ام بواقي 2011-2012 ص 20.

<sup>22</sup> ابراهيم العيسوي مرجع سبق ذكره

<sup>23</sup> خالد مجدوب ابراهيم مرجع سبق ذكره ص 152

<sup>24</sup> ابراهيم العيسوي مرجع سبق ذكره 34

**5/- سرعة تغيير المفاهيم و الانشطة في التجارة الالكترونية:**

ان اتساع حجم نطاق التجارة الالكترونية و التغييرات المتسارعة التي تتعرض لها انشطتها ونظرا لارتباط انشطتها بوسائل الاتصال الالكتروني و مجالات الاتصال و المعلومات التي تعرف هي الاخرى تغييرات متسارعة يعرض التجارة الالكترونية هي الاخرى للتغيير المتسارع في نوعية الانشطة ونطاق العمل وبتالي احتمال كبير في اتساع نطاق هذه التجارة.<sup>25</sup>

**المطلب الثالث : متطلبات ومراحل التجارة الالكترونية**

تبني فكرة التجارة الالكترونية تحتاج الى متطلبات ضرورية من اجل تطبيقها بصورة فعالة وتستوجب مراحل معينة.

**اولا- متطلبات التجارة الالكترونية**

و لتطبيق تجارة الكترونية يجب توفر متطلبات في المجالات المالية القانونية التقنية الاجتماعية و السياسة<sup>26</sup>

**1/- المتطلبات المالية العامة: والتي تشمل النقاط التالية :**

1-1/- الرسوم الجمركية و الضرائب: وهي اهم موارد السياسية التي تمكنها من تحقيق التوسع والتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية و الاستثمار و تنعكس حول

- اتجاه الدول النامية ودول اربو التي ترى ان العدالة هي ان يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية و الضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الانترنت و السلع التي يتم تسليمها بالأساليب النقدية
- توجه الولايات المتحدة الامريكية وبعض الدول المتقدمة التي تدعو الى الغاء كل انواع الضرائب و الرسوم الجمركية على المعاملات الالكترونية التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الانترنت بما فيها اعمال التسليم.

1-2/- تحويل لنظام الدفع و السداد الالكتروني: وذلك من خلال تحويل انظمة التقليدية لدفع النقدي الى نظم الدفع الحديثة من خلال الاحتياطات التالية لمنع مخاطر

- الحد من المخاطر
- ضمان الحماية الكافية ضد النشاط الاجرامي وانتهاك الخصوصية
- الوقاية من احتمال قيام وكالات التحقيق بتعقب سيولة السداد
- البعد العالمي لطرق الدفع واثره على الاقتصاد القومي

1-3/- جهة اقرار المعاملات الالكترونية: ان الدراسات التي تمت في اطار الاشراف على نظم السداد الالكتروني تؤكد على اهمية قيام جهة لإقرار التعاملات المالية .

**2/- المتطلبات التشريعية: يتطلب تطبيق تجارة الالكترونية الى منح تحفيزي تشريعي قانوني وذلك من خلال**

<sup>25</sup>خلافية كريم مرجع سابق ص 21.

<sup>26</sup>التجارة الالكترونية نظرة عربية لواقع وافاق المجلة العربية الدولية للمعلومات المجلد الثالث العدد السابع

- تطوير القوانين التجارية الالكترونية للتناسب مع المتطلبات والقضايا الخاصة بالوثائق والعقود الالكترونية و التوقيع الالكتروني و غيرها.
- توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة وهذا بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول.
- سرعة تنفيذ الاحكام وهاذا متطلبه التجارة الالكترونية
- ضمانات حماية حقوق المستهلكين
- الاعتماد على اليات التحكيم لضمان فصل نزاعات التقاضي خلال فترات زمنية اقل.

**3/- المتطلبات الاجتماعية:** ان تغير معايير النجاح و التميز لمنح افضل منتج في اطار تجارة الالكترونية واختلاف قياساتها عن ما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب اعداد ما يلي <sup>27</sup>

- اعداد اطرارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل و البرمجة على منصة الانترنت.
- اعداد البرامج الاعلامية خاصة بإتجاره الالكترونية تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته لزويا وفاق التجارة الالكترونية
- تطوير المؤسسات التعليم واطقتها بمختلف مناهج الخاصة بالمجالات المرتبطة بإتجاره الالكترونية.
- اعداد برامج التدريبية للعمال بهدف كيفية التعامل المثلى في مجال التجارة الالكترونية.

**4/- متطلبات حكومية والقطاع الخاص:** من خلال مشاركة القطاعات الخاصة في اعداد نظم وتدابير واجراءات لازمة للتجارة الالكترونية والمساندة المباشرة والغير المباشرة للشركات في تحويل الى النظم الالكترونية بالضافة الى توفير و اتاحة المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الحجم و اضافتا الى ذلك متطلبات حمائه تقنية للحفاظ على التجارة الالكترونية.

**5/- متطلبات تقنية:** حيث تتمثل من خلال :

5-1/- متطلبات بيئية : حيث تعد اساسية للاتصال لايد للدولة ان تقوم بتحسين مستوى الخدمات الاتصالية و توفيرها وعمومية شبكات المعلومات في جميع انحاء الدول وزيادة سرعة الاتصال العالمية والمحلية مع خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصال الرقمية.

5-2/- متطلبات تنظيم محتوى البيانات و المعلومات والصفحات الانترنت: ويتم هذا من خلال ضبط محتوى بيانات المعلومات الذي يسمح بتنظيم وربط جميع مراكز المعلومات بهدف رفع فاعلية اداء تجارة الالكترونية.

5-3/- متطلبات المعايير التقنية: يعتبر مقياس التقنية اساسي ذو اهمية كبيرة للنجاح التجاري طويل المدى على منصة الانترنت حيث تسمح المنتجات و الخدمات المقدمة من مختلف البائعين بإمكانية الشراكة و رفع المستوى وكفاءة الاداء من خلال المنافسة وكل هذا من خلال استخدام معايير و مقاييس تقنية دولية.

**6/- متطلبات حمائه:** و تتمثل من خلال :

6-1/- متطلبات حفاظ على التجارة الالكترونية: يتم هذا من خلال تأكيد خصوصيات البيانات و المعلومات الشخصية بتحديد قواعد و اجراءات لإدارة البرامج التي تحقق بدورها توازن بين خصوصية المعلومة وخصوصية الاطراف.

<sup>27</sup> زيدان بدر البدر و مرجع سابق ص 32

6-2/- متطلبات الامن و الحماية وتتم من خلال العديد من الطرق اهمها تشفير البيانات وبرمجتها بطريقة فعالة ملائمة لتصدي الاختراقات الالكترونية ولتفادي سوء الاستعمال.

6-3/-متطلبات حماية انتماء النطاق و الملكية الفكرية حيث تعد حماية حقوق الملكية الفكرية من اكبر التحديات التي تواجه الدول لتحقيق النمو الاقتصادي الاجتماعي من خلال تفادي سرقات الفكرية فيجب بناء برامج وتطويرها من خلال عدة مستويات و تعزيز القدرات خاصة بالمؤسسة للارتقاء بالوعي على الصعيد القومي.

### ثانيا- خطوات التجارة الالكترونية

فوفقا للمفاهيم السابقة فان التجارة الالكترونية تتم وفق الخطوات التالية

#### 1/- الخطوة الاولى:

وتتم من خلال الوسائل الالكترونية نذكر منها شاشات العرض الكبيرة او التكنولوجيا الرقمية و بعد تحديد الاوضاع السائدة في السوق يقوم البائع او العارض بتقديم السلع و الخدمات التي يرغب ببيعها فيقوم الاعلان والترويج لها من خلال الوسائل الالكترونية السابقة بهدف الوصول الى المستهلكين واقناعهم باقتنائها بطرق سهلة وواضحة وبالمختصر فان مرحلة العرض تشمل كيفية الحصول على المنتج وكيفية استلامه وسداد قيمته.<sup>28</sup>

#### 2/- الخطوة الثانية:

اقتناع الزبائن والبضائع او الخدمات المعروضة من قبل التاجر ليتم عقد ويقوم هذا الاخير بأرسال المزيد من البيانات و المعلومات حول السلعة او الخدمة من حيث الجودة و النوع الوظيفة و الموصفات و السعر وكل هذا يتم الكترونيا بطريقة امنة سهلة بسيطة.

#### 3/- الخطوة الثالثة:

تنفذ الالتزامات المتقابلة في العقد موضوع للتنفيذ ويقوم العارض بتوفير السلعة واعدادها وتهيئتها لتسليمها حسب الطريقة المتفق عليها وتقوم هذه المرحلة على

- تسليم السلعة حسب طبيعتها فاذا كانت سلعة مادية يلزم تسليمها بالشكل المادي وبشكل مباشر ام اذا كانت السلعة غير مادية يمكن تحويلها لملفات وبيانات بحيث يستطيع المشتري تحميلها من على الوسائل الالكترونية مثل الكتب وتذاكر السفر الخ ويتم ذلك حسب الشروط المنصوص عليها كما قد يكون المنتج عبارة عن خدمة مثلا الاستشارات القانونية او الدروس التعليمية والخدمات الحكومية .
- الحصول على سلعة يقابله قيام المشتري بتنفيذ امر الدفع وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقدا وبشيد كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية (بطاقات الائتمان و النقود الرقمية او الحسم الفوري حيث الدفع يتم حسب الشروط المتفق عليها.....تابع وسنتطرق لاحقا الى مراحل اجراء العقود الإلكترونية بالدقة وتفصيل.

## المطلب الرابع: اهمية و فوائد التجارة الالكترونية

لتجارة الالكترونية فضل كبير في توفير و تخفيض تكاليف ومعالجة و استرجاع و توزيع و حفظ المعلومات الالكترونية.

أولاً- اهمية التجارة الالكترونية حيث تكمن اهمية التجارة الالكترونية في النقاط التالية

### 1- حرية التسوق و توفير الجهد و الوقت:

يستطيع المشتري التسوق في مختلف المحلات و الاطلاع على معروضات و منتجات الشركات من خلال كتالوجاتها الموجودة على موقعها على شبكة الانترنت كما ان الاسواق الالكترونية متوفرة بشكل دائم (طيلة اليوم و دون أي عطلة) ولا يحتاج المشتري للصفر او الانتظار في طابور لشراء منتج معين كما ليس عليهم نقل هذا المنتج الى البيت. فان شراء احد المنتجات لا تتطلب الى النقر على المنتج و ادخال بيانات محددة و يكون الدفع عن طريق بطاقات ائتمانية او العديد من انظمة الدفع الملائمة مثل النقود الالكترونية و غيرها.<sup>29</sup>

### 2- سرعة تدفق المعلومات:

و من اهم ميزات التجارة الالكترونية سهولة و سرعة الحصول على معلومات والبيانات خاصة بمنتجات المؤسسات و الشركات من خلال مواقعها التجارية كما انها تقلص المسافات وتعبر حدود دول لتوفير طرق ملائمة لكل من الشركاء و العملاء تجار... الخ.

### 3- تخفيض المصاريف للشركات و الاسعار للزبائن:

تعد عملية اعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية على الويب اقل تكلفة مقارنة ببناء اسواق جديدة او صيانة المكاتب حيث ان الشركات هنا لا تحتاج الى انفاق كبير مداخلها ولا لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والاعمال الادارية اذ توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتواريخ عمليات البيع في الشركة واسماء الزبائن ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ البيع بسهولة هذا ما يؤدي الى خفض اسعار بيع السلع مقارنة بالسواق التقليدية.

### 4- التواصل الفعال بين الشركات وزبائنها:

علاقة مقارنة بين العملاء و الموردين حيث تكون مواقع التجارة الالكترونية دائما محدثة على الشبكة مما يجعل العملاء و الموردين على علم فوري باي تغيرات تحدث في السوق مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الالكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة مما يوفر ضمان ما هو افضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.

### 5- تسويق اكثر و فعالية و ارباح اكثر:

<sup>29</sup>محمد عبد حسين الفرج الطائي دار للنشر تحت عنوان "مدخل نظم المعلومات الادارية" الطبعة الاولى عمالن 2005 ص 33

اذن اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق يتاح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف مناطق العالم دون انتقاع طوال ساعات اليوم وطوال ايام السنة مما يوفر لهذه الشركات فرصة اكبر لجني ارباح اضافة الى استقطابها للمزيد من الزبائن.

## 6- التواصل الفعال بين الشركات وزبائنها :

علاقة متقاربة بين العملاء و الموردين حيث تكون مواقع التجارة الالكترونية دائما محدثة على الشبكة مما يجعل العملاء و الموردين على علم فوري باي تغيرات تحدث في السوق مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الالكتروني الاستفادة من هذه المميزات للاستجابة على استفسارات الزبائن بسرعة مما يوفر ضمان افضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم<sup>30</sup> ومن خلال الجدول التالي سنتعرف الى الفرص التي تقدمها التجارة الالكترونية لكل من الشركات و المستهلكين. ومن خلال الجدول التالي سنتعرف على فرص التي توفرها التجارة الالكترونية لكل من الشركات.

الجدول رقم 04: فرص التجارة الالكترونية لكل من الشركات و المستهلكين

| الشركات   | المستهلكين  |
|---|---|
| حضور عالمي<br>تحسين الوضع التنافسي<br>زيادة حجم الانتاج<br>توفير التكاليف<br>السرعة في الاداء | خيار عالمي<br>تحسين جودة المنتج<br>تقييم منتجات وفقا لرغبات العميل<br>سرعة الاستجابة للاحتياجات<br>حفض اسعار المنتجات |

المصدر: سعد غالب ياسين بشير عباس العلاق الاعمال الالكترونية مرجع سابق ص 227

## ثانيا- فوائد التجارة الالكترونية:

هناك العديد من فوائد التجارة الالكترونية التي يمكن ان تستفيد منها الشركات بشكل كبير منها<sup>31</sup>

1- عائدات اكبر التجارة الالكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت و التكلفة و الجهد في اجراء الحركات و العمليات اليدوية والتي تحتاج الى موظفين اكثر و عمال و ادارة وكل هذا يتم في تجارة الالكترونية عبر البرامج.

2- تقديم خدمة افضل لزبائن ان التجارة الالكترونية تسهل على كل من الزبون و البائع عملية بحث عن منتجات و مقارنة الاسعار من اجل التوصل لأفضل المنتجات او خدمات ذوي جودة العالية بعكس التجارة التقليدية .

<sup>30</sup> محمد عبد حسن ال فرج الطائي المرجع السابق ص 33.

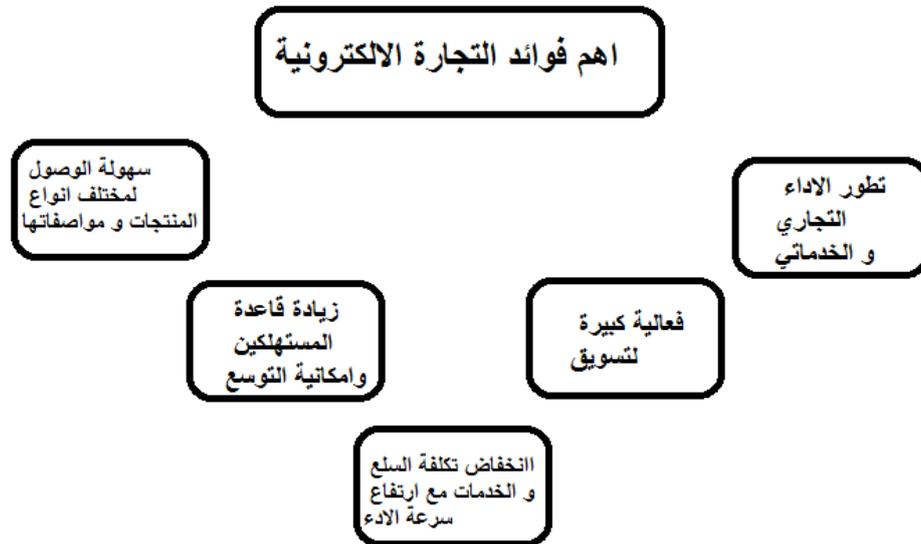
<sup>31</sup> خضر مصباح الطيحي مرج سابق ص 40

3- العمل الجماعي قامت التجارة الالكترونية برفع قيمة العمل الجماعي وذلك من خلال مشاركة البيانات و المعلومات من خلال قواعد و منصات الانترنت او عبر البريد الالكتروني والذي سهل وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخاذ قرارات فعالة.

4- حرية الاختيار توفر التجارة الالكترونية فرصة لزيادة مختلف انواع المحلات على الأنترنت و تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات وذلك بدون أي ضغوط من و نجد ان التجارة الإلكترونية توفر اماكن لتسوق بأسعار معقولة و الية تصفح عديد من المواقع و مقارنة منتجات كل شركة مع الاخرى بسهولة تامة.<sup>32</sup>

ومن خلال الشكل البياني التالي نلاحظ اهم فوائد التجارة الالكترونية.

الشكل رقم 02 اهم فوائد التجارة الالكترونية .



من اعداد الطالبة موقع makkahnewspapere.com

### المطلب الخامس: مزايا ومخاطر و عيوب التجارة الالكترونية

انتشار و توسع التجارة الالكترونية بشكل و كبير و خصتا خلال الآونة الاخيرة و بسبب التطور الالكتروني ورغم مزاياها العديدة فالتجارة الالكترونية مخاطر ايضا و سنتعرف عليها ايضا .

#### أولا- مزايا التجارة الالكترونية

للتجارة الالكترونية مجموعة من المزايا العديدة المذكورة كالتالي :

<sup>32</sup> حديجة جمعة الزويني مجلة لادارة الاعمال تحت عنوان "دور التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف " دراسي تطبيقية في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكانن سنة 2007 ص 56

**1- مزايا بالنسبة للأفراد: 33**

- \*توفير الوقت و الجهد حيث تفتح المواقع والاسواق الالكترونية كل الوقت على مدار ايام الاسبوع وطوال السنة ما يوفر لزبون خاصية الوقت اي طلب المنتجات بأريحية تامة دون اللجوء الى الانتظار او السفر
- \*حرية الاختيار ويكمن لزبون حرية اختيار اي منته ومقارنته مع العديد من البدائل اخرى من حيث السعر الجودة والنوعية من خلال زيارة العديد من المواقع وتصفح خيارات لانتهائية وفي الاخير اختيار المنتج الملائم.
- \*ان الاسواق عبر الانترنت توفر للمستهلك اسعار اقل من خلال تجنب كل تلك التكاليف الاضافية ونفقات مقارنة بأسواق العادي وكذلك خاصيات الاستفادة من عروض الخصم وغيرها.
- \*نيل رضا المستخدمين حيث تتكفل الشركات المتواجدة عبر منصة الأنترنت بالجابة على تساؤلات زبائنها و الرد عليهم من خلال البريد الالكتروني او التخاطب الشخصي.

**2-المزايا بالنسبة للمؤسسات: 34**

- \*خفض مصاريف المؤسسات من خلال استخدام تجهيزات من اجل جذب الزبائن في التجارة التقليدية يثقل ميزانية المؤسسة بتكاليف اضافية وكذلك الصيانة فبتالي فان وجود مواقع افتراضية للمؤسسة في الانترنت يلغي كل تلك المصاريف
- \*تواصل الفعال مع الشركاء و العملاء حيث توفر التجارة الالكترونية الفرص الملائمة في تقليص المسافات مما يزيد فاعليات اداء المؤسسات
- \*زيادة الارباح وذلك من خاصية الطابع العالمي فترى ان الاسواق الافتراضية بمواقعها على الانترنت تجذب مختلف الزبائن من كافة مناطق العالم وبتالي جني ارباح اضافية.

**3- المزايا على المستوى القومي:**

- \*دعم التجارة الخارجية فتجارة الالكترونية تؤدي الى رفع الانتفاع الاقتصادي من خلال تسويق سلع و الخدمات مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات.
- \* دعم التنمية الاقتصادية نظرا لما تقدمه التجارة الالكترونية من خفض التكاليف خاصة بالتسويق الدعاية والاعلان وتغيير كل من الوقت والمكان الملائم لتحقيق المعاملات التجارية
- \*دعم التوظيف حيث تمكن التجارة الالكترونية من اقامة المشاريع بمختلف احجامها للأفراد وربطها بالاسواق العالمية باقل تكاليف استثمارية.
- \*دعم القطاعات التكنولوجية حيث ان انتشار التجارة الالكترونية سبب ظهور العديد من القطاعات متخصصة في التقنيات تكنولوجية عالية الجودة و الاداء.<sup>35</sup>

<sup>33</sup>براهيم بختي التجارة الالكترونية التجارة الالكترونية ديوان المطبوعات الجامعية تحت عنوان " مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في الجزائر

المؤسسة «الطبعة الثانية صفحة من 69-67

<sup>34</sup> محمد مداحي تحت عنوان "التجارة الدولية وعلاقتها بالتسعير الدولي" ص 05

<sup>35</sup> علاوي محمد لحسين / مولاي لخضر مرجع سابق ذكره ص 09

**ثانيا- مخاطر و عيوب التجارة الالكترونية :****1/- مخاطر التجارة الالكترونية: و تصنف حسب نوعين :**

النوع الاول مخاطر يمكن اكتشافها و المقصود هنا بان الشركة ووجود خبراء متخصصين لديها قد تتمكن من اصطياد بعض الاختراقات في انظمتها والتعامل معها ومن اهمها

- الفيروسات الرقمية المعروفة بوجود نظام حماية مناسب يستطيع نظام الشركة اصطياد هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق والقضاء عليها.
- قرصنة الانترنت هواة يعتمد قرصنة الانترنت في اختراقهم لنظام امن ذاكرة النظام الشركة على المعلومات ورموز دخول معينة وفي حالة وجود اكثر من مستخدم لنظام قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول و الحصول من ذاكرة النظام على تلك المعلومات واستخدامها ولهذا فان كانت الشركة تستخدم الية تغيير تلك الرموز بشكل دوري ومسح ذاكرة معينة بواسطة خبراء تقنيين ومبرمجين فستتم حماية من الاختراقات.

مخاطر لا يمكن اكتشافها و المقصود هنا ان الاختراقات تتم بلا سابق دراية بسبب جهل الشركة لها والتي تتمثل في

- فيروسات غير معروفة فارغم وجود انظمة حماية من الفيروسات على انظمة الشركة الا انه هناك فيروسات غير معروفة بعد لنظام الحماية والتي تتمكن من اختراق نظام الشبكة واحداث تلف كبير دون الشعور به الا بعد فوات الاوان
- قرصنة الانترنت ذوي الخبرة العالية وهذه حيث تعد اكبر مشاكل التي تواجهها الشركات. من خلال استهداف برامج معينة قد تحدث أضرار هائلة دون شعور بها الا بعد فوات الاوان.
- التسارع التكنولوجي قد يصعب في كثير من الاحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الانترنت بشكل عام وعلى التجارة الالكترونية بشكل خاص مما يجعل التكنولوجيا التي تستخدمها الشركة قديمة جدا والمشكلة عدم الاطلاع على البرامج حديثة مواكبة لتطور في الوقت المناسب.<sup>36</sup>

**2/- عيوب التجارة الالكترونية: ومن هنا نستنتج اهم عيوب التجارة الالكترونية والمتمثلة في**

- حدوث الاختراقات في شبكة الانترنت يؤدي الى العديد من المشاكل اهمها سوء استعمال البيانات متحصل عليها بطريقة غير شرعية.

-استراد او تعاملات غير قانونية ممنوعة في الاسواق المحلية

-صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الالكترونية نظرا لغياب العلاقات المباشرة

-غياب التعامل الورقي وبالتالي عدم اثبات صحة العقود ومصداقيتها

- تزيف البطاقات الائتمانية او سرقاتها حيث يتحمل اصحابها تكاليف سلع وخدمات غير متحصل عليها من خلال انتقال البيانات بطرق غير قانونية.

<sup>36</sup> محمد ابو زلطة زياد عبد الكريم القاضي مكتبة المجتمع العربي الطبعة الاولى تحت عنوان "مدخل الى التجارة الالكترونية" الاردن 2009



## المبحث الثاني : التجارة الالكترونية و دورها في تسهيل المعاملات توسيع نطاق العمل.

## المطلب الاول: البنية التحتية لتجارة الالكترونية وواقعها

نجد لتجارة الالكترونية بنية تحتية و لفاعلية اداءها يجب فيجب التركيز على كل ما يسهل عمليات البيع و الشراء والخدمات و التواصل ما بين الشركات و العملاء و كل الاطراف .

### اولا- اسباب نمو التجارة الالكترونية

لنمو التجارة الالكترونية و تطورها اسباب عدة ونذكر منها

#### 1- الانترنت وخدماتها:

لقد مكنت الأنترنت تدفق البيانات التي تشمل الاتصالات المعاملات والمحتوى عبر الانترنت والاعلانات وغيرها ولقد تميزت الساحة العالمية في السنوات الاخيرة بتسارع التحولات التكنولوجية مما سمح بميلاد العديد من الوسائل التكنولوجية التي ساهمت في دعم التجارة الالكترونية ولكن الراي الغالب اليوم هو ان اهم وسيلة هي الانترنت التي تجلب اليها يوما بعد يوم المزيد من المستخدمين.

ومن خلال هذا البيان سيتوضح لنا نسبة استخدام الانترنت خلال السنوات السابقة

وبشكل عام فان الافراد المؤسسات الموصلة بالانترنت لها احتياجات اقل تعقيدا من المؤسسات غير موصلة بالانترنت والتي تحتاج الى الاشتراك لدى مزود يوفر لها خدمات ذات كفاءة تقنية عالية يكون متصل بشكل دائم مع الانترنت واستعمالها لأنظمة مزودة بخدمات تقنية حديثة ومتطورة ووجوب حصولها على موقع الكتروني وعلامة تجارية لأجراء عمليات تجارية على منصة الانترنت وعلوة على هذا فان حجم السعة النطاقية التي تصل مزود الانترنت يجب ان تشمل السرعة وكذلك وجوب ادراك اهمية المسافة التي تفصل شبكة الانترنت الاساسية فبعض مزودي خدمات الانترنت موصولون بمزودي شبكات وهم بدورهم موصولون بالانترنت عن طريق عدة مزودين اخرين مستوى الصيانة لديهم رديء على ان كفاءة موظفي مزود خدمات الانترنت هي احد اهم العناصر في سلامة عمله فمع وجود خدمة ذات كفاءة وعمال مؤهلين فنيا وتقنيا لن تكون هناك مشكلة من حيث المتطلبات الاجهزة المعقدة

ويوفر مزودو خدمات الانترنت ايضا خطوطا مؤجرة وهي اتصالات مفتوحة ذات سعة نطاقية عالية للانترنت تستضيف مواقع الويب وتقوم احيانا بتصميم المواقع و بالضافة الى ذلك فأنها تزود اصحاب المواقع بإحصاءات مهمة لعدد الطلبات وعلى بنود معروضة على مواقعهم ومصدرها <sup>37</sup>

#### 2- ثورة المعلومات والتنمية:

قد ادى بروز المعلومات كعامل اساسي في تنمية التجارة الالكترونية حيث ان استراتيجيات عالمية مركزة على نشاطات تقوم على كثافة المعلومات ونشأت علاقات قوى جديدة في الاتناء حيث ان ثورة المعلومات هذه هي التي سميت بالاقتصاد الجديد تحتل المواد البشرية مكانا مركزيا في تنميتها واستمرارها فقد جعلت العامل البشري يحتل الصدارة في الالية التنافسية حيث ينصب هاذا في مصلحة المؤسسات التي تملك الموارد البشرية التي يمكن تدريبها وتعليمها فيه افكرا جديدة للابتكار بدلا من شراء مكناات جديدة وبما ان الاقتصاد الجديد هو اقتصاد يعتمد على المعلومات والمعرفة والعلم و الثقافة فهو قد يساعد الافراد في المشاركة بفعالية اكبر في الاقتصاد العالمي.

#### 3- البنية التحتية للاتصالات المكثفة:

<sup>37</sup>سلطان بلغيث مجلة العلوم الانسانية العدد 37 تحت عنوان " واقع استخدام الانترنت في الوسط الجامعي " العراق 2008 ص 2

ان احد اهم اركان التجارة الالكترونية هو توفر البنية التحتية الكافية للاتصالات والتي تمكن الشعب في بلد ما من الاتصال بالانترنت ومن ثم الوصول الى اسواق جديدة وممارسة التجارة على الانترنت وللوصول الى الانترنت تمثل الخطوط الهاتفية الحد الأدنى من المتطلبات فهي يجب ان تتوفر لكل انسان بأسعار معقولة وطاقة كافية وحتى الان فان معظم الدولة النامية تمتلك اكثر من شبكات هاتفية بدائية غير كافية في معظم الحالات لأجراء صفقات التجارة الالكترونية مع ان الكثير من هذه الدول قد شرعت مؤخرا في رفع مستوى نظام الاتصالات استعدادا للاستعمال الانترنت ولكن هذه الجهود وجهت اساسا نحو تمكين الافراد للوصول الى الانترنت لأغراض المراسلة بالبريد الالكتروني والتحدث والدرشة واجراء البحوث وليس لأغراض عمليات التجارة الالكترونية.

ومن اجل ايجاد بيئة ممكنة للتجارة الالكترونية يجب ان تتحمل مرافق الاتصالات خدمات الوسائط المتعددة( صوت وبيانات وصورة ) اذ ان معظم مواقع التجارة الالكترونية وتطبيقها متطورة جدا وتعرض منتجاتها من خلال اشربة الفيديو ودلائل الصور من احدث التصاميم تتطلب سعة نطاقية عالية وقدرات متطورة للاتصالات ويمكن رفع مستوى المرافق الاساسية بطريقة عدة لتأمين اتصالات الانترنت بكفاءة وسرعة فالتكنولوجيا الجديدة كآليات الضوئية والشبكات الرقمية للخدمات المتكاملة (isdn) التي يمكن ان تتحمل حركة الوسائط المتعددة الفائقة السرعة والتي اصبحت متاحة الاستخدام في الدول النامية فبفضل هذه الشبكة يمكن استعمال الخط الهاتفي ذاته للاتصال المتعدد الوسائط وفي الوقت نفسه للوصول الى الانترنت ومن الجدير بالذكر ان هذه الشبكة اصبحت ظاهرة شائعة في البلدان المتقدمة وتعتبر الان قديمة نوعا ما مقارنة بالعديد من التكنولوجيات الجديدة والمتقدمة المتوفرة حاليا.

## ثانيا- واقع التجارة الالكترونية في العالم

تمثل التجارة الالكترونية في الوقت الحاضر ثورة حقيقية في مجال التعامل التجاري الدولي ، وما يؤكد اهميتها ودورها الفعال في تنمية التعاملات التجارية هو تسارع معدلات نموها، وقد بذلت جهود كبيرة من قبل مختلف المؤسسات المختصة بغرض توفير الإحصاءات الضرورية لتوضيح الوضعية الحالية للتجارة الالكترونية ومعدلات نموها وكذلك التنبؤ بمستقبلها. وتُظهر خلاصة الدلالات الرقمية، أن زيادة هائلة قد تحققت في ميدان التجارة الالكترونية لتصنيفاتها وفي مختلف أنحاء العالم، فقد أدركت العديد من الدول أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز اقتصاداتها ، وسارعت بوضع الخطط والسياسات الهادفة إلى نشر وتطوير تطبيق هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية الالكترونية، مما يخول هذه البلدان قطف ثمار هذه الثورة الحقيقية.

### 1/- التجارة الالكترونية في الدول المتقدمة:

تتسابق دول العالم المتطورة نحو استخدام التجارة الإلكترونية بشكل اوسع واشمل حيث لا يمكننا وضع كافة الدول المتقدمة في كفة واحدة فنبنّي التجاور الالكترونية والتجاوب معها يتفاوت من بلد الى الاخر وهذا ما سيوضحه الجدول التالي

الجدول رقم 05 مبيعات التجزئة عبر الانترنت لدول النامية بملايين الدولارات سنة 2018-2020

| تجارة التجزئة عبر الانترنت |        |        |        |
|----------------------------|--------|--------|--------|
| السنوات<br>البلدان         | 2018   | 2019   | 2020   |
| استراليا                   | 13.5   | 14.4   | 22.9   |
| كندا                       | 13.9   | 16.5   | 28.1   |
| الصين                      | 1060.4 | 1233.6 | 1414.3 |
| كوريا                      | 76.8   | 84.3   | 104.4  |
| بريطانيا                   | 84.00  | 89.00  | 130.6  |
| امريكا                     | 519.6  | 598.00 | 791.7  |

من اعداد الطالبة المصدر unctad 2021

نجد ان قطاع التجارة الالكترونية لقي ازدهار مبهرًا على عكس التجارة التقليدية وبعد قرار الحكومات بغلق الاسواق والمحلات التجارية لتصدي جائحة كورونا و فرض الحجر الصحي سبب الذي ادى لتغير سلوك المستهلك واعتماده على المتاجر الرقمية فحتى المستهلك الذي لا يتبع سلوك التسوق عبر الانترنت وتاجر الذي عليه بيع سلعته توجب على كلاهما اللجوء الى سوق الانترنت والتجارة الالكترونية.

الجدول رقم 06 : قيمة أنشطة التجارة الالكترونية للمؤسسات العالمية و المستهلكين.

| الدول                      | اجمالي مبيعات التجارة<br>الالكترونية خارج الحدود من<br>الشركات للأفراد | حصة مبيعات التجارة الالكترونية<br>خارج الحدود من الشركات الى<br>الافراد من اجمالي أنشطة التجارة<br>الالكترونية | حصة مبيعات التجارة<br>الالكترونية خارج الحدود<br>من الشركات الى الافراد<br>من اجمالي أنشطة التجارة<br>الالكترونية للأفراد |
|----------------------------|--|--|---|
| الصين                      | 105  | 4.2  | 6.8   |
| الولايات المتحدة الامريكية | 90   | 5.5  | 7.1   |
| هونكونغ                    | 38   | 8.2  | 15.2  |
| اليابان                    | 35   | 6.2  | 94.3  |
| المانيا                    | 23   | 3.3  | 13.2  |
| فرنسا                      | 16   | 1.1  | 14.7  |
| العالم                     | 12   | 2.2  | 10.6  |
|                            | 440  | 2.3  | 9.0   |

المصدر من اعداد الطالبة UNCTAD 2021 estimates of global e-commerce

وهنا سنحاول دراسة الاسواق التجارية لبعض البلدان المتطورة والتطرق لاستراتيجياتها لتوسع والهيمنة على اسواق

1-1/- الصين واستراتيجياتها :

تعد سوق التجارة الالكترونية في الصين الأكبران حجما على المستوى العالمي بعد الثورة التكنولوجية حيث تبلغ عائداتها السنوية أكثر من تريليون دولار حيث تعد شركة alibaba و مجموعة ant group التابعة لها اهم المصادر العائدات.

ومن اهم استراتيجياتها:

- الشحن لمختلف دول العالم بأسعار منخفضة جدا او منعدمة عكس الشركات الاخرى
- التعامل مع الزبائن على اساس قاعدة بياناتهم وعائداتهم الشرائية
- التسويق عبر الاجهزة المحمولة حيث نجد ان لشركة علي بابا 881 مليون مستخدم شهري فعال من الهواتف الذكية فقد وهذا اكثر من نصف عدد سكان الصين.
- الاستثمار مجال الالكتروني الرقمي و الدليل على ذلك مجموعة انت غروب التابعة لشركة علي بابا.

#### 1-2/- الولايات المتحدة واستراتيجياتها:

حيث تعد الولايات المتحدة الامريكية ثاني اكبر الاسواق العالمية للتجارة الالكترونية بعد الصين ومتفوقة على اليابان ثالث اكبر سوق لتجارة الكترونية وذلك بسبب اهم شركات التجارة الالكترونية الكبرى في العالم Amazon وشركتي ( ebay و walmart ) كما تبلغ عائدات التسويق عبر الانترنت لأمریکا مليارات الدولارات اذ تجاوزت العائدات 767 مليار دولار امريكي عام 2021 بالضافة الى ذلك هناك احصائيات انها ستتجاوز تريليون دولار امريكي.

ومن اهم استراتيجياتها التسويق عبر الانترنت من خلال الهاتف المحمول فهو الجهاز الاكثر استخداما للشراء و بيع عبر الانترنت حيث يتجاوز عدد مستخدميه 167 مليون مشتر و بائع عبر الانترنت وكل هذا باستخدام الهاتف الذكي والذكاء الاصطناعي وسنتطرق الى شركة amazon في دراسة حالة..... تابع

#### 1-3/- اليابان واستراتيجياتها:

اصبحت اليابان سنة 2020 كبر ثالث سوق للتجارة الالكترونية حيث سجلت ايرادات بلغت 114 مليار دولار امريكي والذي يمثل هذا مساهمة بنسبة 29% في معدل النمو العالمي وفقا للتجارة الالكترونية حيث اصبح المستهلكين اليابانيون الان اكثر افتتاحا على الاسواق الالكترونية. ومذ اطلاقها سنة 1997 منصة Rakuten لتصبح اكبر منصة رقمية في اليابان والذي يعد امازون اليابان حيث تعتبر واحد من اكثر الاسواق ربحية في العالم بتسجيلها ل 1.9 مليار مستخدم في عام 2019 كما سجلت مبيعاتها سنوية التي بلغت 31.7 مليار دولار

ومن اهم استراتيجياتها :

- الاستعانة بخدمات الدفع الرقمية حيث تشير تقريرها ان اكثر من نصف المستهلكين اليابانيين يفضلون استخدام بطاقات الدفع للتسوق عبر الانترنت
- تغطية شاملة وسرعة الفائقة لتسليم و النقل ( اجراء التسليم في اليوم التالي الى حوالي 95% من البلاد )
- التعامل مع الاسواق الالكترونية الاخرى عرض خدماتها ومنتجاتها وتعميمها في جميع انحاء العالم.

#### 1-4/- اوروبا واستراتيجياتها:

تشكل الاجندة الرقمية خاصتا التجارة الإلكترونية الأوروبية ركيزة عامة لاقتصادها واهم الاستراتيجيات الأوروبية لسنة 2020 وذلك من خلال تحقيق النمو الذكي والمستدام والشامل في البلدان الاتحاد الأوروبي حيث يتم انشاء

اسواق رقمية موحدة بناء على استخدام امكانيات تكنولوجية للمعلومات والاتصال على النحو افضل وتشجيع الابتكار والنمو الاقتصادي والتقدم ومن اهم الاستراتيجيات كالتالي

- انجاز سوق الموحدة الرقمية
- تعزيز قابلية التشغيل البيئي والمعايير
- تعزيز الثقة والامن على الانترنت
- تعزيز النفاذ الى الانترنت للجميع بسرعة فائقة
- الاستثمارات في مجال البحث و الابتكار الرقمي
- تعزيز الاندماج والانفتاح من خلال محو الامية الرقمية
- تعزيز فوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمجتمع الأوروبي.

ومن خلال الجدول التالي نلاحظ نسب مؤشرات الموثوقية البريدية لبعض الدول الأوروبية

جدول رقم 07: نسب مؤشرات الموثوقية البريدية لبعض الدول الأوروبية

| الدول                   | مؤشر درجة موثوقية البريد |
|-------------------------|--------------------------|
| سويسرا                  | 97                       |
| هولندا                  | 93                       |
| الدنمارك                | 81                       |
| المملكة المتحدة المانيا | 98                       |
| المانيا                 | 91                       |
| فنلندا                  | 91                       |
| ايرلندا                 | 98                       |
| النرويج                 | 88                       |

من اعداد الطالبة المصدر 2021unctad

## 2- التجارة الالكترونية في الدول النامية :

من اجل اخذ فكرة حول تطور استخدامات الرقمية والتكنولوجية في التجارة الالكترونية للدول النامية فامن المهم تحليل البيانات و المؤشرات تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث تحتل الامرات ودول الخليج المرتبة الاولى حيث مازالت الدول تتلمس طريقها في مجال استخدامات التجارة الالكترونية، ولا تشكل هذه التجارة سوى نسبة ضئيلة جدا من مبيعات مؤسساتها وسيتم تصنيفها الاتي<sup>38</sup>

1-2- دول افريقيا:

من اهم الاجراءات المتبعة و التي كانت من طرف ادارة التنمية الاقتصادية والتجارة والصناعة و التعدين بمفوضية الاتحاد الافريقي على مذكرة تفاهم مع مجموعة التجارة الالكترونية الافريقية بشأن تنفيذ مبادرات بناء

<sup>38</sup> سعوداوي صدق / رجال سمير المركز الجامعي خميس مليانة مداخلة تحت عنوان "متطلبات وواقع التجارة الالكترونية في البلدان النامية" الاونكتاد مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية تحت عنوان "التجارة الالكترونية تطلع اخيرا في البلدان النامية" 2015

القدرات الرقمية في الدول اعضاء الاتحاد الافريقي حيث تم اطلاق منصة sokokuu للتجارة الرقمية 2020 واصبحت مباشرة في 1 يناير 2021.

ومن اهم شركات التجارة الالكترونية نجد jumia والتي تم تأسيسها في عام 2012 لتنتشر في 14 دولة افريقية سنة 2018 حيث سجلت اشتراك 50.000 فرد وشركة افريقية محلية لخدمة الزبائن بحيث وصلت ايراداتها 234 مليون دولار سنة 2014 و حسب منظمة اونكتاد فقد قامت الشركة بتقديم 100 مليون دولار من اجل الاكتتاب العام الاولي في بورصة نيويورك 2022

ومن اهم استراتيجياتها

- تبني نظام اقتراض من تاسيسها والذي يسمح للبائعين بالحصول على قروض بشروط معينة
- اطلاق منصات دفع امانة من خلال العملات المشفرة لتسهيل الخدمات.<sup>39</sup>

## 2-2- دول اسيا:

نجد شركة lazada و التي تأسست عام 2012 حيث يقع مقرها بسنغافورة حيث تعد اكبر سوق الكتروني لتسوق في جنوب شرق اسيا حيث تقدم خدمات لأكثر من 11500000 بائع ومشتري محلي ودولي بخدمة 560 مليون مستهلك.

ومن اهم استراتيجياتها :

- الاستثمار في المجال الرقمي و تكنولوجي للمعلومات
- التوسع وانشاء فروع في مختلف مناطق

## 2-3- امريكا اللاتينية :

اثر وباء الكوفيد على عادات المستهلكين فبعد الاجراءات الحكومية اجبر ملايين الاشخاص لاستخدام منصة الانترنت للتجارة حيث تعد Mercado Libre ذات نطق استعمال واسع حيث تعد اكبر منطقة اقليمية لتجارة الالكترونية لدول امريكا اللاتينية متوفرة في 18 دولة ويقدر اجمالي صافي ايراداتها حوالي 1.3 مليار دولار سنة 2021.

ومن اهم استراتيجياتها :

- الاستثمار في المجال الرقمي وتكنولوجيا المعلومات
- تبني بطاقات الدفع الرقمي من خلال مشاريع تجريبية
- تبني ساسة توسيع شبكة اللوجستية<sup>40</sup>

<sup>39</sup> مفوضية الاتحاد الافريقي مجموعة التجارة الالكترونية الافريقية <https://au.int> 2020

<sup>40</sup> [www.MercadoLibre.com](http://www.MercadoLibre.com)

## المطلب الثاني: عقبات التجارة الالكترونية وتحدياتها

لايزال انشاء امن الالكتروني موثوق لتجارة الالكترونية احد المشكلات التي يواجهها متعاملون خصتنا فقدان البيانات او الاختراقات الامنية و غيرها لذا يجب علينا ضبط برامج حمايه مناسبة لتسهيل المعاملات و جعلها اكثر امانة.

### اولا- عقبات تجارة الالكترونية:

يواجه نمو التجارة الالكترونية بعض التحديات لاسيما في البلدان النامية التي تواجه صعوبات فيما يتعلق بسهولة النفاذ الى التقنيات الاتصال بتكاليف مقبولة.

في هذا الاطار اشار البنك الدولي الى ان حوالي 15 في المئة فقط من سكان العالم يستطيعون تحمل تكلفة الوصول الى شبكة العالمية للمعلومات ذات النطاق العريض عام 2020 كما ان نحو 1.7 مليار نسمة محرمون من النفاذ الى الخدمات المالية بما يحول دون امكانية استفادتهم من التعلات التجارة الالكترونية التي تتم عبر بطاقات الدفع الالكترونية المستندة الى الحسابات المصرفية والمحافظ المالية المتوفرة من خلال الهواتف الذكية ومن جهة اخرى يواجه مستخدمو التجارة الالكترونية تحديات اخرى من بينها احتمالية تعرضهم لعمليات الغش التجاري وتحديات ترتبط بجودة ونوعية المنتجات التي يتم شرائها عبر الانترنت حيث يمكن غير مطابقة لمواصفات وبيانات المنتج الافتراضي وذلك لضعف مستويات الرقابة على أنشطة التجارة الالكترونية في عدد من الدول.

كذلك تواجه دول العالم تحديات متزايدة تتعلق بقياس حجم التجارة الالكترونية في ظل نمو مستمر في حجم القطاعات والمؤسسات

التي تستخدم الشبكة العالمية للمعلومات في معاملات التجارية وكذلك مع تنوع وتعدد السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الالكترونية.

في هذا الاطار اشارت منظمة الامم المتحدة الى اهمية توحيد المعايير الدولية لقياس احصاءات تقنيات المعلومات والاتصالات والعمل على اعتماد منهجية موحدة لقياس التجارة الالكترونية وفي هذا السياق يتم الرجوع الى عدد من المؤشرات الداعمة لتطور حجم أنشطة التجارة الالكترونية من بينها

-مستويات استخدام تقنية المعلومات والاتصالات

-مدى انتشار الشبكة العالمية للمعلومات

-تقدير حجم الأنشطة التجارية التي لديها امكانية النفاذ الى الشبكة العالمية للمعلومات

-حجم طلبات العملاء والمدفوعات عبر الشبكة العالمية للمعلومات.

-الاسر التي تستخدمه الشبكة العالمية للمعلومات من المنازل.

يتمثل التوجه السائد لدى العديد من الهيئات والمراكز الاحصائية لقياس التجارة الالكترونية من منظور الية الطلب في رصد الطلبات الالكترونية او من منظور الية الدفع بالتركيز على قيمة المدفوعات الرقمية او من خلال التسليم بالاعتماد على احصائيات شركات الشحن والتوصيل.

ترتبط هذه الطريق ببعض التحديات حيث انها تعتمد على البضائع والسلع المادية فقط وتتم من خلال مجموعة من الاساليب والمنهجيات التي مازالت بحاجة الى مزيد من التحسين للوصول الى افضل النتائج والحصول على احصائيات سليمة يمكن الاعتماد عليها من قبل صانعي السياسات فيما يتعلق بالعديد من المجالات مثل حماية المستهلك و الضرائب والمنافسة حيث مازال هناك اختلاف وتباين في الاحصائيات المتعلقة بالتجارة الالكترونية.

## ثانيا- تحديات التجارة الالكترونية

انه وعلى الرغم من اهمية الكبيرة التي شكاها التجارة الالكترونية منذ دخولها عالم الأعمال والشركات الا ان هناك بعض التحديات تواجهها ويمكن تحديدها في التالي

### 1- التحديات المتعلقة بتطبيقات الاعمال:

تتم الصفقات تجارة الالكترونية بين اطراف غير معروفين لبعض وقد تكون البيانات التي يعرضها كل من المورد والمستهلك من خلال الموقع الخاص بهم على الشبكة او بيانات المستهلك من خلال الانترنت قد تختلف تماما عن الواقع ومن اهم تحديات هذا

- امكانية ان لا تقوم الشركات و المؤسسات الاعمال التي لها موقعا الكترونيا من تنفيذ اوامر التوريد من سلع وخدمات كما طلب منها ام لا.
- عدم توافر الدراية الكافية للمستهلك من حيث معرفة ما اذا كانت الشركة تقبل ارجاع السلعة ام لا واذا كانت السلعة لها فترة ضمان ام لا
- امكانية تعرض المستهلك لنصب او الغش او عدم ملائمة سلعة المطلوبة او حصوله على نتائج مخيبة لا ماله.
- امكانية تسويق المنتجات غير مصرح بها او غير قانونية في بلاد المستهلك .<sup>41</sup>

### 2-التحديات المتعلقة بتكامل العمليات:

لما تفرضه التجارة الالكترونية من استخدام الأساليب الالكترونية من المعاملات التجارية حيث المعاملات والوثائق الالية (مسار غير مرئي) التي حلت محل الشكل التقليدي الورقي المعتاد في توثيق المعاملات التجارية حيث اصبح من الصعب اجراء رقابة فعالة ادت الى الاتي.

- امكانية تعرض المستهلك لمخاطر تغيير او فقد او ازدواج البيانات عند التنفيذ او يتم تشغيلها بطريقة غير صحيحة .
- ان يصبح موضوع تكامل البيانات الالية محل تساؤل لدى الكثير من المستهلكين للسلع والخدمات عبر الانترنت بسبب خصائص الاسلوب الالي في التوثيق.<sup>42</sup>

### 3- التحديات المتعلقة بالامن والخصوصية:

<sup>41</sup> محمد علي الخليفة محمد بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير تحت عنوان " التحديات و المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في الشركات السودانية" السودان 2015 ص 55.

<sup>42</sup> ابراهيم احمد عيد الخالق الدوري مكتبة الملك نهد الوطنية تحت عنوان "تجارة الالكترونية دراسة تطبيقية" الرياض 2010 ص 48 49.

عولمة وتدفق المعلومات وانتشارها وواقع انتهاك خصوصية المستهلك للحصول على بيانات المعلومات الشخصية وكذلك مراقبة العملاء و تفرغ الرسائل المتبادلة عبر البريد الالكتروني من خلال شبكة الانترنت فقد تنتهك السرية لا معلومات التي تمت مشاركتها و تجعل عرضة للاطلاع من قبل اي شخص على سبيل المثال

- التعرض لالتقاط ارقام بطاقات الائتمان وسرقتها اثناء ارسالها عبر الشبكة اذا لم تستخدم الاساليب الفنية للتشفير.
- التعرض لإمداد اطراف خارجية ليس لها علاقة بأعمال الشركة او المؤسسة بالبيانات الخاصة بأحد عملائها وهذا اذا لم يوجد سائر امني مناسب لحماية عملاء التجارة الالكترونية.
- تعرض الاختراق الموقع او امن نظام والتوصل الى معلومات وبيانات حساسة لحسابات العملاء الشخصية
- الاطلاع على رغبات العملاء ومن اجل اغراقهم بمنتجات دعائية فضلا عن تحمل المستهلكين لتكاليف باهضة الامر الذي يجعل الاحتفاظ بخصوصية وحامية معلومات المستهلك الالكتروني بالغة الاهمية

43

#### 4/- تحديات التقنية والتكنولوجية :

تتمثل التحديات التقنية والتكنولوجية ذات العلاقة بمجال التقنية التكنولوجية في الاتي

- تحديات غياب استراتيجيات تأهيل والتدريب التطبيقي لمجال تكنولوجيا الامن و المعلومات ويتصل هذا بعدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبدل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية وهو هنا ليس مجرد سوق التجارة الالكترونية وانما في الاساس سوق المستخدم او الزبون الذي يتيح بقاء وتطور الموقع.<sup>44</sup>

#### المطلب الثالث: اطراف التجارة الالكترونية ومراحل ابرام عقودها

ان التجارة الالكترونية هي احد اشكال التعامل الذي يجري الكترونيا بين ثلاث اطراف اساسية لا يتصلون ماديا فيما بينهم ويمر ابرام اي صفقة من الصفقات التجارية الالكترونية بين الاطراف بمجموعة من المراحل بدءا بعرض المنتجات وانتهاء بتسليمها.

#### أولاً- اطراف التجارة الالكترونية

##### 1/- المستهلك:

يمكننا تعريف المستهلك بأنه الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات عبر تصفح المواقع على منصة الأنترنت لغرض الحصول على البيانات و المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات اي ان المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الانترنت ويزور مختلف مواقع الويب التجارية بحثاً عن السلع و الخدمات التي تشبع حاجيات.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> محمد علي الخليفة محمد التحديات و المعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الالكترونية في الشركات السودانية السودان 2015 ص 55

<sup>44</sup> محمد علي الخليفة محمد نفس المرجع السابق ص 55

<sup>45</sup> فاضل اسماعيل برهم دار النشر و التوزيع تحت عنوان " احكام عقود التجارة الالكترونية " الاردن 2005 ص 132

بمعنى اخر المستهلك هو كل من يتعاقد الكترونيا بقصد اشباع رغباته ومن خلال هذا التعريف يمكن تحديد اربع خصائص لمستهلك التجارة الالكترونية

- هو شخص طبيعي او معنوي الذي يبرم العقود الكترونية المتعلقة بسلع او الخدمات واقتنائها و الارتفاع بها فقد دون المتاجرة بها
- هو شخص الذي يستخدم وسيط الكتروني لإتمام المعلومات التجارية
- هو شخص الذي لا يملك القدرة الفنية للحكم على السلعة او الخدمة الاستهلاكية محل التعاقد.
- 

## 2/- البائع:

هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الانترنت ويتخذه كواجهة او نافذة لعرض منتجاته مع كامل بياناتها مدعما له باصور ومقاطع فيديو حيث يساهم الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري ويستطيع عرض البائع من خلال موقعه حيث سيساهم في تعزيز التفاعل بين البائع و المشتري ويستطيع ايضا تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة ( صورها تكاليفها طريقة دفع الثمن....) وتلقى العروض حول هذه السلعة.

ويعتبر استخدام الانترنت لعرض وبيع المنتجات احدث نوع من الدعاية فهو يساعد على جلب اكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال امكانية وصول الموقع الى عدد لا نهائي من العملاء.

ولكي يتمكن البائع من النجاح في ادارة موقعه وتحقيق ارباح من تجارته الالكترونية لابد ان يتجنب مجموعة من النقاط التي تؤدي الى عدم فعالية ونجاح موقعه ومن بينها

- عدم توفر معلومات منفصلة وكافية حول المنتج والخدمات المقدمة
- المنتجات المعروضة التي لا تتماشى مع رغبات المستهلكين
- اسعار المنتجات وشحنها
- تصميم سيء وغير عملي او ذو خلل للموقع

## 3/- البنك:

كسائر القطاعات شهد قطاع البنوك في الفترة الاخيرة بعض التحولات من خلال توظيف التقنيات الحديثة واستخدام طرق الدفع الرقمية والحسابات الالكترونية لإتمام الاعمال بالكامل والتوجه الى ما يعرف ب البنوك الالكترونية وهناك العديد من المصطلحات التي تستخدم للإشارة الى هذه البنوك من بينها البنوك الافتراضية بنوك الانترنت البنك المنزلي بنك الويب البنك على الخط

ويمكننا تعريف البنوك الالكترونية انها منافذ الكترونية الات الصرف الالي بنك منزلي تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف (24 ساعة) وبدون عمالة بشرية<sup>46</sup> فالبنوك الالكترونية تفتح المجال امام المتعاملين لإنجاز كافة العمليات المصرفية المتكاملة في اي وقت

واي مكان المكتب او اي مكان اخر وفي اقصر وقت ممكن

تلعب البنوك الالكترونية دورا جوهريا في تسيير معاملات التجارة الالكترونية من خلال توفير للوسائل اللازمة لتسوية المدفوعات بين الطرفين فلكي تتم اي صفقة الكترونية لا بد من امتلاك كل من البائع والمشتري لحساب في

<sup>46</sup>بريش عبد القادر زيدان محمد "دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية

احد البنوك حيث ان عملية الدفع و القبض تكون بين بنك المصدر المشتري وبنك المستفيد .و تفير البنوك الالكترونية تشكيلية متنوعة من الخدمات من بينها

ا/- خدمة معرفة الرصيد هي ابسط الخدمات التي توفرها المصارف من خلال دخول المستخدم الى حسابه المصرفي عن طريق كلمة مرور امانة و خاصة يزوره المصرف بها. وبهذا يتم تقادي الطوابير الطويلة للعملاء والاستفسار عن حسابات.<sup>47</sup>

ب/- خدمة سداد المدفوعات و الفواتير نيابة عن المتعامل حيث تفتح المؤسسات الخاصة كفواتير الانترنت والاشتراكات لدى البنك ليقوم المتعاملون ايداع قيمة الفواتير فيها.

ج/-خدمة البطاقات الائتمانية حيث تقوم البنوك بمنح بطاقات بنكية للمتعاملين لتسوية مدفعاتهم بعد ان تتعرف على ظروفهم وتتأكد من قدرتهم على تغطية الائتمان في الوقت المحدد ويتم ذلك مقابل رسم شهري.

د/-خدمة التحويل الالكتروني للأموال حيث تهدف هذه الخدمة الى تسهيل وتسريع المدفوعات عبر العالم من خلال شبكة تضم عدادا كبيرا من المصارف المسؤولة عن تداول الأموال

ه/-خدمة اجهزة الصراف الالي وتكمن هذه الخدمة المتعاملين من القيام بمختلف عمليات السحب و الايداع من وحدات حاسوب طرفيه منتشرة في اماكن متعددة وهذا بعد ادخال بطاقة خاصة ورقم خاص بالعمل

## ثانيا- مراحل ابرام عقود التجارة الالكترونية

ان ظهور التجارة الالكترونية كبديل لتجارة التقليدية استوجب ضرورة استعمال ادوات جديدة بغرض تنظيم وتسيير التعاملات الرقمية ومن اهم هاته الادوات العقود الإلكترونية والتي هي عبارة عن كل عقد يخص السلع والخدمات يتم بين طرفين عن بعد وبدون حضور جسدي اي يتم تكوين العقد وتنفيذه عن طريق الاتصالات الالكترونية حيث تتم هذه العقود بخطوات او مراحل اساسية تتمثل في العرض والطلب والتسليم

### 1/- مرحلة العرض:

يمكننا تعريف الايجاب بانه "عرض جازم وكامل للتعاقد وفقا لشروط معينة يوجهه مختص الى شخص معين او اشخاص غير معينين بذواتهم او للكافة اي انه اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل اليه ان يقبل التعاقد مباشرة.<sup>48</sup>

وفي العقود الالكترونية يتم العرض عبر موقع الويب حيث يقوم البائع او المنتج ببناء موقع على شبكة الانترنت لعرض سلخته او الخدمة التي يستطيع انتاجها وتسويقها حسب طلب المشتريين و خلال هذه المرحلة يتمكن المستهلكون من التعرف جيدا على السلعة المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع ولهذا يجب صياغة العرض بطريقة تمكنه ان يكون موجها الى اكبر عدد من المستهلكين (الخواص الشركات مستهلكين اجانب المحليين) كما يجب ان يكون هذا العرض دقيقا وشملا اي يجب ان يوضح ما يلي

- هوية البائع او المنتج وكل المعلومات المتعلقة به ( اسم الشركة عنوان البريد الالكتروني رقم الهاتف)

<sup>47</sup> يوسف احمد ابو فارة التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت الطبعة الاولى عمان الاردن 2004 ص 176

<sup>48</sup> فيصل سعيد الغريب منشورات المنظمة العربية الادارية تحت عنوان " التوقيع الالكتروني وحجيته في اثبات" الكويت 2005 ص 173.

-المواصفات الداخلية و الخارجية للمنتوج وهذا بوضع صور والفيديوهات موضحة لسلعة وبياناتها ومواصفاتها مع ذكر مقاييسها ووزنها وحجمها وتكاليف الشحن و الرسائل وتبيان كيفية استخدام هذه السلعة والهدف منها.

- سعر البضاعة او الخدمة مدة الصلاحية وكيفية الاستعمال وسائل الدفع مصاريف مرتبطة بها كالرسوم الجمركية.

وان اراد البائع استهداف اشخاص معينين فانه يستخدم البريد الالكتروني لتوجه المباشر بالعملاء المهتمين بمنتجه دون الغير فيقوم بأرسال رسائل الالكترونية الى صندوق البريد الالكتروني الخاص بهم لجد العملاء عروض موجهة لهم عند تفقد حساباتهم البريدية.

او يستطيع البائع اللجوء الى مواقع التواصل الاجتماعي ويفتح حسابات لعرض منتجاتهم او التسويق لها اكثر الطرق المعتمدة في عصرنا الحالي وايضا اللجوء الى مواقع التجارية التي ترعى تسويق منتجات او افتتاح مواقع الخاصة بهم من هنا التوجه الى جمهور عالمي غير محدود ولا معين.

## 2/-مرحلة القبول والدفع:

القبول هو التعبير عن ارادة من وجه اليه الايجاب في ابرام العقد بمعنى يوافق احد لأطراف على اخذ العرض بجميع شروطه الواردة مقابل شيء ذو قيمة كالنقود او الملكية او الخدمات فاذا توصل الطرفان البائع والمشتري الى اتفاق يكون قد التقى العرض بالقبول وتطابقا تماما وانعقد العقد ويمكن التعبير عن القبول بعدة طرق منها

- ملئ استمارة الكترونية على الموقع ونقر الزر المناسب في مكان مخصص على شاشة الحاسوب
- ارسال فاكس
- تحرير رسالة الالكترونية وارسالها عبر البريد الالكتروني<sup>49</sup>

وفي الاصل لا يمكن اعتبار زيارة شخص ما للموقع تعبيراً عن القبول فلا يمكن للمؤسسة ان تبدا عملية توريد سلعة ما بمجرد الزوار فقد لا يكون مقتنعا بها وانما ترك معلومات من قبل عند شراء سلعة اخرى.

كما ان القبول عن طريق النقر لا يكون حسما الى عند التأكيد ذلك عن طريق تنبيه الزائر للموقع على الاقل مرتين فيجب ان تتضمن عبارات التعاقد رسالة القبول نهائي مثل هل تأكد القبول؟ وفي الحقيقة هذه التساؤلات حول القبول ليست خاصة بالتجارة الالكترونية فقط ولكن تخص المخاطر المترتبة عن البيع بالمراسلة او عن بعد و بالتالي يتضح ان الامضاء الالكتروني هو الاثبات الوحيد و المؤكد للقبول وبعد اقتناع المشتري بالعرض واصداره لامر الشراء يقوم بتسوية المدفوعات الكترونيا وهذا بإصدار امر الدفع باستخدام التالية

- الدفع باستخدام بطاقة الاتمان
- الدفع باستخدام النقود الالكترونية
- الدفع النقدي عند الاستلام
- الدفع بشيكات الالكترونية....وستنطرق اليها لاحقا "تابع"

## 3/- مرحلة التنفيذ و التسليم :

في هذه المرحلة يتم التسليم الفعلي للسلع والخدمات المتفق عليها ويختلف التسليم بحسب نوع البضاعة

<sup>49</sup>ابراهيم سيد احمد " قانون التجارة الالكترونية وحجيته في الاثبات مرجع 179

فهناك الطريقة التقليدية لتسليم البضائع المادية حيث يتم تقديم طلب الشراء والسداد الكترونيا على ان يتم تسليم البضاعة بالبريد او تستعين المؤسسة بمندبي المبيعات لتوصيل السلعة الى المستهلك بنفسه اي ان التسليم يتم خارج الخط « off line » وكمثال البرامج الحاسوب الالكترونية القطع الموسيقية والكتب والاستثمارات القانونية..... الخ و يتضح لنا هنا ان مبدا التجارة الالكترونية وتعاملاتها تتم من خلال الية عامة تتمثل في الخطوات التالية

- تحديد المستهلك للسلع التي تلبي حاجاته (كتب برامج حاسوب ملابس خدمات اخرى .... الخ)
- دخول المستهلك على الشبكة الانترنت للبحث عن البائع المثل الذي يوفر له حاجياته
- اطلاع الزبون على موقع الالكتروني للبائع المناسب
- تحديد البضاعة مراد شرائها والتي تتوافق مع الرغبات و المواصفات (السعر اللون الشكل الحجم)
- تفاوض بين البائع والمشتري حول الصفقة (موعد التسليم السداد)
- عند اقتناع المستهلك بالشروط يقوم بأرسال طلب الشراء عن طريق البريد الالكتروني او دردشة عبر موقع البائع
- يستقبل التاجر الطلب ويدمجه ضمن قاعدة بيانات الطلب و يتحقق من وفرة المنتج في المخزن
- يؤكد التاجر الطلبية على صفحة الويب او عن طريق البريد الالكتروني ويقوم بتحرير الفاتورة
- السداد الالكتروني بين المشتري والبائع
- ارسال المنتج على عنوان المشتري سواء كان التسديد الكترونيا او تقليديا.

### المطلب الرابع : وسائل الدفع الالكتروني وطرق تأمينها

وجوب وجود وسائل دفع معينة تتميز بخصائص لتسهيل معاملات التجارة الالكترونية وكونها سبب توسع نطاق العمل حيث تتمشى مع مختلف الانظمة البنكية في مختلف الدول يضمن شموليتها حيث ولا بد لنا من ضرورة تأمينها.

#### اولا- انظمة الدفع الالكترونية

شهد العصر الحالي ومع تطور الاساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة المجالات ومع اتساع نشاطات التجارة الالكترونية توجب تطور وسائل الدفع واستحداثها لمواكبة هذا التطور حيث اخذت اساليب التقليدية للدفع تراجع امام نمو وانتشار النظام الالكتروني للدفع الالكتروني.

#### 1/- نظام الدفع الالكتروني المسبق :

ان هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقا وسداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياته بحيث يقوم العميل بدفع نقود حقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الالكتروني من البنك بكمية التي يريدتها ويقوم بتخزينها سواء على الشريحة الالكترونية للبطاقة الذكية حيث يشمل هذا النظام النقود الالكترونية والبطاقات الذكية

#### 1-1/- النقود الالكترونية :

عرفها البنك المركزي على انها مخزون الكتروني لقيمة النقدية و وسيلة تقنية تستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات للمتعهدين دون الحاجة لحساب بنكي عند اجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة لدفع مقدما.

حيث تعرف عمّا على انها مجموعة من البروتوكولات والتوافق الرقمي التي تتيح للرسالة الالكترونية ان تحمل فعليا محل تبادل العملات التقليدية فالنقود الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود<sup>50</sup>

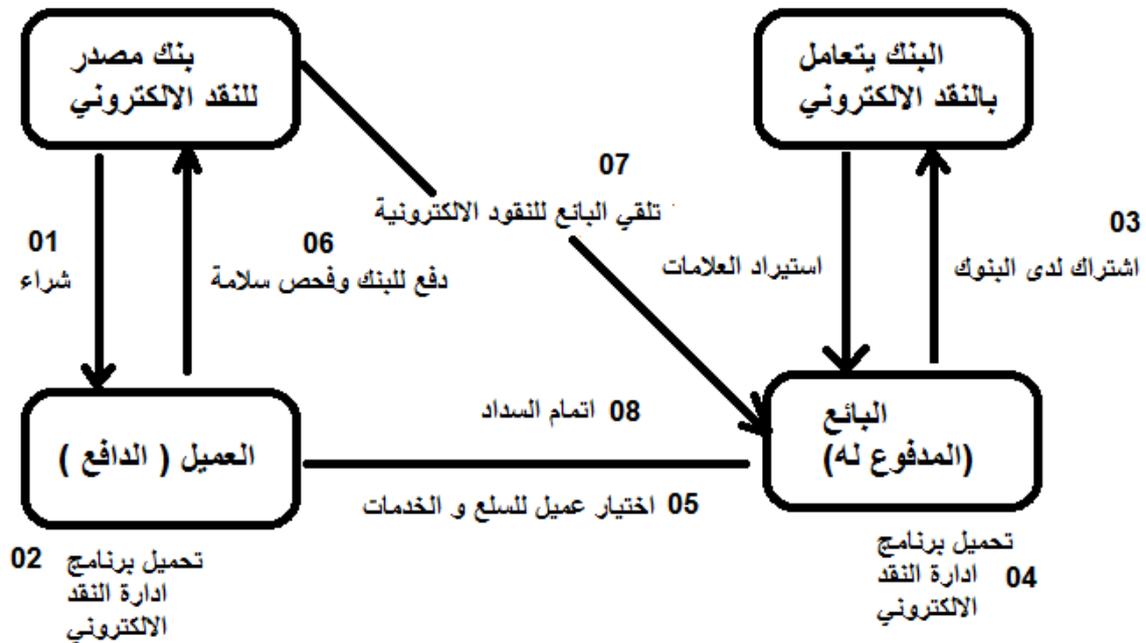
تصدر البنوك التقليدية او البنوك الافتراضية النقود الالكترونية هاته الاخيرة تشير الى سلسلة الارقام الالكترونية التي تعبر عن قيم معينة ويحصل عليها المودعون تخزن في بطاقات الذكية او على « haed driver » للحساب الشخصي لتسوية معاملاتهم وهذه الاخيرة تدخل في الاطار الفعلي للنقود الالكترونية الا انه وبعد تطور اجهزة قارئ البطاقات الذكية اصبح من الممكن استعمال قيمة المخزنة على اجهزه الحاسب والانترنت وبالتالي تدخل ضمن مفهوم النقود الالكترونية

يقوم العميل بشراء النقود الالكترونية من بنك المصدر لها ثم يقوم بتحميل هذه النقود على حسابه الشخصي وتكون عبارة عن نقود ذات فئات صغيرة القيمة لكل منها رقم الخاص بها او العلامة خاصة من طرف البنك المصدر لها وبتلي تحل محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى ب "tokens". ومن اهم خصائصها

- عبارة عن قيمة نقدية بمعنى ان الوحدات النقدية يقابلها نفس القيمة المالية .
- تخزن داخل لوحات رقمية الكترونية
- غير مرتبطة بالحساب البنكي
- تحضي بقبول واسع
- وسيلة الدفع بهدف اشباع الحاجات .

ويتم استخدام النقود الالكترونية حسب الشكل التالي الموضح ادناه

الشكل رقم 03 دورة استخدام النقد الالكتروني و إجراءاته



<sup>50</sup>ابراهيم بخني دور الانترنت و تطبيقه في مجال التسويق -دراسة حالة الجزائر - مرجع سيف ذكره ص 115

المصدر رافت رضوان عالم التجارة الالكترونية مرجع سبق ذكره ص 66

- (01) شراء النقود الالكترونية من البنك المركزي
- (02) تحميل برنامج خاص للتعامل بالنقود الالكترونية حيث يقوم بحاسب الارصدة جراء صرف النقود الالكترونية في عملية الشراء.
- (03) يلزم البائع الاشتراك في احد البنوك التي تتعامل بالنقد الالكتروني
- (04) حصول البائع على برنامج خاص لإدارة النقود الرقمية وهذا البرنامج يقوم بحماية والتامين للنقود الرقمية بتسجيل المتحصلات و اضافاتها الى رصيد كما يحول الارصدة من النقود رقمية الى نقود ورقية
- (05) يقوم المشتري باتخاذ قرارات تخص الدفع من خلال
  - التحقق من قيمة الرصيد اذ ما امكنه الدفع ام لا
  - يقوم البرنامج بختيار وحدات النقد التي سيقوم الدفع بها من خلال الرقم خاص ثم يرسل الى بائع عن طريق البنك المصدر.
- (06) يقوم البنك بتلقي كشف الدفع المرسل من طرف المشتري ليتأكد من صحة النقود الالكترونية ثم بعد التأكد يرسل هذا الكشف للبائع.
- (07) يتلقى برنامج ادارة النقد الالكتروني للبائع كشف العملات الالكترونية الموقعة من البنك ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها وعلامات التامين الخاص بها الى خزينة البائع الرقمية.
- (08) يقوم نظام النقد الالكتروني للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة المشتري بصورة نهائية وتنتهي عملية الدفع.

## 1-2/- البطاقات الذكية: master card

تعتبر البطاقات الذكية احدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الاخرى كالبطاقة الائتمانية يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة (رقيقة) الكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة حيث تكون قادرة على ان تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات<sup>51</sup> الشخصية لحاملها.

حيث تعمل على اساس المبدأ التالي والذي يتمثل في ضرورة تعاملها مع اجهزة تقرا ما تحتويه البطاقة من معلومات على الذاكرة الخاصة بها فيكفي مجرد تمرير البطاقة في الجهاز القارئ ليتم خصم قيمة الشراء بطريقة اوتوماتيكية وبكل سهولة من بطاقة المشتري ونقلها الى جهاز البائع ليتمكن هذا الاخير من نقل قيمة الصفقة الى حسابه البنكي ومن اهم خصائصها ما يلي

- هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية الاسم العنوان اسم المصرف اسلوب الصرف المبلغ المنصرف تاريخ حياة العميل المصرفية وتستطيع هذه البطاقات تخزين اكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الاخرى
- تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما أي ان هذه البطاقة قادرة على تخزين النقد الكتروني يغني حاملها عن الذهاب الى البنك
- تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص فهي تلعب دور بطاقة الاتمان وبطاقة الصرف و رخصة القيادة وبطاقة التامين الصحي وكذلك بطاقة العمل فهي تجمع بين كل هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقات واحدة

<sup>51</sup> السيد احمد عبد الخالق التجارة الالكترونية و العولمة مرجع سبق ذكره ص 182

- انخفاض نسبة الخطأ في الشريط المغناطيسي لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ حيث تصل هذه النسبة الى 100 % خطأ لكل مليون معاملة مقابل 250 خطأ لكل مليون معاملة بالنسبة للبطاقات الأخرى.

## 2/- نظام الدفع الالكتروني الفوري:

يوحي نظام الدفع الالكتروني الفوري من تسميته بتسديد قيمة المشتريات لحظة انجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات ويشمل هذا ما يلي

### 2-1/- بطاقة الدفع الفوري debit card

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة الى حساب التاجر مباشرة دون تأجيل ودون ان يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل حيث تتميز هذه البطاقة على وجود ارصدة فعلية للعميل لدى البنك وكل ما يحدث عند الشراء هو خصم قيمة الصفقة من حساب<sup>52</sup> العميل في البنك خلال يوم او اثنين ومن اهم خصائصها

- تعدد استخداماتها حيث تستعمل لسداد المشتريات كما تستعمل لسحب النقود من الحساب فهي تجمع بين نظام ATM والاستخدام عند نقطة البيع POS
- هي بطاقات متجددة حيث يمكن اعادة تحميلها بمبلغ مالية اخرى عن طريق ايداع النقود في البنك
- توفر الوقت والجهد من خلال الخصم المباشر من حساب العميل بصورة فورية بمجرد تقديم البطاقة<sup>53</sup>.

ويتم استخدام بطاقة الدفع الفوري حسب الطريقة المباشرة والطريقة الغير مباشرة

ا/-طريقة مباشرة وتتمثل في ادخال البطاقة في جهاز قارئ لدى البائع ليتمكن هذا القارئ من تبين صلاحية هذه الاخيرة وتوفر الرصيد الكافي فيها وبعد ان يتم التأكد من البطاقة وبان الطرفين مرخص لهما بعقد الصفقة فان المبلغ يتم خصمه وتحويله مباشرة من حساب العميل الى حساب التاجر

ب/-طريقة الغير مباشرة تمر هذه الطريقة بمجموعة من المراحل هي:

- عندما يختار المشتري حاجياته يقدم بطاقته الى البائع لتسوية المدفوعات
- يقوم مسجل النقد الالكتروني للبائع بتسجيل كل البيانات المشتري وكذلك بيانات البنك المصدر للبطاقة ومبلغ الصفقة.
- يرسل البائع بيانات الصفقة الى بنكه الذي يقوم بدوره بالمطالبة بالسداد من بنك المستهلك
- يتأكد بنك المستهلك من البيانات المرسلة ومن توفر الرصيد الكافي للدفع ويرسل موافقته على الصفقة لبنك البائع الذي يزيد المبلغ في حساب البائع.

## 3/- نظام الدفع المؤجل :

ويتم الشراء الفوري والدفع لأجل. بمعنى اخر عند اقتناء السلعة او الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها والدفع يتم فيما بعد من طرف البنك وينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية والشيك الالكتروني.

<sup>52</sup> محمد نور برهان عز الدين خطف عز الدين خطاب التجارة الالكترونية مرجع سابق ص 321

<sup>53</sup> منير محمد الجنبيهي ممدوح محمد البنوك الالكترونية مرجع سبق ذكره ص 52

3-1/- البطاقة الائتمانية: هي البطاقات البلاستيكية التي تصدرها المؤسسات المالية او المصرفية في حدود مبلغ معين وتستخدم هذه البطاقات كضمان ولذا لا يمنحها البنك الا بعد القيام بدراسة الدقيقة والمعمقة لملاءة العميل وموقفه المالي وهذا بغرض تجنب المخاطر الناجمة عن عدم قدرة العميل على سداد ديونه اي انها تتمثل في منح البنك لقرض او اتمان لحاملها بغية مساعدته على انتقاء حاجياته ويتولى البنك السداد نيابة عنه ليقوم العميل فيما بعد بتسديد هذا القرض خلال مدة متفق عليها (عادة شهر) .

ويتمثل مبدا عملها على اساس

ا/- الدفع في مواقع البيع تمر هذه الطريقة الاولى بمجموعة من المراحل هي

- يقدم المشتري بطاقته الائتمانية للبائع لتسوية مدفوعات
- يحاول البائع التأكد من صلاحية البطاقة ثم يقوم بتحرير عدة نسخ من اشعار البيع الذي يحتوي على كافة معلومات البطاقة وكذلك قيمة الصفقة.
- يطلب البائع من المشتري التوقيع على اشعارات البيع بغرض مطابقته مع الامضاء الموجود على البطاقة.
- يحصل المشتري على نسخة من الاشعار ونسخة اخرى يتم ارسالها الى البنك المتعاقد مع هيئة اصدار البطاقة
- « visa master card » بغرض المطالبة بالمستحقات.
- يقوم البنك بسداد فواتير المشتري كلها نيابة عنه ويرسل للبائع بزيادة حسابه بقيمة الصفقة مقتطعا منها سبة معينة حسب الاتفاق (عمولة البنك) ويتم تقاسمها مع الهيئة المصدرة للبطاقة
- يتم ارسال بيانات الشعارات الى البنك مصدر البطاقة والذي يقوم بدوره بأرسال الفاتورة للعميل لمطالبتة بسداد مبلغ الصفقة بالإضافة الى نسبة المعلومة.

ب/- الدفع عن بعد تشمل عملية الدفع في التجارة الالكترونية بواسطة البطاقة الائتمانية مجموعة من المراحل فيبعد ان يحصل حامل البطاقة على رقم سري مشفر لتأمين الدفع عبر الانترنت (وهو ما يسمى بالتوقيع الالكتروني) تتوالى الخطوات الاخرى والتمثلة فيما يلي

- يرسل المشتري كافة البيانات المتعلقة بالبطاقة عبر الانترنت وبطريقة ترميزية الى البائع
- يسال التاجر البنك المستفيد للتوكيل
- البنك المستفيد يرسل رسالة عبر شبكة البنك الوسيط للبنك المصدر يسال عن التوكيل و البنك المصدر يرسل استجابة التوكيل
- يخبر البنك المستفيد التاجر بان الشحنة مقبولة وبانه يمكنه ارسال البضائع و الخدمات للعميل.
- يقدم التاجر الشحنات ( التي تمثل عديد التعاملات ) للبنك المستفيد
- يطالب البنك المستفيد بمستحقاته من البنك الصادر الذي يقوم بدوره بوضع مبلغ الصفقة في حساب ترشيح بنك وسيط.
- يرسل البنك الصادر اشعارات البيع للعميل لمطالبتة بالسداد وفي نفس الوقت يقوم البنك المستفيد بسحب مبلغ الصفقة من البنك الوسيط ويضعه في حساب التاجر.<sup>54</sup>

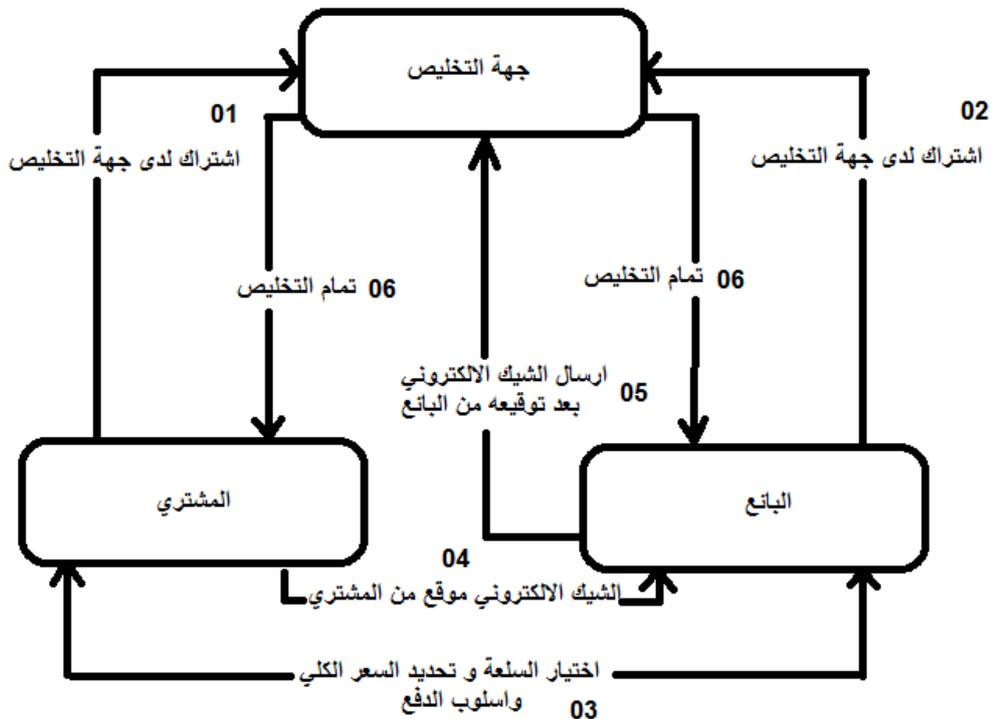
3-2/- الشيك الالكتروني: هو رسالة الكترونية مؤمنة وموثقة تحمل التزاما قانونيا بالدفع (نفس التزامات الشيكات الورقية) لكن بشكل الكتروني منسق حيث يتم ارسال هذه الرسالة عبر البريد الالكتروني مؤمن من مصدر الشيك

<sup>54</sup>فاروق السيد حسين التجارة الالكترونية وتأمينها دار هلا للنشر و التوزيع الجيزة مصر 2001 ص 25

الى حامله هذا الاخير الذي يحصل على مستحقاته بعد تقديم الشيك للبنك الذي يعمل عبر الانترنت. ويحمل الشيك الالكتروني نفس البيانات والمعلومات الموجودة في الشيك الورقي و المتمثلة في رقم الشيك اسم المصدر رقم الحساب التوقيع الالكتروني للدافع حيث يتم مبداء عمل الشيك الالكتروني<sup>55</sup> على النحو التالي ومن خلال الخطوات التالية

- (01) فتح حساب جاري لكل من البائع والمشتري لدى جهة التخليص (البنك) نفسها اين يتم حفظ توقيعها الالكتروني
- (02) يزور المستهلك العديد من مواقع التجارة الالكترونية ويقوم بتحديد السلعة التي يرغب في اقتنائها ويتفاوض مع البائع حول سعر المنتج وكيفية تسوية المدفوعات
- (03) بعد اقتناع المستهلك بخصائص المنتج او الخدمة وتفنته مع البائع حول كافة الشروط يقوم البائع بأرسال الفاتورة الالكترونية الى العميل ليقوم هذا الاخير بتحرير شيك الالكتروني باستخدام الحاسوب ويوقع توقيع الكتروني مشفر ويقوم بأرساله الى المستفيد عبر البريد المؤمن .
- (04) يستلم المستفيد الشيك ويقدمه للبنك بعد ان يقوم بتظهيره الكترونيا
- (05) عند استلام البنك للشيك يقوم بمراجعته ثم يحول القيمة المالية من حساب مصدر شيك (المشتري) الى حساب حامله(البائع) وفي الاخير يخبر الطرفين بانتهاء اجراءات الصفقة وتمامها

الشكل رقم 04 دورة استخدام الشيك الالكتروني وجراءته



المصدر رافت رضوان عالم التجارة الالكترونية مرجع سبق ذكره ص 70

<sup>55</sup> احمد محمد غانيم الادارة الالكترونية افاق الحاضر ومتطلعات المستقبل المكتبة العربية المنصورة مصدر 2004 ص 310

## 3-3/ المحفظة الالكترونية:

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة حوسبة) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي او تكون قرصا مرنا يمكن ادخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه و اليه عبر الانترنت<sup>56</sup>

فالمحفظة الالكترونية هي برنامج يمكن تحميله بسهولة يستخدم لتخزين المعلومات الخاصة بالشحن والفواتير واسماء المستهلكين والعنوان الدقيق كما تتضمن حافظة النقود الالكترونية اسماء وارقام البطاقات الائتمانية والنقد الرقمي المستخدم في شراء عبر الانترنت والشهادات الرقمية المشفرة (التي تساعد على التعرف بان مستخدم المحفظة هو فعلا الملك الأصلي لها). حيث يتم مبداء عمل المحفظة الالكترونية من خلال الخطوات التالي

- يدخل المتسوق الى موقع يقبل التعامل بالمحافظ الالكترونية ويختار السلعة التي تبلي حاجياته.
- عند توجه المتسوق الى مكان الفحص الالكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية ادخال البيانات والمعلومات سواء يقوم بطابعتها مباشرة او يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بمليء المعلومة الضرورية أوتوماتيكيا داخل الموقع.
- اذا رأى المستهلك بان نماذج المعلومات يستغرق وقتا طويلا وفضل استعمال الحافظة الالكترونية فان ينقر عليه المشتريات. وبإدخال كلمة السر لتعرض قائمة بطاقات الاتمان التي في المحفظة فيختار المتسوق واحد منها ويطبع كلمة السر.
- تتكفل المحفظة وموقع البائع بمهمة اتمام الصفقة ولا يطبع المتسوق شيئا حيث تقوم المحفظة بتتبع المشتريات والحصول على ايصالات عن هذه المشتريات.

## 4- النظام البنكي الحديث للدفع :

تماشيا مع التقدم المذهل طورت الكثير من المصارف التقليدية والالكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في ما يلي

## 4-1- الهاتف المصرفي:

يعمل نظام الهاتف المصرفي على مدار الساعة و ايام الاسبوع وحتى خلال العطل بغية تمكين العملاء من الحصول على توضيحات واستفسارات خاصة عن حساباتهم عن طريق الاتصال بالمصرف واستخدام الرقم سري الخاص بكل عميل كما يمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لسداد بعض الالتزامات كالكمبيالات والفواتير فضلا عن امكانية الحصول على قرض.

## 4-2- الانترنت المصرفي :

يتمكن العميل في هذا النظام ان يصل للفرع الالكترونية للبنك بطرق سهلة وبالتالي يحصل على الخدمات المصرفية التي يحتاجها عبر الانترنت وهو جالس في منزله دون تواجده الشخصي في البنك

## 4-3- اوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية:

في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال نظام " خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية banker's aoutomatic clearing

<sup>56</sup> منير محمد الجنيبي ممدوح محمد الجنيبي البنوك الالكترونية مرجع سبق ذكره ص 53

service وتسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات الأفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع لأي مصرف في الدولة . و تتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات والتحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس إلكتروني. فمثلا يمكن هذا النظام المنشأة من دفع رواتب موظفيها دون شيكات، وذلك بنقل مبالغ رواتبهم من حساب الرواتب إلى حساب كل منهم في المصرف الذي يتعامل معه، كما يمكن هذا النظام العميل من تسهيل تسديد التزاماته اتجاه شركات التأمين. وفي الوقت الذي نجد الأنواع العديدة لوسائل الدفع الإلكترونية والتي تساهم في تطوير وتسهيل التجارة الإلكترونية، نجد من جانب آخر مشكلة أمن المعاملات و التي تعرقل نمو هذه التجارة و لهذا لا بد من اللجوء إلى وسائل تضمن امن المعلومات المتدفقة عبر الانترنت.

### ثانيا- تأمين الدفع الإلكتروني

تتميز صفقات التجارة الإلكترونية بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع و المشتري مما يؤدي إلى وجود بعض المخاطر المعرّقة لهذا النوع من التجارة و المتعلقة بأمن و سرية المعلومات التي يتم تبادلها بين هذين الطرفين. فالمعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشبكات يمكن أن تحوّل ويقرأ محتواها، خصوصا المعلومات المالية (أرقام الحسابات و أرقام بطاقات الائتمان) كما يمكن أن تتعرض مواقع المؤسسات إلى عمليات الاختراق و التخريب من طرف لصوص الانترنت hackers internet ، مما أدى إلى ضرورة اللجوء إلى مجموعة من المعايير والأنظمة والتي توفر السرية والأمن والخصوصية لتعاملات التجارة الإلكترونية. وسنورد فيما يلي أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات:

#### 1- بروتوكول طبقة الفتحات الامنة " SSL " :

إن بروتوكول SSL هو بروتوكول تشفير رزم البيانات، ويعمل ضمن متصفحات الويب ( browser web ) من أجل منع اعتراض البيانات والمعلومات التي يجري إرسالها عبر الانترنت في أي نقطة أثناء انتقال هذه البيانات و المعلومات ويتميز هذا البروتوكول بأن عملية بث المعلومات تتم بأمان بين المتصفح وال خادم دون أي حاجة لتدخل المرسل لتشفير البيانات المتبادلة و كل ما على المرسل فعله للاستفادة من بروتوكول " SSL " هو استخدام متصفح آمن و زيارة موقع آمن و الذي يبدأ عنوانه ب http secure ( https ، ) بدلا من http والذي يحتوي كذلك على مفتاح أو قفل مغلق أسفل الشاشة.<sup>57</sup>

#### 1-1- مبدأ عمل بروتوكول الطبقات الآمنة :

يقوم مبدأ عمل بروتوكول SSL على تأسيس قناة اتصال آمنة ومنفصلة للرسائل، وهي بمثابة طبقة إرسال خاصة ووسيلة تربط بين بروتوكول التحكم بالنقل وبروتوكول http ، ولهذا يسمى بروتوكول الطبقة الآمنة. وتتم عملية استخدام بروتوكول الطبقات الآمنة لبث المعلومات بأمان عبر الانترنت بالخطوات التالية :

- يتصل المتصفح ( مثلا Netscape ) بخادم ويب آمن والذي يبدأ عنوانه بhttps
- يتبادل المتصفح والخادم معلومات التعريف التي تتضمن تفاصيل الصلاحيات (الشهادات الرقمية، قدرات التشفير)
- يتحقق المتصفح من الشهادة الرقمية للخادم
- يقوم المتصفح بإنشاء مفتاح سري جديد يستخدم لتشفير المعلومات المتبادلة بين الطرفين

<sup>57</sup> ssl secure socket layer

- يقوم المتصفح بتشفير المفتاح الجديد باستخدام المفتاح العام للخادم، ويرسله لهذا الأخير الذي يقوم بفك التشفير باستخدام مفتاحه الخاص ليتمكن من التعرف على هذا المفتاح الجديد، ولا يستطيع الخادم و المتصفح استخدام المفتاح السري للتبادل إلا في جلسة واحدة<sup>58</sup>.

## 2/- بروتوكول المعاملات الالكترونية الامنة :

عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية لا تمان (visa and master card) ووظيفته الاساسية هي توفير الامان لمدفوعات البطاقات المصرفية الائتمانية اثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات و العملاء والبنوك. ويستطيع هذا البروتوكول ضمان ام المعاملات المالية للبطاقات الائتمانية من خلال اصدار شهادات رقمية للمستهلكين و التجار تشهد بصحة هويتهم اثناء قيامهم بمعاملات التجارة الالكترونية ويتم الاحتفاظ بهذه الشهادة في برمجيات المحفظة الالكترونية والتي تحتوي بالضافة الى شهادة set معلومات مثال رقم البطاقة الائتمانية وتاريخ انتهائها ..الخ ليتم استعمالها للقيام بعملية الدفع عبر الانترنت في أي وقت وبأمان حيث يسعى البروتوكول الى تحقيق مجموعة من الاهداف تتمثل في

- تامين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير
- كمال المعلومات المحولة و فير قابليتها لتغيير او نقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني
- تحديد هوية صاحب البطاقة والعميل فالشهادات الالكترونية تضيف الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل على اثبات البنك لمصادقيتها

## 2-1/- مباد عمل نظام المعاملات الالكترونية الامنة :

وسيتم توضيحها من خلال الشكل التالي من خلال الخطوات التالية:

- يشترك الزبون لدى احدى البنوك او المؤسسات الائتمانية بغية الحصول على برنامج خاص ببروتوكول الحركات المالية الامنة ( وهو برنامج المحفظة الالكترونية يحتوي على البطاقة الائتمانية وشهادة الالكترونية.
- يفتح التاجر ايضا حسابا لدى احد البنوك ويحصل على برمجيات لاستخدام بروتوكول set
- يزور المشتري موقع البائع الذي يتعامل بنفس البروتوكول ويحدد حاجياته كما يستعمل مفتاح عام للتاجر من اجل تشفير معلومات طلب الشراء
- يستخدم الزبون المفتاح العام للبنك لتشفير معلومات الدفع كما يستخدم محفظة الالكترونية الامنة لأرسال المعلومات المالية المشفرة والشهادة الالكترونية الى البائع.
- يفك التاجر تشفير معلومات طلب الشراء باستخدام مفتاحه الخاص ويقوم بتوجيه المعلومات المالية المشفرة الى البنك او شركة الاتمان.
- يتحقق البنك من هوية البائع والمشتري باستخدام شهادات رقمية ليعالج معلومات الدفع ويرسل رسالة الموافقة على الصفقة الى البائع ليقوم هذا الاخير بإتمام معاملات الصفقة وشحن البضاعة.
- تتم عملية المقاصة بين بنك التاجر وبنك المشتري.

## 3/- التشفير:

<sup>58</sup> ابراهيم بختي دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر ص 134

عند تبادل معلومات بين طرفين في شكل نص واضح، فبإمكان أي شخص قراءة هذا النص وتغيير محتواه واستغلاله، ولتفادي أخطار قرصنة المعلومات، يتم اللجوء إلى تقنية التي يتم بمقتضاها تغيير معلومات المرسل لتصبح غير قابلة للفهم من قبل الغير، وهذه التقنية يطلق عليها التشفير.

أي هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة، ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها إلى وحدة خدمة الويب الآمنة<sup>59</sup>، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها، ولهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص البسيطة إلى رموز [حروف، أرقام، إشارات] قبل إرسالها إلى مستقبلها شرط أن يكون لهذا الأخير القدرة على حل الشفرة وتحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير

### 3-1/- طرق التشفير :

يتم تقسيم طرق التشفير بناء على معيار المفتاح المستخدم إلى ثلاث أنواع رئيسية تتمثل في :

#### أ- التشفير باستخدام المفتاح المتماثل (المفتاح السري)

يعتمد نظام التشفير المتماثل أو المتناظر cryptography symmetric على استخدام نفس المفتاح من طرف مصدر الرسالة والمرسل إليه للقيام بتشفير الرسالة وإعادة فك رموزها<sup>60</sup>، وذلك وفقا للخطوات التالية:

- في هذا النظام يتم استخدام المفتاح الخاص (السري) المستند إلى صيغ رياضية معقدة خوارزميات في عملية استبدال البيانات برموز وحروف بغرض الحصول على رسالة مشفرة
- يقوم المستقبل بعد تلقي الرسالة المشفرة بحل الرموز، وذلك باستخدام نفس المفتاح الخاص [كلمة المرور] الذي يملكه المرسل، حيث أنه تم الاتفاق مسبقا بين الطرفين على كلمة المرور التي تقوم برمجيات التشفير بتحويلها إلى عدد ثنائي (إضافة إلى رموز أخرى) هو المفتاح الخاص
- بعد استخدام المستقبل لكلمة المرور يتشكل المفتاح الذي يقوم بتحويل الرسالة المستقبلية من صورتها الرموز غير المقروءة و غير المفهومة إلى صورتها الأصلية الواضحة
- إن عدم استغراق هذا النظام لوقت طويل و جهد كبير لتشفير encryption وفك تشفير البيانات decryption، ساهم كثيرا في حماية الرسائل المتنقلة من الاطلاع عليها، إلا أنه يعترض استخدامه مشكلة أمن تبادل المفتاح السري، فهو عرضة للسرقة بسبب عدم توفر وسيلة مؤمنة وخاصة لنقله، كما أنه في حالة تعامل المرسل مع عدد كبير من المستقبلين يتوجب عليه امتلاك الكثير من المفاتيح الخاصة بكل واحد منهم، أما إذا فضل المرسل استخدام مفتاح واحد فقط مع عدد من المستقبلين فإن ذلك يؤدي إلى شيوع المفتاح و الإخلال بمبدأ السرية.

#### ب- التشفير باستخدام المفتاح المتماثل:

ظهر نظام المفتاح العام بغرض معالجة نقائص نظام التشفير بالمفتاح المتناظر والمتمثلة في تعرض المفتاح إلى أخطار أمنية أثناء تبادله، فبفضل نظام المفتاح العام أصبح من الممكن تجنب هذه الأخطار عن طريق تشفير البيانات باستخدام مفتاحين اثنين بدلا من واحد، كما يوضحه الخطوات التالية

<sup>59</sup>دوج جيرلاش الاستثمار عبر الانترنت ترجمة تيب توب لخدمات التعريب و الترجمة دار الفاروق للنشر و التوزيع مصر 2001  
<sup>60</sup>عبد الفتاح بيومي حجاز التجارة الالكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر و الانترنت الطبعة الاولى دار الفكر الجامعي الاسكندرية مصر 2006 ص 270

- المفتاح العام: هو المفتاح المستخدم لتشفير البيانات فقط، ويكون معروفا لدى شريحة كبيرة من الأشخاص الراغبين في مراسلة المستقبل والتعامل معه، فهذا المفتاح بمثابة البريد الالكتروني الخاص بالمستقبل، والمعلن للجميع<sup>61</sup>
- المفتاح الخاص: هو مفتاح شخصي جدا خاص بالمرسل إليه وغير معروف لدى أي شخص آخر، ويحتكر صاحبه حق استخدام هذا المفتاح في فك شفرة الرسائل التي يستقبلها، والمشفرة باستخدام مفتاحه العام.
- ويتميز المفتاح العام والخاص بوجود علاقة رياضية تربط بينهما، إلا أن إتاحة المفتاح العام للجميع لا يمكنهم من فك ترميز الرسائل أو استنتاج المفتاح الخاص، حيث في هذا النظام يقوم المرسل بتشفير البيانات باستخدام المفتاح العام للمستقبل وعند وصول الرسالة عبر وسائل الاتصال العادية إلى مستقبلها يستخدم مفتاحه الخاص لاسترجاع الصورة الأصلية للرسالة. إن ارتكاز نظام التشفير ملائم مبدأ عدم نشر المفتاح الخاص للجميع، ساعد على توفير حماية كبيرة للرسائل من التلصص والتطفل عليها، إلا أن هذه السرية تتطلب الكثير من الوقت والجهد والمعدات المعقدة لإجراء عملية التشفير و فكها مما يجعل هذا النظام جد بطيء و مكلف مقارنة بالنظام السابق.

ج- مزج بين اسلوبي استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام

يهدف هذا النظام إلى تفادي عيوب النظامين السابقين من خلال ضمان قدر كبير من الأمن و الحماية للبيانات بأقل تكلفة ممكنة و في أقصر وقت، و يستطيع هذا النظام تحقيق هدفه من خلال الجمع بين أسلوب المفتاح المتماثل و المفتاح العام.

#### 4/- البصمة الالكترونية :

هي البصمة رقمية التي يتم اشتقاقها وفق خوارزميات معينة تدعى دوال وتقوم هذه الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (رسالة صغيرة) تمثل ملف كامل او رسالة سلسلة كبيرة تؤخذ من الرسالة<sup>62</sup> محتويات ذات طول متغير وهذه البصمة تميز الرسالة الاصلية والتعرف عليها بدقة فم اذا تم التغيير ولو بمقدار (1 bits) من بين (160 ; 128 bits) يؤدي الى بصمة اخرى مختلفة تماما حيث تتميز كل بصمة عن الاخرى بمفتاح خاص ينشا فلا يمكن فك شيفرتها الا باستخدام المفتاح العام تجدر الاشارة بان استخدام خوارزمية البصمة الالكترونية اسرع من عملية التشفير المتلاء لهذا فان البصمة الالكترونية تستخدم كثيرا في انشاء التوقيعات الرقمية.

#### 5/- التوقيع الرقمي:

تعتبر الكتابة على الورق أهم وسيلة لإثبات التصرفات القانونية، و لا يتم الاعتراف بصحة المستند أو الورقة إلا إذا أرفقت بتوقيع شخصي يبين نسبها إلى موقعها، مما زاد من أهمية التوقيع الذي يميز هوية الموقع و شخصيته. إلا أنه مع التطورات الراهنة في جميع مجالات حياتنا، أصبح التوقيع اليدوي عقبة من المستحيل تكيفها مع التكنولوجيا الحديثة وخاصة مع تعاملات التجارة الالكترونية، مما أدى إلى ضرورة ظهور توقيع جديد يتماشى مع مقتضيات العصر الحديث.

يعرف على اساس التوقيع الالكتروني و عرفت المادة (2 / أ) من القانون النموذجي المتعلق بالتوقيعات الالكترونية والذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة 2001 التوقيع الالكتروني بأنه " بيانات

<sup>61</sup> محمد بن احمد السديري التجارة الالكترونية تقنيات واستراتيجيات التطبيق على الموقع david kosieur

<sup>62</sup> مصطفى يوسف كافي مرجع سبق ذكره ص 189

في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقياً، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة 1 إلى رسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات.

5-1/- صور التوقيع الالكتروني: وله 3 صور اساسية وهي <sup>63</sup>

ا/- التوقيع الرقمي او الكوادي : يتميز هذا النوع من التوقيع الالكتروني باستعمال عدد من الأرقام 1 وتركيبتها لتشكل " كود " يتم التوقيع به . ويعتبر الرقم السري الخاص ببطاقات الائتمان أفضل مثال على التوقيع الالكتروني الكود، حيث لا يعرف هذا الرقم السري إلا حامل البطاقة.

ب/- التوقيع باستخدام القلم الالكتروني: تعتمد هذه الصورة من التوقيع الالكتروني على التشفير البيوميترى، والذي يعني إمكانية التحقق من هوية الموقع اعتماداً على خواصه الذاتية الفيزيائية و الطبيعية والسلوكية، فعوضاً عن استخدام سلسلة من الأرقام للتوقيع، يتم استبدالها بقلم إلكتروني حسابي op - pen يستطيع الكتابة مباشرة على شاشة الحاسب الآلي، وهذا اعتماداً على برنامج خاص للحاسب.

ج/- التوقيع عن طريق الضغط على المفاتيح في لوحة الحاسب الآلي: وفقاً لهذا الأسلوب يقوم العارض أو البائع بإرسال نموذج العقد إلى موقع المشتري حتى يتمكن من الاطلاع على بنود العقد 1 الذي يحتوي على عبارة تفيد قبوله التعاقد ( نعم ) yes- أو رفضه ( لا ) no- ، وفي حال اقتناع المشتري بشروط العقد، فإنه يفصح عن إرادته في قبول الإيجاب، و يكون التعبير عن هذه الإرادة ليس بشكل مادي ولمس، وإنما بمجرد الضغط على مفتاح ( ok return ) في لوحة المفاتيح، أو يقوم بالتأشير في خانة القبول OK على شاشة الحاسب الآلي، و يبرم العقد.

## المطلب الخامس : اثار التنمية للتجارة الالكترونية

نجد ان لتجارة الالكترونية عديد من الاثار للمساهمة في النمو والازدهار الاقتصادي عامتا و اهمها توسيع نطاق عمل و الانفتاح على اسواق جديدة.

اولا- الاثار التنموية على المستوى القومي .

ومن اهم الاثار نجد ان لتجارة الالكترونية القدرة لتحسين مستوى العمل وذلك من خلال:

### 1/- مساهمة لرفع اداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يملك المستهلكون والشركات الموصولون بالانترنت في العالم امكانية النفاذ الى جميع مواقع الاعمال التجارية على مدار الساعة وبوسعهم بنقرة واحدة تصفح عديد من الخيارات الغير محدودة من المنتجات في أي مكان في العالم مع قابلية التسويق وعرضها بدون حدود ومع امكانية البحث عن عملاء جدد ولهم و خيارات واسعة لانتقاء ما هو افضل لهم ولا يدرك كثير من التجار في الدول النامية وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فائدة التواجد على الانترنت حيث يستطيعون منافسة الشركات المتعددة الجنسيات والشركات تجارية اخرى اكثر رسوخا في العالم المتقدم فتسهيلات الانترنت تخلق فرصا جديدة للشركات الكبيرة او الصغيرة او المتوسطة على حد سواء وفي الواقع فان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي المستفيد الاكبر من التجارة الالكترونية فمن خلال اتصالها بالانترنت تستطيع الشركات النفاذ الى الاسواق جديدة لم يكن لها من قبل الفرصة لدخولها وبواسطة الاستثمار يستطيع أي شخص بدء اعمال تجارية الكترونية و يمكن تسويق منتجاتهم عالميا وبأسعار مقبولة بل ايضا تكلفة

<sup>63</sup>نظال اسماعيل برهم احكام عقود التجارة الالكترونية مرجع سبق ذكره ص 170

المعاملات الالكترونية هي ادنى من تكلفة المعاملات التي تتم بطريقة تقليدية و علاوة على ذلك تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجهيز عمليات العقود والمدفوعات وتسليم المنتجات الى المستهلكين من دون وسطاء

وتتيح التجارة الالكترونية المجال لهذه الشركات في مختلف البلدان للوصول الى الاسواق ذات القوة الشرائية الكبيرة كذلك المؤسسات العالمية الكبرى فبواسطة وجود مواقعها الالكترونية على شبكة الانترنت تستطيع الوصول بسرعة الى مختلف العملاء في كافة مناطق العالم الذي من الواضح انه سيوسع نطاق العمل الجغرافي او حتى امكانية التسويق للمنتجات في مواقع اخرى وحتى الحصول على مواد اولية ذات جودة ملائمة لسلع وبأسعار جيدة وعلى المستوى الوطني تؤثر التجارة الالكترونية في القدرة التنافسية وحركة المشاريع التجارية وسلوك المستهلكين في البلد وفي الوقت الراهن لا تمتلك البلدان النامية القدرة على التوسع بسبب الاسواق المحدودة

أي ان التجارة الالكترونية ستخلق لها فورا اسواق جديدة بتوسيع نطاق تغطيتها وبالتالي حجم اعمالها و علاوة على ذلك فان الاندماج في السوق الإلكترونية العالمية سوف يمكن المستهلكين المحليين من الوصول الى الاسواق الدولية و ايجاد منتجات افضل وارخص من تلك المتوفرة في بلدهم ونتيجة لذلك يستطيع المستهلكون والشركات الصغيرة على حد سواء التحرر من الضغوط الاحتكارية التي تتصف بها كبريات الشركات في الاسواق المحلية الصغيرة على حد سواء وكذلك تحرير من الضغوط الاحتكارية التي تتصف بها كبريات الشركات في الاسواق المحلية الصغيرة وستسمح التجارة الإلكترونية كذلك للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاستفادة من الوصول الى الاسواق العالمية الغنية التي كانت متاحة فقط للشركات المتعددة الجنسيات وبهذا تقلص الفجوة بين الشركات الدولية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول المتقدمة وفي الوقت نفسه و بانفتاحها على الاسواق العالمية تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مواجهة تحديات المنافسة الخطيرة مع السلع و الخدمات الاجنبية فالشركات ذات الانتاج المحلي سوف تضطر لرفع مستويات الصناعة التحويلية والخدمات لديها لتوفير منتجات افضل لأسواق المحلية والعالمية والا سوف تخسر اسواقها المحلية لمصلحة مشاريع التجارة الالكترونية الاجنبية التي توفر منتجات ذات نوعية افضل وبأسعار اقل ومع ان هذا يطرح تحديا كبيرا امام الشركات التجارية المحلية فانه يخلق ايضا فوائد اكبر للشركات على المدى البعيد مع تحول هذه لتصبح اكثر قابلية للتغيير مما يضطرها الى رفع نوعية منتجاتها ومستويات ادارتها الى مستويات العالمية.

## 2/- مساهمة في زيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها:

رغم الاتجاه العالمي للاستغناء عن دور الدولة في النشاط الاقتصادي، إلا أن ذلك لا يتعارض مع أهمية الدولة في الأمور التنظيمية والاجتماعية، ونتيجة التجارة الإلكترونية فرصا غير مسبوقة بالنسبة لأجهزة الدولة التشريعية والتنفيذية، حيث أن أداء الحكومة لأعمالها إلكترونيا يمكن أن يساهم في زيادة نجاحها في تحقيق التواصل مع المواطنين من خلال

- توفير البيانات والمعلومات و اتاحتها للمستثمرين ورجال الاعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.
- عرض اجراءات وخطوات ونماذج الحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق تسهيل التعامل مع الجهاز الاداري.
- فتح قناة اتصال جديدة بين المواطنين والجهات الحكومية يمكن من خلالها النفاذ الى مستويات الادارية العليا لزيادة شفافية في العمال الحكومية
- اداء الخدمات الكترونيا فيما يوصف بكونه توجهها نحو الحكومة الالكترونية وبصورة تحقق اعلى درجات الاداء و باقل التكاليف وخلال فترات زمنية معتبرة.

## 3/-تساهم التجارة الالكترونية في تحسين رصيد الميزان التجاري:

فمن بين الاثار الاساسية للتجارة الالكترونية سهولة الوصول للمراكز الاستهلاكية الرئيسية و امكانية تسويق السلع و الخدمات عالميا وبتكلفة محدودة وكذلك القدرة على تحليل الاسواق كل هذا سوف الى ادراك العيوب المحلية لسلع والخدمات و قدرة على تحسينها وتنفيذ استراتيجيات فعالة من اجل تحسين كفاءة الاداء المستقبلية مما سيسمح منح البلدان النامية فرصا تصديرية كبيرة تؤدي الى زيادة الميزان التجاري وتدفق العملة الاجنبية.

#### 4/- زيادة الانتاج ونمو الاقتصاد :

للتجارة الالكترونية اثر مباشر في تحسين مستوى الانتاجية والذي يؤدي بدوره الى تحقيق النمو الاقتصادي ويتم ذلك من خلال تخفيض تكاليف الصفقات ورفع كفاءات الداء لعرض المنتجات وازالة القيود المعرقله للولوج الى الاسواق مع كثافة المعلومات والمقدرة الكبيرة في الحصول عليها بدقائق معدودة بدلا من ايام واسابيع.

#### 5/- الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق الالكتروني:

ان تطبيق التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة توفير بنية تحتية تكنولوجية من شبكات الاتصال وقواعد معلومات وهذا ما يساهم في خلق مناخ لدخول شركات جديدة في مجال التكنولوجيا المتطورة ومنه تعتبر فرصة لخلق صناعات محلية لتكنولوجيا المعلومات قادرة على المنافسة في السوق عالمي كما سوف تؤدي الى خلق العديد من فرص عمل ومناصب الشغل الجديدة حيث يمكن انشاء مشاريع تجارية صغيرة او متوسطة حجم براس مال معتبر متصل مباشرة بالسوق العالمي باقل تكلفة استثمارية ممكنة مما سينعكس ايجابا على تخفيض مستوى البطالة.

### ثانيا- اثار التنمية على الاقتصاد العالمي

يشهد العالم تطورا سريعا في سوق التجارة الإلكترونية وسوف يكون عام 2022 عاما ذهبيا بالنسبة للعلامات التجارية القادرة على جذب العملاء من المتسوقين عبر الإنترنت. ومن المتوقع أن يرتفع مبيعات التجارة الإلكترونية الى نسب عالية في عام 2022، مع اعتماد نهج التسوق عبر الإنترنت الملائم والحصول على التمويل الرقمي وتحسين العمليات اللوجستية وتوسيع نطاق خدمات التوصيل، فضلاً عن تبني العلامات التجارية استراتيجية التسويق مباشرة إلى المستهلك خاصة التوصيل خلال اليوم نفسه، ومعالجة البضائع المرتجعة بكفاءة، وتوفير رؤية شاملة وواضحة للمستهلكين تأتي ضمن أهم الأولويات لتحقيق تجربة عملاء ناجحة. فالتخزين الآلي، وآلية الاسترجاع، وتعزيز تجربة العملاء وتوفر المخزون الذكي والتفاعل التجارة الإلكترونية هي النسخة المستقبلية للتجارة التقليدية وخصتنا وبعد جائحة الكوفيد 19 والذي ادى الى غلق الاسواق التقليدية جبرا من قبل الحكومة لضمان سلامة السكان والذي كان له سبب اساسي في رفع معدلات التجارة الالكترونية وتبني فكرة التسوق الالكتروني و حتى ومع انحسار فيروس كورونا وفتح الأسواق في معظم دول العالم ستستمر التجارة الإلكترونية في التوسع والتطور الكبير، مضيفاً أن الملابس والأجهزة الإلكترونية والأغذية أبرز القطاعات المرشحة لتحقيق طفرة بنهاية 2022 حيث أن التجارة الإلكترونية من أهم القطاعات الواعدة بتطور الشركات خلال أزمة كورونا أسهم في نمو كبير للمبيعات بسبب حالة الحظر المنزلي في ظل تطبيق الإجراءات الاحترازية، إضافة إلى المزايا المهمة للتجارة الإلكترونية التي تأتي على رأسها تسهيل المعاملات الافراد و توسع نطاق عمل المؤسسات و تحريك السوق وزيادة معدل التبادل التجاري وخفض نسب البطالة والنشاط التجاري الذي يعكس بشكل ايجابي ارتفاع معدل النمو الاقتصادي العالمي من خلال التجارة الالكترونية.

1/- تشجيع المنافسة في الاسواق المحلية فقد ادت التجارة الالكترونية الى ازالة كل عوائق المبادلات الخارجية مما يمنح فرص العادلة بين المؤسسات وبتالي رفع الاداء والذي بدوره يؤدي الى ربح وزيادة معدلات التنمية الاقتصادية.

2/- تقليص الالتزامات الحكومات الناجمة عن قيامها للإجراءات التقليدية كالتحويل العملات و سعر الصرف و غيرها من مهام تجارة التقليدية على عكس التجارة الالكترونية حيث تتم مختلف المعاملات الكترونيا وهذا يجعل الحكومات العالمية تنصرف لمهام اخرى

3/- المساعدة على عملية الاندماج والانفتاح الاقتصادي حيث ان مبدا التجارة الالكترونية ينطلق على اساس التبادل الحر للمنتجات والخدمات وعن طريق ازالة الحواجز الجمركية وجعل العالم سوق واحد.

## خلاصة الفصل :

اعتمدت التجارة التقليدية وسائل غير متطورة صعبت المعاملات الاقتصادية بصفة عامة وكانت محصورة النطاق غير لصعوبة التعامل خارج المنطقة الجغرافية ، إلا أن التطورات والتحولات التكنولوجية الرقمية السريعة أحدثت الكثير من التغييرات في النشاط التجاري، وأدخلت البشرية إلى عصر جديد ذو مفاهيم جديدة و مع تزايد استخدام الفرد الانترنت وتأقلمه مع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سهلت عليه مختلف المعاملات الرقمية الحديثة وعلى أساسها التجارة الالكترونية مع فرص توسع نطاق العمل والوصول الى اسواق جديدة والانفتاح على العالم الخارجي فتوسع استعمال الانترنت من المجال العلمي إلى المجال التجاري سنة 1994 ، فقد مكنت شبكة المعلومات الرقمية المؤسسات والشركات والافراد وحتى الحكومات و في وقت قصير من مد خيوطها حول العالم متجاهلة بذلك الحدود الجغرافية . وخصتاً تغيير وجه الأعمال، سببه نشوء التجارة الالكترونية، التي تصاعد الاهتمام بها وكثر الحديث عنها، وأصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققة من مزايا شتى .وقد حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على الظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الالكترونية وإزالة الغموض عنها باستعراض مفاهيم اساسية حولها والحديث عن أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساهمة في ظهورها، كما تطرقنا الى واقع التجارة في الدول المتطورة وكيفية الاستفادة منها وواقعها في الدول النامية وكيفية دعمها ومعرفة وانعكاساتها الايجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية والوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف، وحتى تسهيل المعاملات بين الافراد محليا وعالميا وكذلك المستهلكين الذين أضحى بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر .كما تحدثنا عن ضرورة إيجاد وسائل الكترونية تتلاءم مع متطلبات هذا العصر ولا تعرقل نمو التجارة الالكترونية، وهو ما زاد من الوزن النسبي لنظم الدفع الالكترونية التي تسمح بالتسوية السهلة والسريعة لكافة مدفوعات المعاملات التجارية باستخدام الطرق الالكترونية الحديثة. إلا أنه نتيجة لتزايد الاستخدام التجاري للإنترنت ظهرت الحاجة الملحة لضرورة وجود تقنيات مختلفة سمحت بالتغلب على المشاكل المعرقة لمعاملات التجارة الالكترونية و مدفعتها على غرار الأمن وسرية .ومما لاشك فيه أن التطور السريع للتجارة الالكترونية ككل ظاهرة يفرض مجموعة من التحديات تم ذكرها وبهدف تبني سياسات واستراتيجيات لدعمها وتشجيع شباب اليوم لتبنيها كأساس لمستقبل افضل واقتصاد رقمي شامل وتنمية مستدامة .

## الفصل الثاني

## تمهيد :

الفصل الثاني سيتم من خلال هذا الفصل التطرق للشركة الامازون كمثال لتجارة الالكترونية ودورها في توسع نطاق العمل تسهيل المعاملات و من خلال المعلومات المتوفرة في الموقع الالكتروني للشركة سنحاول دراسة و تحليل اهم عوامل نجاح الشركة والتي تصنف كأكبر متاجر التجزئة قائمة على تجارة الالكترونية وكذلك سيتم تطرق لاهم خصائصها واهدافها في تسهيل المعاملات وسياسات توسيع نطاق عملها .

## المبحث الاول: المدخل النظري و المفاهيم شركة امازون

تصنف امازون على اساس انها ثاني اكبر شركة تجارة الكترونية عالمية حيث بنيت من خلال تبنيها لأفكار تقنية جديدة واستغلالها الفرص الحديثة تتطلب اساليب وطرق عصرية جعلت منها اكبر شركات العالم.

### المطلب الاول: مفاهيم حول شركة الامازون

ان التعاملات التكنولوجية لتجارة الالكترونية تتطلب مفاهيم وتبني افكار خاصة و من خلال شركة امازون سنتعرف بصفة عامة على كيفية نشأة وتطور التجارة الالكترونية.

#### أولاً- تأسيس شركة امازون وتطورها

حيث مرت امازون بالعديد من المراحل من اجل تطورها .

#### 1/-تاريخ شركة امازون :

تأسس متجر امازون في الخامس من جولية عام 1994 على يد جيف بزيوس خريج جامعة بونستون متخصصا بدراسة علم الكمبيوتر و هندسة الكهرباء التي جعلته موظف لدى العديد من الشركات حيث ادرك اهمية التكنولوجيا وفوائدها لجني الارباح حيث تم ترقية له لمجلس نائب الرئيس لشركة مالية تدعى "دي اي شاو" وذي كان موظف فيها وبرغم من صغر سنه وقد تابع اخبار تطور التكنولوجيا والانتشار الواسع لاستخدامات الأنترنت عبر مستوى العالم ومع جمعه لبيانة واحصائيات حول مستخدمي الأنترنت قام بإنشاء موقع لبيع الكتب بتعاون مع تجار الكتب لتوفيرها لكل من يقوم بطلبها على موقعه ومن هنا بداية الشركة في التوسع بعد تضحية جيف لمنصبه في الشركة وتفرغه التام لتوسيع موقعه وتطويره حيث اطلقت الشركة الامازون شبكة توزيع خاصة بها ولأول مرة في عام 1997

#### 2/-توسع الشركة و تطورها:

تمتلك امازون ذراعا للنشر (امازون للنشر) واستديو للأفلام والتلفزيون (استديو هات امازون) وشركة تابعة للحوسبة الرقمية السحابية ( امازون لخدمات الويب)

وفي عام 1998 بدأت الشركة في بيع مقاطع الفيديو والموسيقى وفي سنة التالية باعت ايضا العاب فيديو والكترونيات وخدمات برامج بالضافة الى العديد من المنتجات حيث تملك الشركة اكثر من 40 شركة تابعة

وصل رقم اعمالها ستة مليار دولار سنة 2004 خلال مركزين لتنفيذ حيث باعت امازون اكثر من 20 مليون منتج ومن خلال 12 الف موظف<sup>64</sup>. وليصبح الموقع خلال السنوات الماضية من اكبر شركات الالكترونية نجاحا بعدد عملائها يزيد عن سبعة وعشرون مليون عميل. وصنفت سنة 2015 من افضل المتاجر تجزئة في الولايات المتحدة الأمريكية من حيث القيمة السوقية.

حيث يمكننا تفصيل تاريخ امازون في أربع موجات رئيسية:

#### -الموجة الاولى: 1994-2005

<sup>64</sup>شهاب حسن الفقيه البيع امازون دار العربية للعلوم بيروت 1999ص05

في وقت مبكر من يوم أمازون ، من خلال رؤية جيف بيزوس كان من بين أبرز لاعبي الإنترنت وضعت أمازون رهانات كبيرة على العديد من الشركات وسرعان ما وسعت نطاق عملياتها بدءًا من الكتب ، بحلول أواخر التسعينيات ، كانت أمازون قد توسعت بالفعل إلى فئات أخرى ، ووضع جيف بيزوس استثمارات في العديد من شركات الإنترنت الناشئة مع انفجار فقاعة الدوت كوم ، على الرغم من ذلك ، لم تخسر أمازون مبالغ كبيرة من المال فقط في رهانات فاشلة (مثل ذلك كان إفلاس موقع Pets.com أحد الرهانات الرئيسية التي وضعتها الشركة) ولكنها تقلصت من حيث القيمة ، و توقع العديد من المحللين زوالها ومع ذلك ، في تلك السنوات ، لا سيما في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، غيرت أمازون دليل أعمالها لقد قطعت جميع الاستثمارات في أشياء لا يمكنها التحكم فيها بشكل مباشر وبدأت في الانتقال من شركة تجارة إلكترونية إلى شركة منصة نموذج الأعمال.

### -الموجة الثانية: 2005-2015

بحلول منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، كانت أمازون قد مهدت الطريق لتغيير كامل في نموذج أعمالها بدأت الشركة أيضًا في تجربة برامج ومنتجات مختلفة كان بعضها فاشلاً تمامًا (مثل Kindle Fire وPhone) والبعض الآخر سيتحول إلى منتجات وقطاعات أعمال لا تصدق (Amazon Prime و Amazon Advertising)

### -الموجة الثالثة: 2020-2015

بحلول عام 2015 ، تحولت أمازون إلى عملاق تقني بالفعل ، وأظهر للعالم ، أخيرًا و بفضل amazon aws أنه ليس فقط قدرا على نجاح ، ولكن أيضًا لديه القدرة على التوسع على المستوى الدولي في هذه السنوات أظهرت أمازون للعالم الأرقام المذهلة وراء Amazon AWS شعر معظم منافسين بالدهشة وبدأت شركات أخرى مثل Microsoft و Google في مضاعفة الحوسبة السحابية لأنها شاهدت نجاح AWS وتمكنت الشركة من التوسع في أوروبا والمكسيك والهند وحاولت جاهدة أيضًا اقتحام الصين 2020 إلى

### -الموجة الرابعة: 2020 إلى يومنا الحالي

أصبحت أمازون واحدة من الشركات التي حددت هذه اللحظة في تاريخ البشرية الغربية في الواقع بدأت أمازون باستثماراتها لتوسيع نطاق خدماتها ، وجعلها واحدة من أكثر الخدمات إلحاحًا للمستهلكين كانت أمازون من خلال رؤية جيف بيزوس تتمتع بميزة إنشاء عمل مهووس بالعميل ، وهو ما أزعم أنه كان يعمل باستمرار منذ بدايته.<sup>65</sup>

## ثانيا- تعريف شركة الامازون

قبل التطرق لتعريف الشركة سنقوم بدراسة المفهوم العام لشركات الافتراضية فبعد دراسة الباحثين العديدة للموضوع و بوجهات نظر مختلفة. سنقوم بتقديم تعريفات الشركة الافتراضية التي تساعد على فهم شركة امازون بدقة.

**1/- تعريف الشركات الافتراضية:** تعرف المؤسسة الافتراضية على أنها " تلك المؤسسة التي تنشط في البيئة الرقمية ، حيث تعتمد على الانترنت وتكنولوجيا المعلومات لربط الأف الافراد والأصول المادية والأفكار والموردين والعملاء، دون أن يكون لها أي مكان أو موقع مادي داخل سوق فعلي معين.<sup>66</sup>

<sup>65</sup> <https://www.alarabiya.net>

<sup>66</sup>المؤسسات الافتراضية ومتطلباتها ضمن ابعاد الاقتصاد الالطروني

-حيث يرى **D.Kiosur** أن المؤسسة الافتراضية هي كيان يتألف من أعضاء موزعة جغرافيا، الذين يتقاسمون نفس العمل ويتواصلون حصريا بواسطة الاتصالات الالكترونية، حيث تنعدم بينهم اللقاءات الفعلية يتفق هذا التعريف عن سابقه في أن المؤسسة الافتراضية تستعمل وسائل المعلومات والتكنولوجيا للاتصال بين الافراد دون أن يكون بينهم أي لقاء فعلي.

-كذلك يرى **R.Bultje &J.Van vijk** بأن المؤسسة الافتراضية تتصف بكونها عمل عن بعد لمجموعة افراد موزعين ومتفرقين جغرافيا مع تشابك جزئي للمهام

وعليه نخلص إلى ان المؤسسات الافتراضية عبارة عن كيان غير محدود بحد ران، ولا يشغل مساحات ملموسة، ينشط في البيئة الرقمية المستخدمة لوسائل المعلومات والتكنولوجيا، إذ قد تربط بين موظفين في مواقع جغرافية متناثرة، يتعاملون بأسلوب مرن وغير مكلف، وعموما تنعدم بينهم اللقاءات الفعلية، من أجل تحقيق هدف مشترك.

### 2/- تعريف شركة امازون:

هي شركة امريكية للتجارة الالكترونية بدأه ببيع الكتب ثم توسعت منتجاتها لتحدث ثورة في عالم التسوق والمتاجر الالكترونية حيث تتجاوز قيمة سلعتها مئة مليار دولار سنويا يقع مقرها الرئيسي في سياتل بولاية واشنطن الامريكية ولها عديد من الفروع في مختلف مناطق العالم توفر العديد من الخدمات اهمها تسوق الالكتروني. و الموقع الالكتروني للشركة هو ( amazon.com ) والذي يحتوي على مختلف السلع والخدمات مع خاصية التوصيل لمعظم مناطق العالم ونجد ايضا التطبيق على الهاتف الذكي والذي يمكن تحميله و بسهولة من (play store) وتسوق بأريحية تامة في اي وقت وفي اي مكان مع وجود العديد من الخدمات و المزايا الاخرى لشركة.

حيث تتميز الشركة بمجموعة من الخصائص في تسهيل المعاملات وتوسيع نطاق العمل :

- شركة امازون بدون حدود مكانية او جغرافية مما يعني إمكانية انتشار أعمالها على نطاق واسع.
- المؤسسة امازون لا تخضع لحدود تنظيمية التقليدية يعني تحرر علاقاتها بدون قيود .
- عدم اعتمادها على الموارد والقدرات الذاتية فقط، بل يتعدى إلى القدرات التوسعية و الموارد الخارجية.

### المطلب الثاني : خدمات و استراتيجيات شركة امازون

حيث تتبع امازون عديد من استراتيجيات وذلك من اجل ضمانها بقائها واستمراريتها كما تقدم عديد من الخدمات لتسهيل معاملات .

#### اولا- خدمات وميزات الشركة

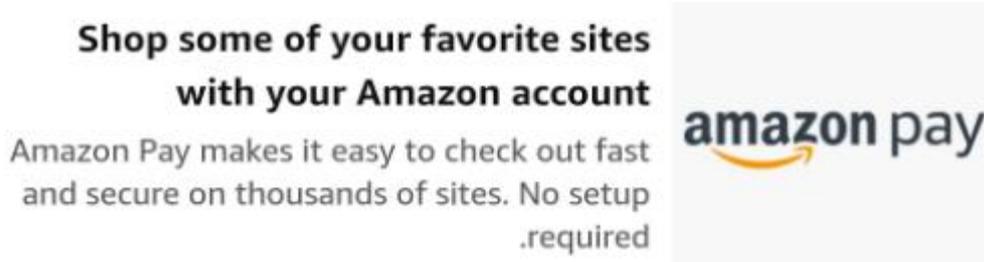
يعتبر امازون موقع متكامل يتمتع بالعديد من المزايا والخصائص الخدماتية التي تسهل مختلف التعاملات التي تجعل منه الموقع الأفضل عالمياً، حيث نذكر اهم مميزات وخدماته ما يلي :

1- / صفقة اليوم : (today's deals) و تعتبر من اهم مميزات الموقع لأنها عبارة عن منتجات منخفضة السعر بشل كبير ومتاحة لمنتجات معية خلال يوم محدد حيث يتيح ذلك للأفراد اسعار منخفضة من خلال صفقة اليوم. و الموضحة من خلال الشكل التالي و<sup>67</sup>



2- /الشحن الدولي : (amazon global) عبارة عن خدمات الشحن والتوصيل التي توفرها الشركة لعملائها والمتسوقين خارج الولايات المتحدة الأمريكية

3- /ارسال واستقبال الاموال من امازون : (amazon payment) عبارة عن خدمة دفع جديدة مماثلة لخدمات غوغل وباي بل حيث صرح الموقع ان نسبة اختراقات البيانات معدومة حيث تقبل الشركة اي وسائل دفع للمتسوق.<sup>68</sup>



4- / خدمة امازون السحابية : (amazon cloud drive) هي خدمة تخزين سحابية تعمل فقط بتسجيل الدخول الى محرك سحابات ثم الى الحساب الخاص بك لتخزين الملفات والصور وغيرها بعد نفاذ مجال التخزين يمكن شراء مساحات اضافية.



<sup>67</sup> naktublak.com

<sup>68</sup> www.amazon.com

5/- صفقات المخزن: (warehouse deals) عبارة عن متجر تابع لشركة أمازون يقوم ببيع الاجهزة الالكترونية مستعملة او مملوكة سابقا او مفتوحة والهواتف الذكية اجهزة الكمبيوتر المحمولة وشاشات التلفاز المسطحة واجهزة وملحقات الحواسيب وغيرها وبأسعار منخفضة تصل الى 60% من السعر الاصلي.

مستودع أمازون  
عروض رائعة على المنتجات المستعملة ذات الجودة.

amazon  
warehouse

6/- بطاقات الهدايا: (gift cards) عبارة عن خدمة تمكن اقارب و اصدقاء المستخدم او صاحب الحساب من التسوق بواسطة بطاقات الهدايا بطاقة تحمل ارقام يتم كتابتها عند دفع ثمن المنتج وهي مشابهة لبطاقات شحن رصيد الهاتف يتم اهدائها من قبل صاحب الحساب او اقاربه او اصدقائه.

### Shop by card type



#### Physical gift cards

Send a smile with unique designs and fun packaging



#### eGift Cards

Add a personal touch by adding your own photo or video



#### Amazon Reload

Easily add funds to your gift card balance



#### Specialty gift cards

Give a gift from their favorite brand

### التسوق حسب المناسبة

7/- **خدمة الشركاء** : (amazon associates) هو برنامج يقدمه أمازون لصناع المحتوى يتم فيه تسويق المنتجات في قنوات نشر المحتوى المكتوب والمرئي و الحصول على عمولة عند الشراء تلك المنتجات من قبل احد المستخدمين.



8/- **المخازن المادية لأمازون** : amazon physical stores: وهي متاجر فعلية موجودة على ارض الواقع اهمها متاجر الكتب ومتاجر البقالة الطازجة ومحلات الاستعارة والموضحة كتالي 69

### AMAZON PHYSICAL STORES LOCATIONS

SCROLL DOWN TO FIND YOUR STORE



9/- **خدمات أمازون ممتازة** : (amazon prime) تقدم هذه الخدمات للمشاركين مزايا اضافية عديدة مقابل اشتراك شهري ومن اهم الخدمات التوصيل مجاني وسريع خلال يوم واحد او بسعر منخفض بدون حد ادنى

<sup>69</sup> <https://e-tejara.com>

لشراء المنتجات المحلية. افلام ومسلسلات امازون حصريّة العاب مجانية جديدة بالإضافة الى محتويات جديدة وخصائص اخرى.



## ثانيا- استراتيجيات الشركة

ومن اهم استراتيجيات الشركة نجد :

### 1/- الاستراتيجيات العامة لشركة امازون

1-1/- استراتيجيّة المتعلّقة بالزبائن لتعظيم مشترياتهم: اكتسحت امازون سوق التجارة الالكترونية وأصبح لها أكثر من مليون زبون يتوزعون على كافة أنحاء العالم بما يقارب أكثر من 160 دولة ، وذلك من خلال فتحها لفروع تابعة للشركة في عدة دول، وهذا ما ساعدها على توسيع قاعدة زبائنها عبر العالم، مما عظم مشترياتها وبالتالي زيادة أرباحها<sup>70</sup>.

1-2/- استراتيجيّة خفض التكاليف: تعمل مؤسسة الأمازون على استراتيجيّة خفض التكاليف من خلال تخزينها لبعض العناوين الأكثر تداولاً، مما يسمح لها بخفض تكاليف التخزين 13 إلى أدنى مستوى، وبالتالي تحقيق وفورات اقتصادية تسمح بتخفيض الأسعار. ففي سبتمبر 1997 شيدت امازون واجهة افتراضية سهلة التصفح تمتاز بقدرتها على حفظ معلومات الزبون المتعلقة بالتسليم والفوترة والدفع، فعند زيارة الزبون للموقع مرة أخرى، بمجرد النقر على مفتاح اقتناء منتج معين تتم إجراءات البيع بسرعة، طبقاً للمعلومات المقدمة عنه سلفاً، والمحافظة في قاعدة بيانات الزبائن، هذا النوع من الخدمة يبدى التكلفة الإجمالية من ناحية الوقت المبذول لإدخال المعلومات والجهد المبذول للاقتناء. وهذا باعتماد المؤسسة على برامج وتقنيات تكنولوجية جد متطورة فيما يتعلق بأساليب التسويق، ومنه العمل على جلب زبائن جدد والحفاظ عليهم وكسب ثقتهم وبالتالي الرفع من درجة الرضا لديهم وبتالي وزيادة حصتها السوقية وعليه زيادة أرباحها. ولذي يسمح لها بخفض التكاليف.

1-3/- استراتيجيّة اشتراك المستهلك: تسعى مؤسسة الأمازون إلى بناء قاعدة ضخمة من البيانات ترتكز على استراتيجيّة مناسبة، تتمثل بوضوح في محاولة إشراك المشتري بالقدر المستطاع في وصف المنتج وترقيته، من خلال وظائف الفيديو، الصور، وباقي الوسائل السمعية البصرية واستعمالها من طرف المشتريين أنفسهم، فإن

<sup>70</sup> موسى سهام تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية دراسة حالة امازون ص 2

الموزع يضمن بذل ك مؤسسة تسويق ذات تأثير أكبر لأنها مرتبطة بمصادر مستقلة وليست مرتبطة مباشرة بالمنتج. ومنه تعمل المؤسسة من خلال هذه الاستراتيجية على جذب زبائن جدد والحفاظ عليهم وتقديم منتجات متجددة تتلاءم مع أذواقهم، وبالتالي الرفع من درجة رضى الزبون، وتعزيز ثقة المستهلك.<sup>71</sup>

## 2/- الاستراتيجيات التسويقية لشركة أمازون:

2-1/- استراتيجية التنويع: بدأت المؤسسة نشاطها كمتجر كتب الكتروني، ثم سرعان ما أدخلت التنويع على خطها الإنتاجي لتضيف اقراص الفيديو الرقمية واسطوانات الموسيقى وبرامج الكمبيوتر وألعاب الفيديو والالكترونيات...وبذلك نوعت المؤسسة من مجال نشاطها من تجارة الكتب على الانترنت إلى تجارة كل شيء على الانترنت. سعت أمازون إلى التنويع من الخدمات المقدمة من أجل دعم الوضعية التنافسية، وفي هذا المجال نذكر أهم الخدمات التي غيرت فعلا من لعبة التنافس الافتراضي عبر الانترنت، والتي مكنت المؤسسة من الاستحواذ على وفاء زوارها.

1/- محرك البحث: أطلقت مؤسسة أمازون على شبكة الإنترنت النسخة التجريبية **Beta version** من محرك البحث **A9.com**، في موقع مستقل على الشبكة العالمية. وكانت أمازون قد أعلنت في سبتمبر 2004 عن تطوير **A9** ليكون مجرد أداة بحث ليساعد المستخدمين على البحث عن المنتجات والتسوق على الموقع الرئيسي للمؤسسة، وسيكون محرك البحث الجديد مدعوما تقنيا من كل من أمازون (الشركة الأم) ومن شركة أليكسا لإحصائيات التحقق من الترويج على مواقع الإنترنت وهي تتبع أمازون أيضا، ومن غوغل محرك البحث الأكثر شهرة، إضافة إلى الخبرة التقنية للقائمين على الموقع، ويقودهم (أودي ما نبر) مدير التقنية السابق بشركة ياهو. ورغم أن المستخدم العادي لمحرك البحث قد يعتقد أنه ليس ثمة إضافات أو خصائص جديدة أكثر مما نتجتها محركات البحث الحالية مثل غوغل، استطاع محرك البحث **A9.com** أن يضيف ملامح جديدة ربما تجعله يتفوق على شريكه الحالي (غوغل)، لتكسب العديد من الزوار هذا المجال التكنولوجي. ومن الملامح الجديدة التي يقدمها **A9** إضافة إلى إمكانيات محركات البحث التقليدية

• البحث داخل الكتاب: يستطيع المستخدم أن يتصفح أي كتاب إذا كان مسجلا في موقع أمازون.

• تاريخ البحث: وهذه الإمكانية تتيح للمستخدم أن يتعرف على كل المواد التي بحث عنها على **A9.com** وهي ليست مقصورة على استخدام حاسوب بعينه، لأنها تعتمد على تسجيل المستخدم من خلال اسمه وكلمة المرور، ويستطيع المستخدم أن يغلقها وقتما يريد.

• الأعمدة المرنة: الموجودة على يمين الصفحة، والتي تعرض للمستخدم خصائص مثل "البحث داخل الكتاب" و"تاريخ البحث"، إذ يستطيع أن يتحكم في حجمها أو أن يغلقها.

• نتائج بحث سابقة: وهذه الخاصية تشير إلى النتائج التي سبق أن استعرضها المستخدم خلال بحثه عن مواد أخرى، تعرض هذه الخاصية تاريخ آخر مرة زار المستخدم الموقع.

• معلومات الموقع: تعرض هذه الخاصية نبذة عن الموقع الذي ظهر في نتائج البحث، دون أن يغادر المستخدم صفحة البحث، ليقرر إن كان سيتصفح ذلك الموقع أم لا.

• الطريق المختصر للبحث: وهذه تتيح للمستخدم أن يبحث عن أي مادة عن طريق **A9.com** مباشرة قبل أن يدخل على الموقع نفسه.

<sup>71</sup> حليلة خنوس ابراهيم بختي زينب شطبية مجلة اداء المؤسسات الجزائرية بعنوان " استراتيجيات المؤسسات الافتراضية دراسة حالة أمازون " ص 92

ب/- **خدمة الفحص عن طريق أمازون**: كشفت مؤسسة الأمازون، عن خدمة بيع جديدة ستتيح لباقي مؤسسات البيع بالتجزئة على الانترنت استخدام مواقعها على شبكة الإنترنت، وهو الأمر الذي يعني أن ال 81 مليون مستخدم الذين أعطوا أمازون كافة بياناتهم الخاصة بعملية الدفع مثل رقم بطاقة الائتمان وعناوين الشحن، سيكون بإمكانهم استخدام تلك المعلومات عند شراء منتجات من أي موقع يستخدم الخدمة الجديدة دون الحاجة لإعادة إدخالها من جديد.

أطلقت المؤسسة على خدمتها الجديدة اسم " الفحص عن طريق أمازون"، وهي الخدمة التي ستتيح كذلك لتلك المواقع الالكترونية استخدام نظام شراء المنتجات من أمازون بضغطة واحدة على الحاسوب او الهاتف ، وهو النظام الذي يحسب قيمة ضريبة المبيعات وتكاليف الشحن بسهولة، ويمكن أيضا العملاء من تتبع منتجاتهم التي قاموا بشرائها خلال عملية الشحن، ومن المنتظر أن تنافس الخدمة الجديدة، ومعها خدمة أخرى مشابهة أطلق عليها اسم " دفع أمازون البسيط " خدمة " paypal " ، كما أنها طرحت منتجاً جديداً ألا وهو متصفح إلكتروني يسمح للأشخاص بإضافة المنتجات التي يشترون إليها مباشرة إلى حسابهم لدى أمازون عند مشاهدتها على مواقع أخرى، وتأكيداً على سعي أمازون للوصول إلى القمة في هذا المجال قال (سكوت ديفيت) ، المدير التنفيذي بإحدى بنوك الاستثمار الأمريكية أن أمازون تسعى جاهدة للوصول إلى كافة أبعاد تجارة البيع بالتجزئة على الانترنت.

ج/- **خدمة إيصال الطرود لداخل منزلك بدون تواجدك فيه** : الميزة الجديدة تدعى **Amazon Key** وتستخدم كاميرا متصلة بالانترنت تضعها في منزلك مع قفل ذكي على الباب يمكن من خلاله الدخول لمنزلك وإيصال الطرد مع علمك بكل التفاصيل. عندما يصل الطرد للعنوان المطلوب يتم إبلاغك من أمازون بذلك ويقوم عامل التوصيل بمسح العنوان الشريطي للطرد الذي يتم إرساله إلى أمازون لتأكيد الطلب وبعدها يتم الرد إلى قفل الباب الذكي المتصل بالانترنت للفتح، وكذلك يتم إعادة إغلاق الباب عبر الهاتف الذكي العملية مؤمنة بعدة طرق حيث تصلك إشعارات دائمة حول كل خطوة وكذلك يمكنك المتابعة والمشاهدة بالفيديو . هذه الخدمة متاحة فقط لمشاركي برنامج بريم برنامج العضوية السنوية.<sup>72</sup>

د/- **تقنية الواقع المعزز AR لتطبيقها على أيفون** : أطلقت أمازون تحديثاً جديداً لتطبيقها الخاص بالتسوق على منصة **iOS** حيث يجلب التحديث ميزة رئيسية هي **AR View** والتي ستمكن المستخدمين من استعراض آلاف المنتجات افتراضياً قبل شرائها ؛ الفكرة بالمجمل ليست بالجديدة فقد قدمتها عدة شركات سابقاً مثل (ايكيا) وغيرها ولكن تواجدها في أكبر متجر تجزئة على الانترنت يعني الكثير خصوصاً من ناحية الانتشار وتطوير الفكرة مستقبلاً . وبعد التحديث أمازون تستطيع استعراض المنتج بتقنية الواقع المعزز قبل شرائه ويشمل ذلك الأثاث والديكورات والألعاب والكثير من الأشياء التي ستكون قادراً على وضعها في مكانها المناسب قبل أن تقرر جلبها إلى منزلك الميزة الجديدة متوفرة ولكن ها تستوجب الحاجة إلى أيفون 6 يعمل بنظام **iOS11** لتتمكن من تطبيقها.

تعد استراتيجيات التنويع الأهم لمؤسسة أمازون التي تهتم بتقديم خطوط إنتاج متنوعة ومتعددة، تتلاءم مع جميع أذواق المستهلكين الافتراضيين، في جميع أنحاء العالم، أي وفق عادات وتقاليد وثقافات متعددة ومتنوعة، وهذا ما يتطلب امتلاك قدرات مالية وانتاجية عالية، بالإضافة لكفاءات ولموارد داخلية استراتيجية متميزة . وبالتالي يظهر أثرها خاصة في زيادة عدد المستهلكين المتعاملين معها وتعزيز علاقاتهم، وبالتالي رفع رضا العملاء وزيادة ثقتهم للشركة، هذا ما يؤدي إلى تعظيم عوائدها، أرباحها، سرعة الاتصال مع جميع المستهلكين في أي موقع، زيادة حجم مبيعاتها .

2-2/- استراتيجية التدويل :

<sup>72</sup> حليلة خنوس ابراهيم بختي نفس المرجع السابق ص 96

بالإضافة إلى استراتيجية التنوع في المنتجات، وعقود الشراكة، نجد استراتيجية التدويل عن طريق إنشاء فروع عالمية تابعة للمؤسسة الأم، ومواقع عبر الانترنت، مما ساهم في خلق قيمة مضافة، هذا فيما يتعلق بالمنتجات التالية: الحواسيب، الكاميرات، وآلات التصوير الرقمية، وأجهزة MP3، بالرغم من ذلك فالمتوقع الحقيقي امازون تجسد أكثر عند إنشاء متجر خاص ببيع الكتب والمقالات والوثائق مباشرة على الشبكة ليصبح المتجر من رواد التجارة الالكترونية بمختلف أنواعه.

2-3/- استراتيجية التوسع و النمو<sup>73</sup> بالإضافة تنتج مؤسسة امازون استراتيجية توسعية تجعلها قادرة على تلبية كل طلباتها السوقية وامتلاكها قدرات انتاجية كافية وتعدد وسائلها لتسهيل المعاملات خاصة بشراء الشحن من خلال

- زيادة المنتجات حيث توفر المؤسسة على منتجات من A إلى Z وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة.
- التوسع في تقديم منتجات وخدمات وتكنولوجيات جديدة.
- التوسع في المناطق الجغرافية لشمولية وتغطية كامل مناطق العالم.
- توسيع شبكة المؤسسة من الباعة و الموزعين.
- توسيع خطوط الإنتاج.
- التوسع على مستوى الأسواق العالمية.

إذ أن التوسع من تشكيلة المنتجات المعروضة في موقع ما ستساهم فعلا في جعله أكثر قبولا لدى الزوار، وقد اتبعت

أمازون استراتيجية التنوع في المنتجات التي تعرضها كوسيلة فعالة لكسب الزبائن، حيث نجد أن تطور مؤسسة الأمازون

بوتيرة سريعة يرجع إلى التنوع في المنتجات الثقافية التعليمية مثل الكتب و DVD ، CD ، كذلك المنتجات الكهرو منزلية، كما أن المؤسسة تقدم عروض عن الرحلات...إلخ، وقد تحولت المؤسسة إلى أكبر موزع تجزئة على الكرة الأرضية، عن

طريق استراتيجيات الشراكة التي أبرمتها مع العديد من الشركات العالمية في نفس المجال لتحويلها إلى حليف بدل من منافس.

2-4/- استراتيجية الاحالة :تعتمد مؤسسة الأمازون على أكثر المواقع العالمية مثل عملاق الانترنت جوجل الذي يقدم

للمؤسسة خدمات توجيه الإعلانات إلى كافة المستهلكين عبر العالم، والإحالة مباشرة على موقع المؤسسة. إذ تلجا لإحالة للتعريف بنفسها في العالم، واكتساب زبائن جدد بأقل تكلفة وبأسرع وقت ممكن.

2-6/- استراتيجية التجديد :تعتمد مؤسسة امازون هنا على تجديد خدماتها، وتطويرها حسب ما يتطلب سوق العمل، حيث تقوم بتطوير خدمات الموقع لتخدم المستخدم بشكل أفضل وتسهل من العمليات التجارية، التي تتم عبر الموقع، تحاول كسب رضا وثقة المستهلك من خلال تقديم وتطوير أساليب الحماية بالإضافة لتجديد خدماتها، حيث بدأت في أول الأمر ببيع الكتب لكن جددت وطورت ووسعت من خطوط إنتاجها، لتنتقل إلى بيع كل شيء من A إلى Z يظهر أثر هذه الاستراتيجية عند تطبيقها من قبل مؤسسة الأمازون على نشاطها في:

- خلق قيمة للمستهلك تتمثل في إنتاج منتجات متميزة تتلاءم مع ذوقه المتطلب ومتغير.
- تقديم منتجات متجددة تتلاءم مع جميع الأسواق العالمية ومواكبتها لتطور الحاجات.
- تعزيز برامج الحماية والامن لحماية خصوصيات المستهلك وبياناته.
- التجديد المستمر في الواجهة والخلفية لجذب المستهلكين.
- تخفيض التكاليف بإلغاء الوسطاء التجارة التقليدية.

<sup>1</sup> حليلة خنوس ابراهيم بختي نفس المرجع السابق

2-7/- استراتيجية الحفاظ على ولاء الزبائن(تسيير علاقة الزبون :إن السعي في المحافظة على ولاء الزبائن يعد جذبهم المؤسسة، تعتبر من أهم العقبات التي تواجهها المؤسسات امازون نظرا للمنافسة الشديدة و بلوغ الزوار إلى العديد من المؤسسات التي تعرض نفس المنتجات بسرعة عالية والمقارنة بين أسعارها وعلامتها التجارية بسهولة، وهنا تظهر أهمية التركيز على توطيد علاقة الزبون بالمنتج والخدمات المقدمة عبر المؤسسة مثل تقديم هدايا رمزية، تقديم عروض سعرية، الحفاظ على المعلومات المتعلقة بخصوصيات كل زبون، تتبع مسار الزبائن عبر الشبكة...الخ

### المطلب الثالث : التجارة الالكترونية لشركة امازون

قد تم بناء اساس شركة امازون على عملائها فھر الركيزة الاساسية لكل جهودها بهدف تقديم خدمات مميزة و ضمان استمرارها في السوق.

اولا- مستهلكين ومبيعات تجارة الشركة

#### 1/- التصميم:

يقوم المصمم بتحمل عمله الفني واختيار نوع المنتج ولونه وتحديد سعره واطرافه الى سعر شحنه ومواصفات المنتج من خلال انشاء صفحة للمنتج على الموقع او تطبيق وعند شراء العملاء التصميم سوف يتم خصم مصاريف الانتاج والشحن وخدمة العملاء من قيمة المبيعات مما يعني حصولك على الخدمة كاملة بدون مصاريف مسبقة يجب ان يكون التصميم الخاص 18\*5 بوصة المساحة القابلة لطباعة للمنتج ومن المفضل ان يتم التصميم بشكل مريح داخل تلك المساحة بعد ذلك يتم ارسال التصميم عبر صفحة على امازون وفي حالة موافقة على التصميم والبدء في عملية الانتاج والنشر يكون لدى المصمم الخيار لجعله متاحا عبر رابط مباشر فقط او عام حيث يمكن للعملاء البحث عنه والعثور عنه بكل بيانته في موقع (Amzon.com). ومن اهم خصائص عرض التصاميم على امازون

- جميع منتجات امازون مؤهلة للحصول على تخفيض بحيث يمكن للعملاء استلام الطلبات بسرعة.
- لا داعي للقلق بشأن الاسهم غير المباعة فالموقع يتحمل كافة التكاليف حتى تتم عملية البيع.
- يقوم الموقع بطباعة المنتج بعد كل عملية بيع باستخدام اجهزة وتقنيات طباعة ذات مستوى عالي الاداء.
- يمكن التحكم بكل ما يقوم به المصمم في كل عملية بيع من خلال وضع اسعار تنافسية مربحة .
- يستطيع المصمم استخدام ادوات التحليل للحصول على احصائيات حول تصميماته الاكثر مبيعا ومشاهدة نمو الارباح.<sup>74</sup>

#### 2/- الانتاج:

تختلف شركة امازون عن باقي المتاجر الالكترونية فهو عادتاً ما يقدم القليل من المنتجات ذات العلامة التجارية المعروفة فهناك خط امازون الرئيسي لإنتاج ملحقات الاجهزة الالكترونية وبدئت في بيع الكتب على الانترنت ثم تم فتح المجال لمختلف المنتجات والخدمات تقريبا و توفيرها لعملائها في الموقع لم تكن متوفرة منذ بداية امازون ولاكن مع الخبرة تم توسيع بشكل ذاتي من خلال تعاقد و التحالفات او مذكرات تفاهم مع جهات اخرى تتعاون معها او شركات ومشاريع عمل صغيرو او متوسطة الحجم التي تقرر عرض منتجاتها وذلك بسبب سمعة امازون

<sup>74</sup> <https://amazon.com>

الجيدة وبنيتها التحتية قوية وخبرة في مجال التجارة الإلكترونية واللوجستك جعلها قادرة على تحمل تنوع المنتجات.

### 3-/- التشغيل :

تحسين عملية البيع ومنح الخدمات لعملاء وجعل تجربة الشراء اكثر متعة وهو ما تطمح اليه كل الشركات لزيادة عدد عملائها وتعظيم ارباحها حيث تستغل أمازون اوقات ذروة البيع من مواسم واعياد لرفع مبيعاتها من خلال العروض والخصومات حيث تبدأ الشركة في اعداد لموسم الاعياد بتوسيع القوة العاملة بنسبة 40 % عن طريق توظيف 120.000 عامل مؤقت في مستودعاتها في الولايات المتحدة لتعزيز حركية المبيعات المتزايدة في موسم الذروة الذي يمتد من نوفمبر حتى ديسمبر يتطلب هذا التوظيف الذي يجب ان يتم في غضون اسبوعين ان يتم تدريب الجميع في اسرع وقت ممكن. تقوم أمازون ايضا لهذه المواسم التي تشهد حركة بيع ضخمة من خلال توظيف التكنولوجيا باستخدام شاشات اللمس لتقليص الوقت المستغرق لتدريب الموظفين الجدد الى اقل من يومين وهي عملية يمكن ان تستغرق ما يصل الى ستة اسابيع في وظيفة مستودع التقليدية هذه الاجراءات حسنت اداء الشركة الى ما يقارب 95 % و قد مكن استخدام روبوتات أمازون من اتمته عمليات معالجة الطلبات بشكل واسع بدءا من تحسين انتاجية عملية التغليف الى تعزيز الدقة في معالجة الطلب وتقليل الكسر او فقدان المنتجات

حيث حققت أمازون اداء عالي الكفاءة بفضل متابعة التطورات التكنولوجية وليس فقط باستغلال مناسبات مواسم الاعياد وما نتعلمه منها هو ان نكون على استعداد لاغتنام فرص المواسم بأفضل الحلول واكثرها حداثة لمنح العملاء تجربة افضل وبالتالي زيادة نسب المبيعات<sup>75</sup>

### 4-/- المخزون

الإدارة الفعالة لشركة أمازون تتمحور حول كيفية تشغيل المخزون حيث كانت الخطة في درجة السيولة العالية لتدقق المخزون استجابة لطلبات العملاء التي تزيد عن 5 ملايين بشكل يومي ومن هنا سنتطرق لمخازن المنشئة خصيصا لتلبية الحاجات الهائلة لعملاء أمازون.

#### 4-1/- مستودعات أمازون (مخازن)

قامت أمازون بابتكار مستودعات خاصة بها لتغطية معظم مناطق الولايات المتحدة الأمريكية وتوسعت حتى خارجها وتزود المستودعات بمختلف التقنيات حديثة الخاصة بإدارة المخازن كاستخدام رموز لكل طلبية معينة ويتم تعرف عليها من خلال الاجهزة المخصصة لهذا الغرض و بواسطة تقنية RFID وبعد مدة زمنية ومن خلال خبرتها اصبحت تستعين بشركات معاونة لتخزين منتجاتها حيث قامن ببناء برامج التنبؤ بطلبات و ايجاد روابط بينها وبين المستهلك لتسهيل عمليات التخزين حسب المناطق الجغرافية ونجد ان هناك ما يعادل 50 مبنى من مخازن أمازون في الوم ا وحدها وما يعادلها بأكثر من 40 الف موظف حيث تتجسد سياسة خاصة بالشركة وادارة و التي تعمل بشكل التالي

- قبل الدخول الى مخازن يترك الموظفون ممتلكاتهم الشخصية ولا يدخلون اي شيء معهم في الداخل حتى الهاتف النقال
- عند استراحة الطعام وحتى عند الانصراف من العمل يمر العمال عبر كاشفات معادن لتأكد من عدم ادخالهم لأي شيء الى المخازن.<sup>76</sup>

<sup>75</sup>شهاب حسن الفقيه مرجع سابق ص09

<sup>76</sup><http://abunawaf.cm>

- بعد استراحة الغداء يعود الموظفون للقيام بتدريبات لياقة تخولهم اتمام العمل بأكمل وجه.

ومن خطتها المستقبلية انشاء مخازن ضخمة في السماء مجهزة بأسطول الطائرات بدون طيار لتوصيل البضائع الى الاماكن المختارة.

وكانت قد قامت في وقت سابق بأول عملية توص

يل بضائع عن طريق الطائرة بدون طيار اذ ان المشروع سيحتاج الى وقت لتعميمه وان فكرة الدمج بينة خدمة توصيل البضائع عبر الطائرة بدون طيار ومخازن السماء ستؤدي لرفع وتيرة توصيل البضائع بصورة كبيرة مقارنة بالعمليات التي تتم عن طريق المخازن الارضية وطرق النقل التقليدية.

4-2/- طريقة تسير مخزون امازون:

تعد امازون من احد شركات تنظيم الامر الذي انعكس على فاعلية موظفي الشركة وانتاجيتهم ايجابيا على مستوى ممتاز من الكافة ودقة وذلك من خلال اتباع خوارزميات خاصة تحكم العمل ضمن مؤسساتها فعلى سبيل المثال تتم اداء الموظفين من خلال برنامج خاص يسمح للموظفين بالمشاركة آرائهم الايجابية والسلبية المتعلقة بزملاء العمل.

تتم مراقبة الموظفين وتوجيههم من خلال برمجيات خاصة ايضا فعلى سبيل المثال عند طلب منتج ما من موقع الشركة على الانترنت يسمح نظام الشركة بتحديد مكان المنتج بدقة وتوجيه الموظف المسؤول بحيث لا يضطر الى تذكر مكان تحديد وخصتا لكبر حجم المستودع وحين يتجه الموظف جلبه يقوم بفحصه بواسطة جهاز محمول خاص وعن التأكد من صحة وسلامة المنتج يقوم بتعداده وتجهيزه وتغليفه بطريقة مناسبة حيث تختل تغليفات كل منتج على الاخر ووضع ملصقات عليها تحتوي عنوان ورقم المشتري.<sup>77</sup>

4-3/- طريقة تقييم:

يتم تقييم اسعار المنتجات المعروضة على المتجر (موقع امازون ) رسوم الاستيراد وتكاليف الشحن ويتم تقييم السعر بناء على اسعار صرف العملات الحالي ويكون الثمن المدرج على صفحة التفاصيل الخاصة باي منتج معروض كما يتم توضيح رسوم الاستيراد وتكاليف الشحن المطبقة خلال العملية الدفع وذلك حتى يتم مراجعتها من قبل المشتري قبل تأكيد عملية الشراء.

5-/- التسليم :

الامر الرئيسي هو انه في حالة اصبحت التسليم خلال يوم واحد من اقصى اولويات الشركة ومن اهم خدماتها لمنافسة مجموعات الاخرى مثل ( feed ex و DHL و UBS ) مع توفيرها في مختلف مناطق الولايات المتحدة الامريكية وبعد ذلك الى مدن اخرى حيث تقوم امازون باستقطاب شركات من خلال عقود و اعتماد تعريفات الادنى المعتمدة من قبل feed ex و UBS وهما شريكان لها خاصة وفي فترة الاعياد و راس السنة و اصبحت لشركة مخازن وشاحنات تسليم في بعض المدن فضلا عن طائراتها الخاصة التي تشارك في خدمة برايم لتسليم السريع لها ويعتبر عدة محللين وخبراء ان مجموعة العمالقة في التجارة الالكترونية ستقتصد الكثير من النفقات لو امتلكت خطوط نقل خاصة بها.

<sup>77</sup> <https://www.aljazeera.net>

حيث اطلقت خدمة تبادل الرسائل الالكترونية للشركات لمنافسة خدمات ميكروسوفت و غوغل وان خدمة التي اطلقت عليها اسم وورك مايل ستسمح للمستخدمين بتوجيه رسائل الكترونية وتشارك مذكرات عبر استخدام برمجيات المراسلة نفسها التي تستخدم حاليا

والتي تمكن مشتركى امازون من استخدام هذه الخاصية الجديدة على رسائل "مايكروسوفت" او على التطبيقات العامة بنظام "انرويد" (غوغل) او "اي او اس" ( ابل) وفق المجموعة وسيتعين على كل مشترك دفع اربعة دولارات شهريا للاستفادة من الخدمة التي ستوفر له امكانية تخزين تصل الى 50 ميغابايت وبحسب المجموعة فان " وورك مايل" ستوفر لمستخدميها البساطة الموجودة في الخدمات العاملة بالأنظمة "السحابية" مع الابقاء على درجة الامان المطلوبة للشركات وتمثل هذه الخدمة مرحلة جديدة في التوسع الذي تجريه امازون .

### ثانيا- الخطوات التوسعية للشركة

#### 1- استهداف الاسواق :

1-1- البقاء و التوسع تمكنت امازون الهيمنة على فضاء التجارة الالكترونية من خلال اسلوبها لطرح السلع والخدمات المتنوعة لمختلف العملاء فقبل 10 سنوات قامت بعرض خدمة amazon prime والتي تخول المشتركين فيها مقابل 100 دولار امريكي سنويا حصول على عروض مميزة و متنوعة من الشركة حيث يقدر عدد مشتركين بنحو 50 مليون مشترك من العملاء الاكثر انفاقا وتعتبر خدمة Prime العنصر الرئيسي الاستراتيجي للشركة للهيمنة على سوق التجارة الالكترونية .

1-2- العلامة التجارية كما استهدفت اسواق عن طريق العلامة التجارية حيث حازت في 2016 على مركز التأي للعلامات التجارية تفوقا وفي 2017 حققت نتائج سوق امازون الالكتروني قفزة كبيرة لاستحواذ عدة اسواق وتسجيل دخول لأول مرة في المركز الرابع لقائمة افضل خمس شركات تجارية في العالم بشكل عام على تقييمات افضل علامة تجارية لسنة 2017.

1-3- الاعلان تستخدم امازون الاعلان كوسيلة اساسية للتواصل مع السوق المستهدف لديها برنامج التسويق بالعلامة خاص بأصحاب المواقع او الناشرين عبر الانترنت ليرحبوا من عرض اعلانات المنتجات الموجودة على امازون مما يساهم ذلك في توسيع سوق الشركة.

#### 2- مستهلكين في سوق امازون : 78

بعد دراسة تأكد ان اغلبية عملاء الشركة تم جلبهم من خلال استراتيجيات تنوع منتجاتها الذي يلعب الدور الرئيسي في تجارة الالكترونية فبجانب كافة منتجات وخدمات تجارة التجزئة هناك عائلة اجهزة كيندال ( قارئ الكتروني يستخدم تقنية الحبلر الالكتروني) التي تستهدف قراء الكتب الساعية وذلك من اجل احداث ثورة تامة في صناعة الكتب خدمات نشر الكتب وفي الآونة الاخيرة خدمات المشاهدة المدفوعة للبرامج والافلام كما تقدم لزبائنها المميزين خدمات اضافية تخص الشحن والتوصيل تعمل كما تلاحظ باستمرار على كسب زبائن جدد من خلال توسيع دائرة المنتجات والتجديد الدائم.

3- الرغبات في سوق امازون تتميز ببيعها لعدد هائل جدا من المنتجات وبالتالي فانه كلما زادت مبيعاتها ومنتجاتها زادت تلبية رغبات زبائنها ومن ثم زيادة ارباحها استمرت اسهم الشركة في الصعود فسوق الاوراق المالية تعمل بشكل جيد ويرجع ذلك لمواكبة التكنولوجيا للتطوير الحاصل وبنفس الوقت سعيها الدائم لتربية

احتياجات ورغبات زبائنها وتعتمدها للبنية التحتية الرقمية للتطور التكنولوجي و الذكاء الاصطناعي لتقديم منتجاتها وخدماتها لعملائها .

### المطلب الرابع : حجم التجارة الالكترونية للشركة الامازون

تعد امازون ثاني اكبر شركات التجارة الالكترونية في العالم حيث تقاس ارقام اعمال مبيعاتها بتربليونات الدولارات وذلك بسبب ضخامة احجام مبيعاتها.

#### اولا- ارباح امازون ونجاحاتها

حققت أمازون نجاح تجاوز التوقعات على صعيد الإيرادات، كما الأرباح خصتنا فترة الحجر الصحي الذي رفعت حيوية للتجارة الإلكترونية عموما . "وكانت "أمازون" ومقرها في سياتل من كبار الربحين خلال الجائحة. فقد دفعت القيود الصحية المرتبطة بمكافحة جائحة كوفيد - 19 المستهلكين، الذين كانوا حتى الآن مترددين إلى اللجوء إلى التجارة الإلكترونية بأعداد كبيرة بدءا من "أمازون" وعودها بعمليات تسليم سريعة جدا وخدمات تستند على الحوسبة السحابية .ويبدو أن هذه العادات ترسخت، إذ حققت "أمازون" خلال 2021 نحو 470 مليار دولار من العائدات وأكثر من 33 مليارا من الأرباح الصافية . و سنتطرق لمجموعة من البيانات لنوضح تطور ارباح شركة امازون فافي الجدول التالي نجد اجمالي صافي المبيعات من موقع امازون<sup>79</sup>

الجدول رقم 08 يمثل اجمالي صافي المبيعات بمليار الدولارات من غاية ( 2018 -2020)

| الربع الثاني   | الربع الاول         |       | الربع الثاني        |       |
|----------------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|                | المتاجر الالكترونية | AWS   | المتاجر الالكترونية | AWS   |
| الخدمات امازون |                     |       |                     |       |
| السنوات        |                     |       |                     |       |
| 2018           | 26.24               | 5.44  | 27.17               | 6.11  |
| 2019           | 29.98               | 7.69  | 31.05               | 8.38  |
| 2020           | 36.65               | 10.22 | 45.90               | 10.81 |

المصدر من اعداد الطالبة حسب amazon.com

وخلال الربع الأخير سجلت أرباحها التشغيلية وهي المؤشر الرئيس للربحية 3.5 مليار دولار أي نصف ما كان مسجلا قبل عام وكلف النقص في اليد العاملة المجموعة أربعة مليارات دولار خلال تلك الفترة على ما أوضح مديرها أندي جاسي خلال مؤتمر مع محلي.

<sup>79</sup> ميلود بن خيرة فواز هذلي ديناوي انفال عائشة مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الاعمال تحت عنوان واقع اداء شركات التجارة الالكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا دراسة حالة امازون عدد 01 2020

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لشركة أمازون.

وتوظف "أمازون" را هنا أكثر من 1.6 مليون شخص في العالم وتتضمن أرباح الفصل الرابع مكاسب التقييم قبل الضريبة بقيمة 11.8 مليار دولار من استثمار الشركة في "ريفان أوتوماتيك" التي أكملت طرحا عاما أوليا للأسهم.

وتتوقع الشركة أن تحقق مبيعات خلال الربع الأول بقيمة تراوح بين 112 إلى 117 مليار دولار، بينما يقدر المحللون أن تصل الإيرادات إلى نحو 120.11 مليار دولار.

وأغلق اسهم أمازون تعاملات الخميس الرسمية عند 2776.91 دولار بانخفاض 235.34 دولار أو 7.81 في المائة ومع ذلك، ارتفع السهم 510.59 دولار أو 18.39 في المائة خلال التعاملات الممتدة بعد ساعات التداول الرسمية

### ثانيا- تحليل نموذج اعمال امازون

اصبحت امازون في الآونة الاخيرة من اهم الاسواق التجارية الالكترونية حيث تحتل المرتبة الثانية عالميا وخاصنا بسبب جائحة كورونا ونتيجة الحجر الصحي واغلاق المحلات والذي بسببه زاد الاقبال على طلب الالكتروني لمنتجاتها اضافنا الى تنوع خدمات مقدمة من الشركة.<sup>80</sup>

و من خلال اعتمادها لنظام AWS ومعروف على انه اكثر الانظمة الاساسية السحابية شمولا واعتمدا على نطاق واسع في العالم حيث تقدم اكثر من 175 خدمة مميزة بالكامل من مراكز البيانات العالمي<sup>81</sup> ومن خلال الجدول التالي: سنتعرف على تدفقات ايرادات امازون خلال السنوات الماضية مقدرة بمليارات الدولار.

الجدول رقم 09 ايرادات خدمات امازون وتطورها ما بين فترة 2018-2021

| 2021   | 2020   | 2019   | 2018   | خدمات امازون/السنوات  |
|--------|--------|--------|--------|-----------------------|
| 222075 | 197346 | 141247 | 122987 | محلات النشطة          |
| 13066  | 840461 | 53762  | 42745  | خدمات البائع الخارجية |
| 62202  | 45370  | 35026  | 25655  | AWS                   |
| 31160  | 16227  | 14085  | 14168  | خدمات الاشتراك        |
| 31160  | 16227  | 14085  | 14168  | الاعلان               |
| 17075  | 16227  | 14085  | 14168  | محلات البدنية         |

المصدر amazon.com

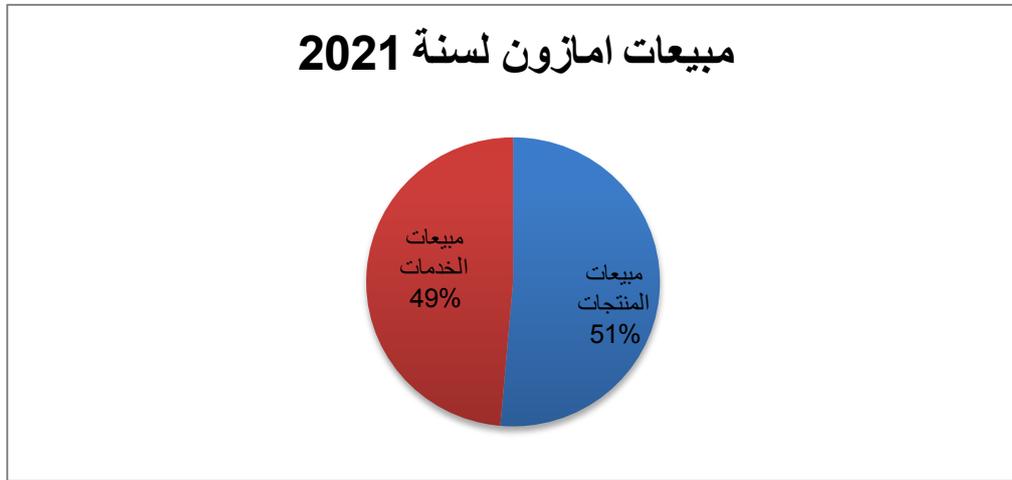
<sup>80</sup> amazon business model analysis « four week MBA »

<sup>81</sup> قدامه خالد مقال شركة امازون العدد 2018/12

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لشركة امازون.

ومن خلال دراسة النتائج وتحليلها نتوصل الى التالي مبيعات امازون لسنة 2021 والذي قيم مجموعها ب 469 مليار \$ وهنا نستخلص ان نسبة مبيعات المنتجات اعلى من نسبة مبيعات الخدمات وذلك بسبب نمو مبيعات الطرف الثالث من 0.1 مليار دولار الى 160 مليار دولار سنويا بمعدل نمو 52% وسبب ان امازون هي الموقع الامثل لطرف الثالث فعملها من خلال استثمار في افضل ادوات البيع التي يتم تخيلها وبنائها وتزويدها بمختلف البيانات وكذلك الادوات التي تساعد البائع على ادارة المخزون وخاصة تتبع الشحن والبيع عبر الحدود الى نجاح المنصة وتحفيز متاجر الطرف الثالث والتجارة الالكترونية للتنافس ضد متاجر الطرف الاول. ونجد ان نجاح سببه كان برنامج العضوية prime حيث ادى الى تحسين تجربة العملاء في شراء من البائعين المستقلين بشكل هادف مع نجاح الموضحة من خلال الشكل التالي :

الدائرة البيانية رقم 01: مبيعات امازون ما بين المنتجات و الخدمات لسنة 2021



المصدر fourweekMBA

في حين حققت Microsoft Intelligent Cloud أكثر من 60 مليار دولار وتمكين المزيد من متاجر الطرف الثالث ليتم استضافتها لذا عند النظر الى امازون تعد منصة وسوق و اعلان وشركة بث و واحدة من اقوى شركات الاعمال السحابية مما يعزز جزءا كبيرا من الويب حيث ان الانتقال لم يكن عشوائي بل ستغرق مدة زمنية وخبرة ذات سنين لبناء شركة امازون التي هي عليها اليوم ومن اهم ما تم الانتباه عليه هو حصة النسب المئوية من اجمالي مبيعات البضائع المادية المباعة بائعي الطرف الثالث لأمازون المستقلين ومعظمهم من شركات صغيرة و متوسطة الحجم مقابلا لأمازون مبيعات التجزئة الخاصة بالطرف الاول.

\*كانت اكبر تكلفة واجهتها الشركة في عام 2021 هي تكلفة المبيعات والتي مثلت اكثر من 272 مليار دولار ما يقارب 57.9 % من اجمالي الإيرادات. حيث تشتمل تكلفة المبيعات في المقام الأول تكاليف مراكز الفرز والتسليم ، جنبا إلى جنب مع مزود خدمة النقل ، وتكاليف محتوى الوسائط الرقمية ، بما في ذلك الفيديو والموسيقى.<sup>82</sup>

<sup>82</sup> fourweekMBA

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لشركة أمازون.

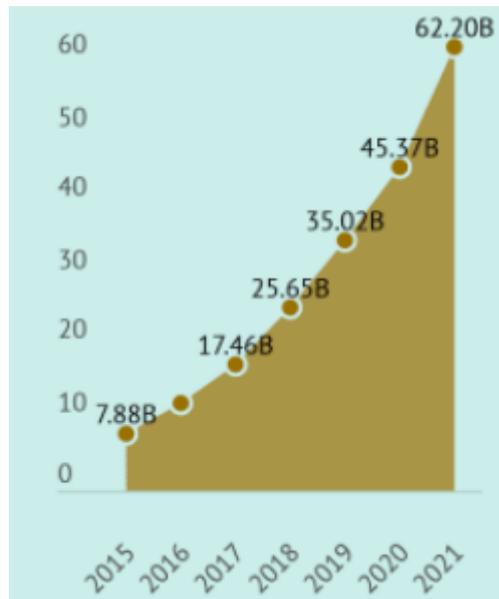
\* كانت شريحة أمازون الأسرع نموًا في عام 2021 ، مقارنة بعام 2020 هي الإعلانات و التي نمت من أكثر من 21.4 مليار دولار في عام 2020 إلى أكثر من 31.1 مليار دولار في عام 2021 (45% على أساس سنوي).

\* Amazon AWS و التي نمت بنسبة 37% على أساس سنوي ، من أكثر من 45.3 مليار دولار في عام 2020 إلى أكثر من 62.2 مليار دولار في عام 2021.

\* كما نمت خدمات البائعين الخارجية وخدمات الاشتراك بسرعة كبيرة و تعد Amazon AWS أكبر مساهم في هوامش تشغيل Amazon. في الواقع.<sup>83</sup>

\* في عام 2021 من إجمالي 33.3 مليار دولار في هوامش التشغيل ، جاء أكثر من 18.5 مليار دولار من AWS. هذا يعني أن AWS ساهمت بأكثر من 55.5% من إجمالي هوامش التشغيل في Amazon و بحلول عام 2021 ، حققت Amazon AWS إيرادات تزيد عن 62 مليار دولار كما هو موضح من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل البياني رقم 02: تطور مبيعات AWS بملايين الدولارات



المصدر fourweekMBA

المطلب الخامس: مساهمات و تطلعات شركة أمازون.

قد ساهمت شركة أمازون في رفع أداء الاقتصادي لمختلف العملاء كافة ونجد ان لها تطلعات عديدة فيما يخص مستقبل التجارة الالكترونية.

## اولا- سبب نجاح الشركة

فيما يلي سنستعرض اهم اسباب نجاح شركة أمازون وتفوقها في سوق التجارة الالكترونية وهيمنتها على اسواق العالمية

### 1/- منح الموظفين الاستقلالية التامة :

و يرجع جزء كبير من نجاح شركة "أمازون" إلى تمكين موظفيها من التحكم الكامل في المشروعات التي يقومون بها من أهداف شركة أمازون جذبت هذه الميزة الكثير من المواهب والقادة للعمل في الشركة، التي لديها أقسام كاملة أسسها شخص واحد أو مجموعة صغيرة من الأشخاص برغم أن ذلك يمنح أولئك الأشخاص الكثير من الثقة، إلا أنه يجعلهم على الجانب الآخر يبذلون أقصى جهدهم ويقدمون أفضل أفكارهم دون التقيد بأي شيء، وهذا من أهم أهداف شركة أمازون

- توضيح رؤية شركة أمازون للموظفين تركز شركة "أمازون" على هدف أساسي وهو أن تكون متجرًا يبيع كل شيء، هذا أهم أهداف شركة أمازون العملية ومن اهم نجاحات أمازون تمكين الأشخاص في جميع أنحاء العالم من العثور على أي شيء يريدونه داخل مكان واحد وبأقل تكلفة ممكنة هذه هي رؤية أمازون التي تنشرها في كل مكان، لذلك فمن السهل على الموظفين فهمها والسعي لتنفيذها.

2/- العملاء اولا تعطي أمازون عملائها الاولوية دائما كاهم هدف لشركة وتركز على حصول زبائنها افضل تجربة ممكنة اكثر من تركيز على تحقيق الربح ادى حيث ان نيل رضى العملاء ادى الى تحقيق ازدهار كبير للشركة ووصول لاهم اهدافها.

3/- الصبر من الصعب على المجتمعات تقبل التطور و التكنولوجيا بسرعة كبيرة فالأمر قد يستغرق وقتا لتغيير سلوك العملاء على نحو كبير فلقد كان بيزوي يتحلى بصبر ويعرف تماما ان العملاء لن يشعروا براحة لفكرة استلام البضائع عبر البريد ومع مرور الوقت اسبح التسوق الالكتروني من اهم طرق التجارية

4/- القبول او الفشل واجهت شركة أمازون تحديات كبيرة بإطلاق عدة مشروعات ومنتجات فاشلة مثل موقع "Pets.com وهاتف "فاير فون" وغيرها من المنتجات التي لم تحقق أي نجاح - استفادت الشركة من الفشل الذي واجهته وعملت على تطوير خدمات الويب، وقامت بالاستحواذ على عدة شركات كبيرة مثل "Whole Foods و" Zappos"

5/- البحث عن أفضل المواهب -لدى أمازون مجموعة من أفضل الكوادر البشرية، فقد انضمت مؤخرًا للشركة كريستين بوشامب والتي كانت تشغل منصب المديرية التنفيذية للعلامة التجارية "رالف لورين" تتولى بوشامب الآن رئاسة قسم الأزياء في الشركة منح الموظفين أدوارًا جديدة تعطي الشركة لموظفيها فرصًا وأدوارًا جديدة عندما يكونون مستعدين لذلك، مما يحفز جميع الموظفين على العمل الجاد تبني أحدث الاتجاهات

- تحرص أمازون على الاطلاع على أحدث التكنولوجيات وتبنيها والاستثمارات لتطوير المجال عملها التكنولوجي و سرعة اتخاذ القرارات حيث تتحرك الشركة بسرعة كبيرة، ويرجع ذلك إلى كونها تعتمد على فرق عمل صغيرة تتمتع باستقلالية كبيرة، مما يتيح السرعة في اتخاذ القرارات.

## ثانياً- تطلعات الشركة

و يمكن تلخيص تطلعات الشركة في الاستخدام الشامل للتكنولوجيا المعلومات الرقمية واستثمار في توسيع نطاق عمل وتسهيل التعاملات لزيائنها و توسيع القاعدة الجمهورية والهيمنة على التجارة الإلكترونية فقد أعلنت أمازون شراءها لشركة زوكس للتكنولوجيا ذاتية القيادة وستستمر في نشاطها التكنولوجي منفصلة عن أمازون حيث تملك نظام ذاتي التحكم جيد وأنها تخطط لنشر خدمة نقل الركاب تحت طلب الزبائن في العام المقبل و العمل على تطوير مركبة ذاتية القيادة لخدمة الرحلات التي سيطلبها الناس على هواتفهم. يمكن لهذه الصفقة أن تنقل أمازون إلى الإسهام في نشاط اقتصادي جديد، كجمال نقل الناس من مكان إلى آخر. ولكن يعتقد بعض المحللين في مجال الصناعة أنّ هدف أمازون الأساسي يتمثل في إعادة مركبات زوكس لأنشطتها الرئيسية، لا سيما مهام توصيل الطرود للمتسوقين<sup>84</sup>

تطمح أمازون لاستخدام تقنيات ذاتية التحكم للحصول على طلبات المتسوقين، حيث تقوم الروبوتات ذاتية القيادة بتبديل المنتجات حول مستودعاتها، و بعد ذلك يقوم روبوت بحجم أكبر ومزود بست عجلات تسليم الطلبات في إحدى ضواحي سياتل.

كما أنها تعمل أيضاً على الطائرات بدون طيار ذاتية التوجيه التي تقل السلع الصغيرة إلى منازل العملاء و تسليم المنتجات بواسطة طائرات صغيرة بدون طيار في غضون 30 دقيقة من الطلب وسيحدث هذا في السنوات القليلة المقبلة ، استجابت الأصوات حول مع مراعات الخصوصية والأمان وقضايا أخرى في النهاية ستكون مخاوف حقيقية يتعين على أمازون معالجتها .

<sup>84</sup> <https://nasainarabic.net/r/a/5359>

## الخلاصة الفصل الثاني:

ومن خلال دراسة الميدانية لشركة أمازون و تحدد استراتيجياتها التنظيمية المتطورة لتسهيل التعاملات التجارية و توسيع نطاق العمل حيث ابرزت الشركة مفاهيم جديدة تتماشى متطلبات المرحلة الراهنة. وفي هذا العمل نحاول اعطاء تصور واضح لأهمية التجارة الإلكترونية عمّا فحقيقة أن أمازون التجارة الإلكترونية المنصة هو ذلك الهامش الضيق لا يجعله أقل أهمية. على العكس تماماً. التجارة الإلكترونية في أمازون المنصة هو الأصل الرئيسي للشركة. بالنسبة لخيار استراتيجي تم اتخاذه منذ عقدين من قبل جيف بيزوس ، تحافظ أمازون على هوامش التجارة الإلكترونية منخفضة ، متجاوزة الأسعار المنخفضة للمستهلكين ، بينما من ناحية أخرى ، تبني قطاعات أعمال أخرى بهوامش ربح عالية جداً حيث أصبحت البنية التحتية لشركة Amazon في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، وهي الآن الجزء الأكثر ربحية من Amazon مع إيرادات بلغت 13.5 مليار دولار في الربع الأول ، فهي من بين القطاعات الأسرع نمواً للشركة. وقد حقق أكثر من 4 مليارات دولار من الدخل التشغيلي ، وهو ما يمثل ما يقرب من نصف إجمالي الدخل التشغيلي لشركة Amazon باختصار ، إذا كنت ستفصل عن AWS ، فستعمل أمازون بهوامش ضيقة للغاية. للتأكد من أن هذا لا يعني أن جزء التجارة الإلكترونية ليس ذا قيمة. المقابل. تدير أمازون صراحةً بخسارة لأنه ما يمنح الشركة نطاقاً. كما أنها تمكنها من تجربة وإنشاء مصادر جديدة للإيرادات. في الواقع ، تم إنشاء Amazon Prime وخدمات البائعين في Amazon وإعلانات Amazon القطاعات الأكثر ربحية) فوق منصة التجارة الإلكترونية في Amazon. ولدت Amazon AWS أيضاً كمحاولة لتقديم طلبات إلى البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في Amazon وتمكين المزيد والمزيد من متاجر الطرف الثالث ليتم استضافتها فوقها لذلك عندما تنظر إلى أمازون ، ضع ذلك في اعتبارك! إنها طريقة أكثر من مجرد شركة تجارة إلكترونية. إنها منصة ، وسوق ، وإعلان عملاق ، وشركة بث ، وواحدة من أقوى شركات الأعمال السحابية ، مما يعزز جزءاً كبيراً من الويب.

## الخاتمة:

اصبح التقدم التكنولوجي من اساسيات النمو الاقتصادي فقد افادت التجارة الالكترونية في العديد من مجالات اهمها توسيع نشاط عمل المؤسسات والانفتاح لخلق اسواق جديدة كبيرة تعرض فيها مختلف المنتجات و الخدمات شيء الذي يمنح القدرة على التنافسية كونها تتخطى الحدود العالمية في انتشارها يجعلنا نفكر في العديد من الامتيازات كانهخفاض في التكاليف و سرعة الاداء بتالي سهولة المعاملات خصتا بالاعتماد على نظم الدفع الحديثة .

ومن خلال هذه الدراسة قمنا بالتركيز على الدور المهم الذي تلعبه التجارة الالكترونية في تسهيل معاملات التجارية و توسيع نطاق العمل وقد تمكنا من خلالها بالجابة على تساؤلات و اشكالية البحث فقد توصلنا الى النتائج التالية

### اولا النتائج:

\* تعد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اهم اسباب التطور الاقتصادي لاعتمادها على الرقمة و العولمة من خلال استخدام الانترنت كدعامة اساسية لتطور الالكتروني الذي يشهده العالم .

\*

\*ساهم الصدى تطور تجارة الالكترونية في فتح العديد من المجالات توسع و استمرار الاعمال مع حرية التعاملات الاقتصادية التي ادت لجذب عملاء جدد و بالتالي توسع نطاق العمل و الانفتاح امام الاسواق العالمية.

\*يعتمد منهج التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا الاعلام و الاتصال خاصة الانترنت و لتسهيل المعاملات بين مختلف الاطراف سواء كانت هيئات حكومية او افراد او مؤسسات دون اعتبارها لحجمها باقل وقت وتكلفة .

\*تتنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة من خلال اعتماد على استراتيجيات و تقنيات حديثة خصيصا و لمواكبة العصرنة اهمها وسائل دفع حديثة وكل هذا من اجل تسهيل معاملات ومتطلبات التجارة الإلكترونية.

\* اختلاف درجة ادراك مكاسب التجارة الالكترونية وفوائدها لكل من الدوال النامية والتي قد بداية بتبني فكرة تطبيقها على عكس الدول التطورية التي تلجا لمبادرات هادفة لتوسيع و التطوير المجال و الاستثمار الامثل من اجل توسيع نشاط التجارة الإلكترونية .

\* سبب نجاح امازون اعتمادها على استراتيجيات دقيقة مدروسة وتبنيها لأفكار جديدة وفكرة انفتاح والاندماج من اجل توسع .

### ثانيا التوصيات :

وجوب دعم و تبني افكار حديثة و التشجيع لتحول الى تجارة الالكترونية لكل من المؤسسات بمختلف احجامها من خلا التركيز على تنمية العنصر البشري و توعيته لفوائد التجارة الإلكترونية .

زيادة سرعة التبادل الالكتروني و تحسين البنية التحتية لمواصلات الانترنت بطريقة سريعة فعالة و تعميم البيانات و معلومات المتعلقة بتجاره الإلكترونية.

## الخاتمة

رفع مستويات الاستثمارات تجسيد المشاريع الحكومية الإلكترونية و توفير الخدمات المناسبة تدعم الافراد و المؤسسات عبر الشبكة الاتصال و المعلومات و تحديد قوانين وضبط قواعد لتسهيل المعاملات الإلكترونية و تأمين وسائل الدفع.

تكوين تحالف رقمي مع دول المتطورة في مجال أنشطة المعلومات و التجارة الإلكترونية و تبني استراتيجيات المؤسسات الافتراضية و الانفتاح على اسواق جديدة .

## قائمة المراجع:

### الكتب:

- 1/- احمد محمد غانيم الادارة الالكترونية افاق الحاضر ومتطلعات المستقبل المكتبة العربية المنصورة مصدر 2004 ابراهيم احمد عبد الخالق الدوري مكتبة الملك نهد الوطنية تحت عنوان "تجارة الالكترونية دراسة تطبيقية" الرياض 2010
- 2/- ابراهيم العيسوي التجارة الالكترونية مكتبة الأكاديمية القاهرة مصر 2003
- 3/- براهيم بختي التجارة الالكترونية التجارة الالكترونية ديوان المطبوعات الجامعية تحت عنوان " مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في الجزائر المؤسسة «الطبعة الثانية
- 4/- سعوداوي صدق / رحال سمير المركز الجامعي خميس مليانة مداخلة تحت عنوان "متطلبات وواقع التجارة الالكترونية في البلدان التامية"
- 5/- سعد غالب ياسين .بشير عباس العلاق .دار المناهج للنشر والتوزيع تحت عنوان "الاعمال الالكترونية" الاردن 2006
- 6/- محمد عبد حسين الفرج الطائي دار للنشر تحت عنوان "مدخل نظم المعلومات الادارية" الطبعة الاولى عمان 2005
- 7/- محمد ابراهيم عبد الرحيم مؤسسة شباب الجامعة تحت عنوان " الاقتصاد الصناعي و التجارة الالكترونية" مصر 2007
- 8/- محمد على الخليفة محمد التحديات و المعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الالكترونية في الشركات السودانية السودان 2015
- 9/- محمد ابو زلطة زياد عبد الكريم القاضي مكتبة المجتمع العربي الطبعة الاولى تحت عنوان "مدخل الى التجارة الالكترونية" الاردن 2009
- الاونكتاد مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية تحت عنوان "التجارة الالكترونية تقاع اخيرا في البلدان النامية" 2015
- 10/- خالد ممدوح ابراهيم دار الفكر الجامعي تحت عنوان "لوجستيات التجارة الالكترونية" الاسكندرية مصر 2008
- 11/- خضر مصباح الطيطحي التجارة الالكترونية و الاعمال الالكترونية من المنظور التقني و التجاري و الاداري دار حامد للنشر و التوزيع عمان سنة 2008
- 12/- عبد الفتاح بيومي حجاز التجارة الالكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر و الانترنت الطبعة الاولى دار الفكر الجامعي الاسكندرية مصر 2006
- 13/- فاضل اسماعيل برهم دار النشر و التوزيع تحت عنوان " احكام عقود التجارة الالكترونية " الاردن 2005
- 14/- فاضل اسماعيل برهم دار النشر و التوزيع تحت عنوان " احكام عقود التجارة الالكترونية " الاردن 2005
- 15/- فاروق السيد حسين التجارة الالكترونية وتأمينها دار هلا للنشر و التوزيع الجيزة مصر 2001
- 16/- نجم عبو نجم دار المرجع لنشر والتوزيع تحت عنوان "الادارة الالكترونية الاستخراجية الوظائف و المشكلات " رياض المملكة السعودية 2004
- 17/- يوسف احمد ابو فارة التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت الطبعة الاولى عمان الاردن 2004.

## المقالات و المجالات:

- 1/- المجلة العربية الدولية للمعلومات المجلد الثالث العدد السابع تحت عنوان التجارة الالكترونية نظرة عربية لواقع وافاقها
- 2/- الاونكتاد مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية تحت عنوان "التجارة الالكترونية تطلع اخيرا في البلدان النامية" 2015
- 3/- جريش عبد القادر زيدان محمد مقال تحت عنوان " دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية"
- 4/-سلطان بلغيث مجلة العلوم الانسانية العدد 37 تحت عنوان " واقع استخدام الانترنت في الوسط الجامعي " العراق 2008
- 5/-شهاب حسن الفقيه مقال تحت عنوان البيع امازون دار العربية للعلوم بيروت 1999ص05
- 6/-فيصل سعيد الغريب منشورات المنظمة العربية الادارية تحت عنوان " التوقيع الالكتروني وحجتيه في اثبات" الكويت 2005 ص 173.
- 7/-موسى سهام مقال تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية دراسة حالة امازون
- 8/-منشورات المنظمة العربية لتنمية الادارية تحت عنوان " التجارة الالكترونية والعلومة " القاهرة مصر 2006 ص 31
- 9/-محمد الطاهر نصير مقال التسويق الالكتروني دار الحامد عمان 2005
- 10/-محمد مداحي مقال تحت عنوان "التجارة الدولية وعلاقتها بالتسعير الدولي"
- 11/- طه طارق منشأة المعارف للتوزيع تحت عنوان "التسويق و التجارة الالكترونية" اصدار 2 مصر 2005.
- 12/-قدامه خالد مقال شركة امازون العدد 2018/12
- 13/- مفوضية الاتحاد الافريقي مجموعة التجارة الالكترونية الافريقية 2020

## المذكرات:

- 1/- ابراهيم بختي دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر ص 134 دوج جبرلاش الاستثمار عبر الانترنت لخدمات التعريب و الترجمة دار الفاروق للنشر و التوزيع مصر 2001 .
- 2/- حليلة خنوس ابراهيم بختي زينب شطبية مجلة اداء المؤسسات الجزائرية بعنوان " استراتيجيات المؤسسات الافتراضية دراسة حالة امازون .
- 3/- خديجة جمعة الزويني مجلة لإدارة الاعمال تحت عنوان "دور التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف " دراسي تطبيقية في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن سنة 2007 .
- 4/- سارة بالساکر مذكرة ماستر بعنوان "التجارة الالكترونية وافاق تطورها في البلدان العربية " سنة 2015/2014 ص 17 خلايفية كريم دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصادية تقرير مقدم لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكاديم منشورة جامعة العربي بن مهدي ام بواقي 2011-2012 .
- 5/- سعوداوي صدق / رحال سمير المركز الجامعي خميس مليانة مداخلة تحت عنوان "متطلبات وواقع التجارة الالكترونية في البلدان النامية.
- 6/- عبد القادر بريش محمد زيدان كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تحت عنوان " دور البنوك في تطوير التجارة الالكترونية " مارس 2004 .
- 7/- علاوي محمد لحسن / مولاي لخضر عبد الرزاق مداخلة تحت عنوان " التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية" الملتقى الدولي الرابع " عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011 ص 04.
- 8/- ميلود بن خيرة فواز هذلي ديناوي انفال عائشة مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الاعمال تحت عنوان واقع اداء شركات التجارة الالكترونية في ضل انتشار فيروس كورونا دراسة حالة امازون عدد 01 2020 .
- 9/- محمد على الخليفة محمد بحث تكميلي لنيل درجة الماستر تحت عنوان " التحديات و المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في الشركات السودانية" السودان 2015 .
- 10/ كمال زريق / فطوم معمر .مداخلة بعنوان "التجارة الالكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي" الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و نعاسته على الاقتصاديات الدولية المركز الجامعي خميس مليانة ص02

## المواقع الالكترونية:

- 1- الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرابط [www.wipo.int](http://www.wipo.int):
- 2- الموسوعة العربية لكمبيوتر الانترنت [www.mawssoa.net](http://www.mawssoa.net)
- 3- الموقع الالكتروني لجزيرة العربية <https://www.aljazeera.net>
- 4- <https://www.entejsites.com>
- 5- <https://expandcart.com>
- 6- <https://nasainarabic.net/r/a/5359>
- 7- <https://www.alarabiya.net>
- 8- <https://e-tejara.com>
- 9- <https://www.amazon.com>
- 10- amazon business model analysis « four week MBA » [www.fourweekMBA.com](http://www.fourweekMBA.com)
- 11- [www. MercadoLibre.com](http://www.MercadoLibre.com)
- 12- ssl secure soker layer
- 13- [naktublak.com](http://naktublak.com)
- 14- david kosieur

## مراجع الاجنبية:

David kosiur comprendre le commerce electronique,2tirage