



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية علوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: المالية والتجارة الدولية

الشعبة العلوم التجارية

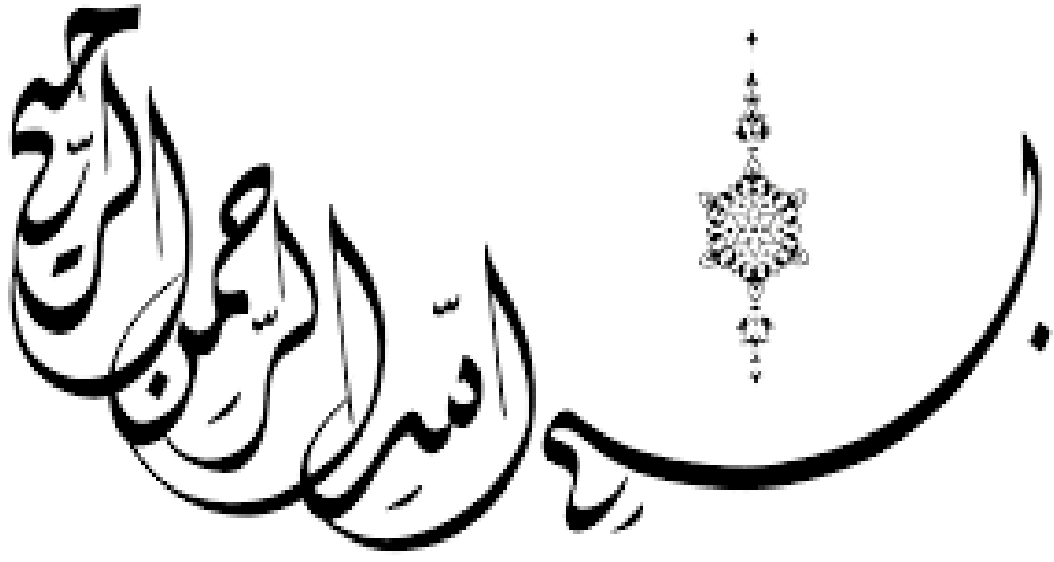
- دور التجارة الإلكترونية في الإقتصاد العالمي -

تحت إشراف الأستاذ: بن شني يوسف

من إعداد الطالبين :

- نسلي محمد
- عزوز بوشحمة مصطفى

السنة الجامعية: 2022/2021



الشكر

إن الشكر لله شكراً عظيماً والحمد لله حمداً كثيراً الذي أماننا في إنجاز هذا البحث

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل

و نخص بالذكر الأستاذ المبرهن الفاضل بن شني يوسف الذي لم يخل علينا بتوجيهاته القيمة

التي كانت عوناً لنا ولا يفوتنا أن نشكر كل أساتذة جامعة المالية و التجارة الدولية

كما أننا نقدم الشكر إلى كل من ساهم في نجاحنا و لم يخل بتعليمنا للوصول إلى مستوى أرقى

داعيناً الله عز وجل أن ينير قلوبهم بالعلم وأن يجزيهم عطاءه.

الأهداء

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك،
أما بعد:

أهدي هذا العمل إلى:

__إلى من ميزه الله بالهبة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون الإنتظار، إلى كل من أحمل
إسمه بكل الإقتزار أرجو من الله أن يمد في عمرك لترك ثمار قد حان اقتطافها بعد طوال
الإنتظار، وستبقى كلماته نجوم اهتدي بها اليوم والغد وإلى الأبد
إلى " أبي "

إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب والحنان، إلى بسمه الحياة و سر الوجود، إلى من كان
دعائها سر نجاحي، وحنانها بلسم جراحي ، إلى أغلى حبايب
" أمي الغالية "

إلى من كانوا عونني وزادي في مشواري، إلى من تجمعني بهم اصدق المشاعر و احلى
الذكريات، وبدونهم أفقد معنى الحياة، إلى إخوتي
كما أتقدم بالشكر الجزيل لزوجتي رفيقة دربي

إلى جميع أصدقائي الذين عرفتهم في مشواري الدراسي

إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل .

نسلي محمد

الأهداء

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك،

أما بعد:

أهدي هذا العمل إلى:

_إلى من ميزه الله بالمهبة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون الإنتظار، إلى كل من أحمل

إسمه بكل الإقتدار أرجو من الله أن يمد في عمرك لترك ثمار قد حان اقتطافها بعد طوال

الإنتظار، وستبقى كلماته نجوم اهتدي بها اليوم والغد وإلى الأبد

إلى " أبي "

إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب والحنان، إلى بسملة الحياة و سر الوجود، إلى من كان

دعائها سر نجاحي، وحنانها بلسم جراحي ، إلى أجلي حبيب

" أمي الغالية "

إلى من كانوا عونني وزادي في مشواري، إلى من تجمعني بهم أصدق المشاعر و أجلي

الذكريات، وبدونهم أفقد معنى الحياة، إلى إخوتي

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر
	فهرس المحتويات
3-1	مقدمة
	الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
04	تمهيد
05	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
05	المطلب الأول: نشأة وتاريخ ومفهوم التجارة الإلكترونية
10	المطلب الثاني: فوائد وأشكال التجارة الإلكترونية
16	المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
16	المبحث الثاني: أساليب الدفع الإلكتروني
19	المطلب الأول: الدفع باستخدام النقود والبطاقات الذكية الإلكترونية
22	المطلب الثاني: الدفع بواسطة محفظة النقود الإلكترونية
24	المطلب الثالث: الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية
26	المبحث الثالث: أهداف وأهمية وواقع التجارة الإلكترونية
26	المطلب الأول: أهداف التجارة الإلكترونية
27	المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية
28	المطلب الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

قائمة المحتويات

الفصل الثاني: دور التكنولوجيا في الاقتصاد العالمي	
34	تمهيد:
35	المبحث الأول: الاتجاهات الاقتصادية العالمية في التجارة الإلكترونية
35	المطلب الأول: مبيعات التجزئة العالمية للتجارة الإلكترونية
44	المطلب الثاني: التأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية في سياق الاقتصاد الرقمي و العوامل المؤثرة في التجارة الإلكترونية
47	المطلب الثالث: عدد مستخدمي الإنترنت و نمو التجارة الإلكترونية في المستقبل
48	المطلب الرابع: أثر المدفوعات الإلكترونية على النمو الاقتصادي
51	المبحث الثاني: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في الاقتصاد العالمي:
51	المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق والنمو الاقتصادي:
53	المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات والاستثمار وسوق رأس المال
55	المطلب الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على قوة العمل
58	الخاتمة
60	قائمة المراجع
الملخص	

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال:

الصفحة	عناوين الأشكال
10	الشكل رقم 1-1: طريقة البيع المباشرة وأثرها في تخفيض التكلفة
13	الشكل 1-2: اشكال تجارية لتجارة الإلكترونية
36	الشكل 2-01: مبيعات التجزئة للتجارة الإلكترونية في جميع انحاء العالم
38	الشكل 2-2: احجام ومعاملات المتاجرين الإلكترونيين B2C العالمية.
39	الشكل 2-3: الاقتصاديات الرئيسية حسب إجمالي التجارة الإلكترونية B2B. و B2C سنة 2015
41	الشكل 2-4: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بمليارات الدولارات).
41	الشكل 2-5: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بالنسب المئوية).
42	الشكل 2-6: سد الفجوة في نسبة المشتريين عبر الإنترنت
43	الشكل رقم 2-7: التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي العالمي
50	الشكل 2-8: تقرير المدفوعات العالمية -2015

قائمة الجداول

الصفحة	عناوين الجداول
09	الجدول رقم 1-1: مفاهيم مكملة لتعريف التجارة الإلكترونية
41	الجدول رقم 2-1: البلدان العشرة الأولى من حصة التجارة الإلكترونية % من الناتج المحلي الإجمالي

المقدمة

قد أوجدت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خدمات جديدة تمثلت في التجارة الإلكترونية والتمويل الإلكتروني و الحكومة الإلكترونية و غيرها، و هذه الخدمات يمكن أن تساهم في زيادة الفعالية الاقتصادية، إذ تؤكد الدراسات أن النسبة الأكبر من القيمة المضافة لقطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات تأتي من هذه الخدمات و، هو ما تترجمه السرعة المذهلة لانتشارها، ففيما يخص التجارة الإلكترونية فهي تشهد إقبالا متزايدا على استخدامها من طرف الأفراد و ال منشآت و الحكومات، خاصة مع تطوير شبكة الانترنت و استخدامها للأغراض التجارية بعد أن اقتصر في البداية على النشاطات العسكرية و الأبحاث العلمية فقط

كما أنه شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما "متزايدا" بالتجارة الالكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنت دورا "رئيسا" ومهما "كوسيط لاستكمال تنفيذ الأعمال التجارية بشكلها الحديث والمعاصر.

فقد حصل تحولا "كبيرا" من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا "لموسا" في ظل البيئة الحالية. وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا "في ظل المتغيرات العالمية

والتحديات الجديدة . ومن المتوقع أن يتعاضد دورها في المستقبل القريب نظرا" لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرها للتنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم .وفي ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي.

و من هذا المنطلق جاء اهتمامنا بالموضوع محل الدراسة محاولين الإجابة على السؤال الذي طرحناه في الإشكالية الرئيسية.

❖ الإشكالية الرئيسية:

ما هو دور التجارة الإلكترونية في الاقتصاد العالمي؟

❖ الإشكاليات الفرعية:

- ماهو مفهوم التجارة الإلكترونية
- كيف ساهمت التجارة الإلكترونية في نمو الاقتصاد العالمي

❖ أهمية الموضوع:

موضوع التجارة الإلكترونية هو موضوع له أهمية كبير نظرا للتغيير الذي أحدثته على مستوى العالم في جميع مجالات القطاع الاقتصادية على المستوى المحلي أو حتى المستوى العالمي، فهو أعطى نشاط آخر للتجارة و الاقتصاد و ساعد كثيرا التجار وسهل لهم الكثير من المعاملات.

❖ دوافع إختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دافعتنا إلى إختيار هذا الموضوع مايلي:

- الانتشار السريع للتجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة، فالمتصفح لشبكة الانترنت يرى بوضوح اللجوء المتزايد لاستعمالها للأغراض التجارية، فلا يكاد يخلو موقع ما من عرض ومضات إشهارية للترويج لمنتجات معينة؛
- لاهتمام الشخصي بالتكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات و التطورات المصاحبة لها.

❖ منهج المتبع و تقسيمات الدراسة:

إعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج التحليلي نظرا لطبيعة الدراسة التي تتطلب توضيح و تحليل، كما أنه قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، بجحيث تطرقنا في الفصل الأول إلى ماهية التجارة الإلكترونية، أما الفصل الثاني فخصصناه لدور التجارة الإلكترونية في الاقتصاد العالمي.

الفصل الأول

تمهيد:

يمارس الإنسان أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة، ألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملاته، ومن بين المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الإلكترونية التي تعمل على تغيير أنماط حياتنا التي تشمل كل المعاملات التجارية وقد اعتبرها المحللون والاقتصاديون، بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية ، وذلك لكونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات وبيع المنتجات وترويجها. وفي هذا الفصل سنتناول المباحث التالية:

-المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

-المبحث الثاني: أساليب الدفع الإلكتروني.

-المبحث الثالث: واقع وأهداف وأهمية التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

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

المطلب الأول: نشأة وتاريخ ومفهوم التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

إن مفهوم تكنولوجيا المعلومات في العصر الحديث يعني إستخدام التقنيات والأجهزة الحديثة مثل الحاسوب والانترنت والاتصالات والطابعات والماسحات الضوئية والرسومات وغيرها من الأجهزة الإلكترونية الحديثة في جمع البيانات ومعالجتها وتخزينها وبحثها بسرعة وبدقة كبيرتين ، فبدلاً من أن نستخدم القلم والورقة في عملية الضرب أو الجمع لبعض الأرقام نستخدم الحاسوب، وبدلاً من إرسال رسالة بالبريد العادي نستخدم البريد الإلكتروني في نقل هذه الرسالة، وقد عادت هذه الوسائل والتقنيات بالفوائد الكثيرة على البشرية ومنها نقل البيانات ونشرها بشكل سريع في مختلف أنحاء العالم.

لقد غيرت تقنية نقل المعلومات والانترنت وعالم التجارة الإلكترونية طريقة تخاطب

العالم بعضه ببعض وكيفية إجرائه لأعمال التجارة الإلكترونية وكيفية إدارته لأعماله

ومختل شؤون حياته.¹

ومع ظهور وانتشار استخدام الانترنت أصبحت التجارة الإلكترونية تشير إلى معاني

جديدة والتي يعود الفضل في نشأتها (الانترنت) إلى وزارة الدفاع الأمريكية، حيث في أوائل

الستينات كانت معنية جدا بالآثار الممكنة للهجوم النووي من قبل الإتحاد السوفياتي (فترة

الحرب الباردة) وقد تحققت وزارة الدفاع الأمريكية أن أسلحة المستقبل ستحتاج إلى أجهزة

كمبيوتر قوية للتنسيق والرقابة، لذا مول البحث في الجامعات والمعاهد الرائدة لإيجاد شبكة

عالمية يمكنها أن تبقى في حالة تشغيل حتى ولو دمرت أجزاء منها بواسطة عمل عسكري

مادي.²

ويرجع الفضل الأعظم إلى شبكة الانترنت في تمكين الشخص العادي من التعامل

مع التجارة الإلكترونية، فالسرعة التي انتشرت بها التجارة الإلكترونية اعتمادا على شبكة

الويب تثير الدهشة بالفعل في عام 5991 ووصل عدد مستخدمي الانترنت في الو.م.أ

وكندا إلى 51 مليون شخص.

¹ خضر مصباح الطيطي: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية "من منظور تقني وجاري وإداري"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 59.

² مسعود جماني: أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص 74.

لذا يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي تلك التي قدمت للتجارة الإلكترونية مجموعة من التقنيات والوسائط المتطورة والبنية التحتية الضرورية لقيامها، انتشارها وكذا تطورها فلولا هذه التكنولوجيا ما كان الحديث عن التجارة الإلكترونية ممكناً.¹

الفرع الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد وردت عدة تعاريف للتجارة الإلكترونية نظراً للتطور السريع الذي طرأ على مفهومها، كل تعريف ينظر إليه بمنظور معين وسنورد أهم التعاريف بهدف الوصول إلى تعريف عام يخدم الموضوع.

- «هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية البسيطة».²

- «هي استخدام وسائل إلكترونية (اتصالات إلكترونية) لتمكين عمليات التبادل بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب وسائل نقل بصورة مختلفة من مكان إلى آخر».³

¹ إيمان العاني: البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 10.

² عامر خطاب: التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 51.

³ سعد غالب ياسين: الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 81.

- «عبارة عن تكامل وسائل الاتصال وإدارة البيانات والإمكانات الأمنية التي تسهل

تبادل المعلومات المتعلقة بعمليات بيع السلع والخدمات»¹.

- «هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة

إجمالية أو بصفة جزئية ، كالتزود بمعلومات عن طريق شبكة الانترنت أو شبكة تجارية

أخرى ، تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا وسواء تم التسديد إلكترونيا ، بصك

ورقي نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى»². من خلال التعاريف السابقة نرى أن التجارة

الإلكترونية تتضمن العناصر التالية:

- أداء العمليات التجارية يتم من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة اتصالات

بين المتعاملين؛

- تهدف إلى رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفعالية في التعامل؛

- تتيح إستجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل بين العملاء؛

- تعمل على تبسيط الإجراءات ووضوح إجراءات العمل.

ومنه يمكن لنا أن نستخلص تعريف شامل يجمع ما بين

التعاريف السابقة:

¹كويك نوتس: التجارة الإلكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، مصر ، 2006، ص51.

²إبراهيم بختي: التجارة الإلكترونية "مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2005، ص 78.

"التجارة الإلكترونية هي إجراء عمليات تجارية بمختلف أشكالها (شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات) بين المتعاملين الإقتصاديين عن طريق تقنية الاتصالات الحديثة والمتمثلة في الانترنت.

الجدول رقم 1-1: مفاهيم مكملة لتعريف التجارة الإلكترونية.

المنظور	التعريف
الاتصالات	التجارة الإلكترونية هي وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الانترنت أو عبر أي وسيلة تقنية.
الأعمال التجارية	التجارة الإلكترونية هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من أجل جعل المعاملات تجري بصورة تلقائية وسريعة.
الخدمة	التجارة الإلكترونية هي أداة موجهة لإشباع رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمات والإسراع بزمان تقديم هذه الخدمة وال رفع من كفاءتها.
الانترنت	التجارة الإلكترونية هي أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية أو لحظية من خلال شبكة الانترنت.
المجتمع	التجارة الإلكترونية هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (أفراد ومنظمات) للتعلم والتبادل والتعاون فيما بينهم.

المصدر: سليمة ديمش: التجارة الإلكترونية "حتميتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 11.

المطلب الثاني: فوائد وأشكال التجارة الإلكترونية

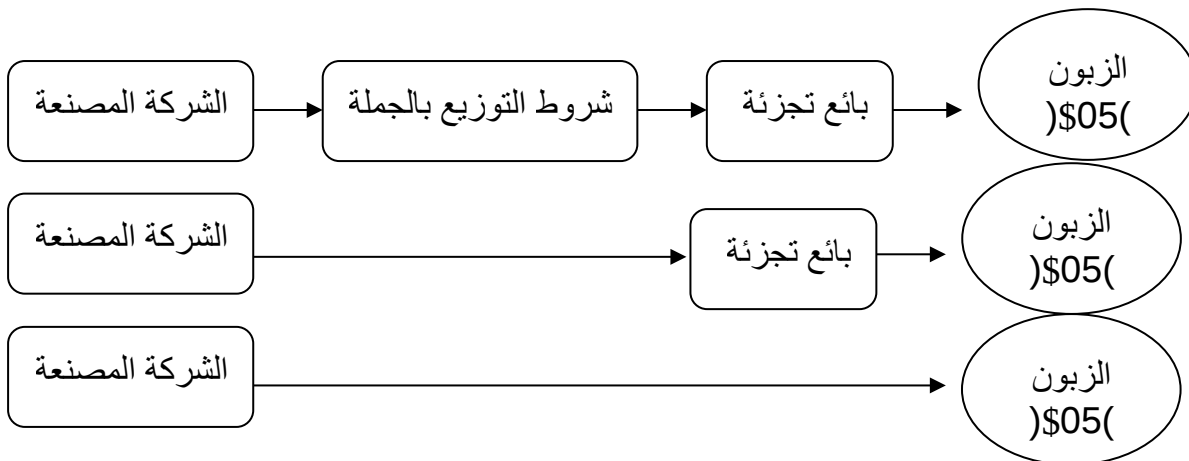
الفرع الأول : مميزات التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية فوائد عديدة منها :

1 تكلفة أقل:

إن إجراء الأعمال التجارية عبر الانترنت بتكلفة أقل بكثير من إجرائها بالطريقة التقليدية حيث هناك عملية إزالة الوسائط والشركات التجارية بين الزبون والشركة المصنعة للمنتجات، حيث أن طريقة الشراء عبر الأنترنت قد تقلل سعر المنتج إلى النصف تقريبا وهي تقلل بشكل كبير من مشاكل السوق وتضع شركات صغيرة جديدة أمام شركات عملاقة ضخمة مثل شركة amazon.com وهي أكبر الشركات الرقمية والمتخصصة في بيع الكتب في العالم.

الشكل رقم 1: طريقة البيع المباشرة وأثرها في تخفيض التكلفة



المصدر: خضر مصباح الطيطي: مرجع سابق، ص19.

2-اقتصادية:

تعتبر التجارة الإلكترونية إقتصادية عكس التجارة التقليدية فهي لا تتطلب استئجار محلات أو تأمين أو استثمارات في البنية التحتية وكل ما هو مطلوب هو فكرة معينة أو منتج أو خدمة مميزة وموقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري.

3 عائد أكبر:

التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت والتكلفة والجهد في إجراء الحركات والعمليات اليدوية والتي تحتاج إلى موظفين أكثر وإدارة وكل هذه تتم في التجارة الإلكترونية بشكل تلقائي عبر الانترنت .

4- خدمة أفضل للزبون:

التجارة الإلكترونية حسنت كثيرا في خدمة الزبون والمعمدة على وسائل عديدة تتمثل بالموقع والبريد الإلكتروني ، وإجابات عن أسئلة اعتيادية والتخاطب المباشر مع الزبائن عبر الدردشة بالنص أو بالصوت وبالصورة ، ففي التجارة الإلكترونية لا يحتاج الزبون أن يتصل تلفونيا ومن ثم تحويله إلى الموظف المعني وقد يكون ذا الموظف مشغولا مع زبون ثاني مما يؤدي إلى ضياع الوقت وعدم رضا الزبون.

5- سرعة التسوق مقارنة بالأسعار:إن التجارة الإلكترونية تسهل على كل من الزبون

والبائع عملية البحث عن منتجات ومقارنة الأسعار والبحث عن أفضل المنتجات أو

الخدمات ذوي الجودة المالية عكس التجارة التقليدية والتي تحتاج إلى عملية شاقة في البحث في الأسواق ومناقشة البائعين وغيرها.

6- العمل الجماعي:

التجارة الإلكترونية سهلت وساعدت ونشطت العمل الجماعي، وأبسط مثال على ذلك هو مشاركة البيانات عبر الانترنت أو البريد الإلكتروني والذي سهل وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات واتخاذ القرارات بشكل فعال.¹

7- معايير الكونية:

تتصف معاملات التجارة الإلكترونية بخضوعها للمعايير الكونية وهي المعايير المقبولة والمشاركة بين جميع الأمم حول العالم، فبرامج التعامل مع المواقع والتصفح عبر الصفحات الإلكترونية لشبكة الانترنت موحدة متعارف عليها.

8- الكثافة المعلوماتية:

تشير الكثافة المعلوماتية إلى كمية المعلومات المتاحة لأطراف السوق (المشترون، البائعون الوسيطاء، محلي السوق)، وفي هذا الصدد تتمتع تعاملات التجارة الإلكترونية بكثافة معلوماتية أكبر من التجارة التقليدية ويرجع ذلك إلى تقنيات شبكة الانترنت، أتاحت

¹ المرجع السابق نفسه، ص11.

وكما سبق الإشارة ضخ معلوماتي كثيف ومحدث لجميع أطراف التعامل الإلكتروني، وبأقل تكلفة ممكنة.¹

الفرع الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية

لقد صاحب ظهور التجارة الإلكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات ولكن أيضا على المستخدمين والمستهلكين في مجال السلع والخدمات، حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 2: اشكال التجارة الالكترونية

التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال ومؤسسة أعمال	التجارة التي تتم من المؤسسة إلى المستهلك Business to costumer B2C
Business to business B2B	
التجارة الإلكترونية التي تتم من المستهلك إلى مؤسسة الأعمال	التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك Costumer to costumer C2C
Costumer to business C2B	

المصدر: محمد عبد العظيم، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، مصر ، 2008 ص 184.

1- منظمات الأعمال إلى منظمات الأعمال B2B:

هي التجارة الإلكترونية التي تتم بين المنظمات والشركات عبر شبكات الحاسوب و 11% من

¹ طارق طه :التسويق بالانترنت والتجارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعية ، الإسكندرية ، 2008، ص 170.

التجارة الإلكترونية هي من هذا النوع في وقتنا الحاضر.¹

يتم ها النوع من التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال فيما بينها فمثلا تقوم وحدة الأعمال باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها تسليم الفواتير وكذلك تقوم بعمليات الدفع، إن هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية انتشارا في هذا الوقت بجميع المستويات الداخلية والخارجية بالنسبة للدولة الواحدة، إضافة إلى استخدام التبادل بالأوراق الإلكترونية ويتم ذلك بذهاب الطلب مباشرة من الموقع المخصص على شبكة المؤسسة المشتري لطلب المواد الذي يرتبط بموقع المؤسسات البائعة لتلك المواد سواء بعد دراسة الأسعار ومقارنتها أو حسب أسعار متفق عليها مسبقا.²

2- من منظمات الأعمال إلى المستهلك B2C:³

تشهد التجارة الإلكترونية تطور على نطاق واسع في التعامل من وحدة الأعمال والمستهلك مع تطور انتشار ما يمكن أن يطلق على ثقافة الانترنت بين الأفراد في مختلف الدول، فأصبح هناك مراكز تجارية وما يعرف بالكاتالوج الإلكتروني والتسوق الافتراضي... إلخ على الانترنت بل أصبح بإمكان المستهلك أن يختار السلعة أو الخدمة ويشترها ويسدد ثمنها بطرق مختلفة أكثر شيوعا عن طريق استخدام بطاقات الائتمان أو الشبكات الإلكترونية أو

¹ محمد نور صالح الجداية: التجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 82.

² أحمد عبد الخالق: التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر، 2006، ص 77.

³ كمال رزيق، فارس مسدود: محاضرات الملتقى الدولي الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، 2004، ص 160

نقدا عند التسليم أو بأي طريقة أخرى فهذا النوع من المعاملات يسمح بتقديم العديد من المزايا إلى الشركات، منها:

- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر؛
- تخفيض مصاريف الشركة؛
- تواصل فعال مع الشركات والعملاء

3- التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المنظمة C2B:

يتضمن ذلك بعض الأفراد الذين يبيعون خدماتهم للمشروعات أو أولئك الذين يلجئون للمشروعات للمساعدة في بيع خدماتهم ومنتجاتهم، كذا البحث عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات مختلف الشركات من خلال تصفح مواقع هذه الشركات أو مواقع الأسواق الافتراضية أو بالدخول في مزادات على الخط .مباشرة)on line

4- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك C2C:

حيث يكون التعامل التجاري الإلكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين المستهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الأفراد ، ومن أمثلة ذلك إنشاء شركة E-bay.com وشركة oxol.com وغيرهما، مواقع يمكن من خلالها تبادل المستهلكين لعدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة دون تدخل وسطاء وخاصة

السلع المستعملة والخدمات الشخصية وأحيانا يشار إلى هذا النوع من المبادلات على أنه مبادلة على الأنداد (Peer-to-peer. P2P).¹

المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

إن ما تقدمه التجارة الإلكترونية من خلال التعاملات التي تتم بينها وبين الأطراف المختلفة لها، بعث بإرتياح للكثير من الجهات المتعاملة في هذا المجال، كما أنها اتسمت لدى جهات أخرى بنوع من الحيطة والحذر معتبرين أن التجارة الإلكترونية تتميز بمزايا عديدة، كما أنها لا تخلو من العيوب وهذا ما تعرضنا له من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول: مزايا التجارة الإلكترونية

في هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا ومن أهمها وأبرزها:

-تعمل على تدفق المعلومات في الوقت المناسب الذي يحتاج فيه المتعامل إلى اتخاذ

القرار المناسب؛²

-تعد وسيلة متميزة للوصول إلى الأسواق العالمية بسرعة مذهلة وبنفقات قليلة؛

¹ محمد تقرررت: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ،رسالة ماجستير (غير منشورة)، تخصص: نفود ومالية، جامعة الشلف، 2005، ص 63

² عبد القادر بريش، محمد بدرون: دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية ،الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، 2007، ص 4.

-تحسين فعالية نظم إدارة سلاسل التوريد بفضل استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية والاستغناء عن بعض قنوات التوريد التقليدية بالإضافة إلى سرعة تبادل المعلومات بين الأطراف المستفيدة وشركات الأعمال؛

-تقديم توليفة متنوعة ومتكاملة من الخدمات الإلكترونية قبل وأثناء وبعد إتمام تنفيذ المعاملات التجارية مثل تسهيلات استخدام نظم الدفع الإلكتروني، النقود الإلكترونية، تقديم المعلومات الضرورية عن المعاملات التجارية، حماية ممتلكات الزبون، ضمان سرية المعاملات التجارية، إصدار الفواتير واستلام الطلبات إلكترونياً، تقديم خدمات الاستشارات الإدارية.¹

الفرع الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية

مثلاً للتجارة الإلكترونية فوائد ومزايا فهي لا تخلو من العيوب والسلبات، ومن أهمها:

-إمكانية الشراء باستخدام بطاقات إئتمانية مزيفة من قبل بعض العملاء، مما يحمل أصحاب هذه البطاقات بأعباء مالية عن سلع وخدمات لم يقوموا أصلاً بشرائها؛

¹سعد غالب ياسين: أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص842-844.

-يمكن حدوث تلاعب لبيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات الشراء أو إرسال البضائع،

وذلك نتيجة لعدم وجود مستندات ورقية، وعدم إمكانية التوقيع بخط اليد، مما يهدد

الحقوق والمصالح الخاصة للأفراد والمؤسسات على السواء؛

-هناك احتمالات الحدوث عمليات نصب وإحتيال بسبب صعوبة التحقق من شخصية

المتعاملين؛

-من الممكن القيام بطلب إستيراد سلع ممنوع إستيرادها في الأسواق المحلية للدولة التي

تطلبها؛

-سهولة إفشاء أسرار العملاء والبنوك وال شركات إلى المنافسين من خلال اختراق

شبكة الانترنت؛¹

-إختفاء إدارة التسويق بالمعنى التقليدي وإظهار محلها شبكات من الحاسبات الآلية.

¹ محمد صالح الحناوي وآخرون: مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004، ص 529.

المبحث الثاني: أساليب الدفع الإلكتروني

مع ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها أصبحت وسائل الدفع تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، فقد إعتد نجاح التجارة الإلكترونية في مراحله الأولى على استخدام بعض وسائل الدفع المتاحة، ومع التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الإعلام تم استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية وبمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية سيتم التطرق لها ضمن هذا المبحث.

-الدفع بإستخدام النقود والبطاقات الذكية الإلكترونية؛

-الدفع بواسطة محفظة النقود الإلكترونية؛

-الدفع بالاستعانة بالشبكات الإلكترونية

المطلب الأول: الدفع بإستخدام النقود والبطاقات الذكية الإلكترونية

الفرع الأول: الدفع بإستخدام النقود الإلكترونية

1. مفهوم النقود الإلكترونية: يمكن تعريف النقود الإلكترونية على أنها قيمة نقدية مخزنة

على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتستعمل كأداة للدفع.

تعرف كذلك على أنها مستودع للقيمة النقدية يحتفظ بها على شكل إلكتروني،

وتستعمل كأداة للدفع فهي إذن نقود يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات وأجهزة

كمبيوتر أخرى.¹

حيث يمكن للمستخدمين الذين ليس لديهم بطاقات اعتماد أن يستخدموا النقد الرقمي في

عملية التسوق والشراء عبر الأنترنت .

ومن الشركات التي تقدم حلول للنقد الرقمي شركة ecashtechology ويمكن

الحصول على البرامج المتعلقة بالنقد الرقمي من خلال موقع الشركة www.ecash.net

حيث تمكن العديد من الشركات والأفراد والمؤسسات من تنفيذ مختلف العمليات المالية

والتحويلات بطريقة سهلة وآمنة، وعبر مختلف أنحاء العالم وبطرق متنوعة.²

2- أشكال النقود الإلكترونية: الصورتين الأساسيتين للنقود الإلكترونية هما:

❖ محفظة النقود الإلكترونية:

تسمى أيضا ببطاقات مختزنة القيمة وهي بطاقات سابقة الدفع معدة للاستخدام في أغراض

متعددة، تحتوي على دائرة إلكترونية (puce) يتم استعمالها عن طريق الموزع الآلي أو

الآلات الخاصة بها الموجودة عند التجار لشراء مشتريات صغيرة كالخبز، الجرائد... إلخ ؛

¹ أمار لوصيف: إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين "مع الإشارة إلى تجربة الجزائر " ، مذكرة ماجستير ، تخصص التحليل والإشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2009، ص 12.

² خضر مصباح الطيطي: مرجع سابق ص ص 511-519.

❖ محفظة النقود التقديرية:

تسمى أيضا بنقود الشبكة (net money) أو النقود السائلة الرقمية (digital cash) وهي آلية الدفع مخزنة القيمة في شكل بطاقات مدفوعة سلفا تستخدم للدفع في الأنترنت وكذلك يمكن إستخدامها في نقاط البيع التقليدي (point of sale).

ويمكن تطبيق فكرة النقد الرقمي في الأعمال الإلكترونية من خلال قيام المشتري بشراء عملات إلكترونية من جهة الإصدار وتسمى بـ To KENS حيث يتم تحميلها على الحاسب الآلي الخاص بالمشتري في شكل وحدات عملات صغيرة القيمة بحيث يصبح لكل عملة رقمها الخاص، أو يكون لها علامة خاصة من المصرف الذي قام بإصدارها، وتحل هذه العملات محل العملات العادية.¹

الفرع الثاني: الدفع بالبطاقات الذكية الإلكترونية

1 - تعريف البطاقات الذكية: هي عبارة عن رقيقة إلكترونية تخزن عليها بيانات خاصة بعاملها، مثل الاسم والعنوان اسم المصرف، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف، وتاريخ حياة العميل المصرفية، وكذا البطاقة الذكية تشبه إلى حد كبير النقود الورقية وذلك من حيث أنه لا يوجد بمقتضى العمل بها تسوية نهائية أو مقاصة، كما لا يوجد نظام لتتبع الصفقات والتعاملات، وتمكن هذه البطاقات حاملها من إختيار طريقة التعامل بها سواء كان هذا

¹ بشير العلاق: التسويق الإلكتروني دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 517.

التعامل إئتماني أو عن طريق الدفع الفوري، كما أنها تعد بالنسبة للعميل حاسوب متنقل، وتمتاز هذه البطاقات بالحماية من التزوير والتزييف والنسخ والتقليد.

2 - فوائد ومميزات البطاقات الذكية:

+الأمان:

- المعلومات المخزنة في الشريحة يمكن حمايتها بأمان بوضع رقم سري؛
- كل بطاقة لها رقم سري يميزها عن غيرها؛
- الشريحة محكمة ضد العبث والتلاعب؛
- البطاقة قابلة للتشفير.

3 - إمكانيات البطاقة الذكية:

- قادرة على معالجة المعلومات وليس تخزينها فقط؛
- المعلومات والتطبيقات قابلة للتحديث بدون الحاجة إلى تبديل البطاقة؛
- لها القدرة على الاتصال بأجهزة الحاسب المختلفة عن طريق القارئات.¹

المطلب الثاني: الدفع بواسطة محفظة النقود الإلكترونية

- قد تكون المحفظة الإلكترونية عبارة عن بطاقات بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة
- رقاقة - حوسبية) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه

والإليه) عبر الانترنت باستخدام برامج معينة ،ويمكن إستخدام المحفظة الإلكترونية للدفع عبر الأنترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الإلكتروني.¹

لتسهيل عمليات الدفع والمعاملات لبطاقات الاعتماد credit card قامت العديد من الشركات بتقديم خدمات المحفظة الإلكترونية electronicwallet حيث تعمل المحفظة الإلكترونية E-Wallet على توفير الوقت والجهد بحفظ كل المعلومات على بطاقة اعتماد معينة بحيث وبنقرة واحدة يتم إدراج كل المعلومات بدون عناء طباعتها مرة أخرى باستخدام لوحة المفاتيح والمحفظة الإلكترونية قادرة على حفظ المعلومات على العديد من بطاقات الاعتماد وعمليات الشحن والفواتير وغيرها.

لكن هناك العديد من المحافظ الإلكترونية الغير مقبولة من العديد من التجار عبر الأنترنت لذا قامت شركة فيزا visa وماستر كارد mastercard ومجموعة من تجار المحافظ الإلكترونية E-Wallet بعملية وضع معايير قياسية لهذه التقنية وذلك ليتم عملها بتقنية تسمى "لغة النمذجة للتجارة الإلكترونية" Electronic commerce modeling language حيث تم قبول هذا المقياس في عام 5999 ومن ذلك الوقت قام العديد من التجار عبر الأنترنت بتبني هذه الطريقة.²

¹ يوسف مسعداوي، جميلة سعدي: وسائل الدفع الإلكتروني ، الملتقى الدولي "عصرنة نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ،جامعة البليدة، الجزائر، 2011، ص10 .

² خضر مصباح الطيطي: مرجع سابق ص 511.

المطلب الثالث: الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي إعتدنا

التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك

(حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك

المالية الى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم

الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد

إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.¹

تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين طرفين ووسيط ولا يختلف

ذلك كثيراً عن نظام معالجة الشيكات الحالية فيما عدا أنه يتم توليد الشيكات إلكترونياً

وتبادلها عبر الأنترنت، ويقوم الوسيط بالخصم من الحساب العميل ويضاف إلى حساب

التاجر ويبين .

إستناداً إلى الإحصاءات الأمريكية فإن 40(%) من الدفعات غير النقدية تتم من

خلال الشيكات، بالإضافة إلى أن عدد الشيكات المحررة من قبل الحكومة والأفراد ورجال

الأعمال (08) بليون شيك، تكلفهم (5%) من الناتج القومي، ويوجد خسائر إحتيال الشيكات

تقدر ب (20) بليون دولار، هذه التكاليف وغيرها هي التي قادت إلى الشيكات الإلكترونية،

¹ منير محمد الجنيبي: النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي ، 2006 ، ص ص5851.

ويمتاز الشيك الإلكتروني بأنه أسرع وأرخص وأكثر أماناً، ويستطيع العملاء الذين لديهم حسابات جارية تحريره لشراء السلع والخدمات مثلاً، وفي حالة المشتريات الحكومية أو التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال يتضمن إصدار الشيك الإلكتروني إجراءات أكثر أماناً حيث أن الشيك يكون بمبلغ كبير.¹

¹ ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبدالات: الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، 2008، ص 10.

المبحث الثالث: أهداف وأهمية واقع التجارة الإلكترونية

تمر المجتمعات في هذا العصر بتغيرات كبيرة وذلك نتيجة لظهور ما يسمى بالثورة المعلوماتية أو الانفجار المعلوماتي، وقد شمل تأثير هذا الانفجار المعلوماتي على مختلف الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، والسياسة في المجتمعات الحديثة بدءاً بالأفراد ومروراً بالمؤسسات والإدارات ووصلاً إلى مستوى الحكومات ونتيجة لذلك فقد تغير نمط معيشة الإنسان، وتغيرت طبيعة الأعمال التي يقوم بها وكيفية القيام بها، أضف إلى ذلك تغير نمط وأسلوب تفكير الإنسان في المجتمع الحديث.

المطلب الأول: أهداف التجارة الإلكترونية

تتعدد الأهداف العامة للتجارة الإلكترونية، ومن أهمها نذكر:

- تغطية كافة النشاطات التجارية التقليدية من مراسلات وتبادل وثائق وعقد صفقات، وتحويل أموال، ودعاية وإعلان وبيع وشراء؛
- التسوق عبر الانترنت يقتصد في (الوقت لأن الحاجة تنفي ذهاب المتسوق مثلاً إلى مركز تجاري ما لشراء ما يريد) ؛
- التسوق عبر شبكة الانترنت يقتصد المال لأنه (يوفر تكاليف السفر وربما التنقل) ؛
- إن المتسوق يقوم بعملية تسوق واسعة عبر شبكة الانترنت ليختار السلعة المناسبة بالسعر المناسب؛

- إن التجارة الإلكترونية تعني من بين ما تعنيه الدعاية والإعلان (التسويق) لسلعة ما وذلك عبر شبكة الانترنت، وحيث أن الأنترنت ما هو إلا وسيلة إتصال وتفاعل وهذا هو وجه الشبه الذي تنتهي إليه عملية مقارنة الأنترنت مع الوسائل التقليدية للتسويق مما يجعله مناسباً لعملية التسويق مثل الوسائل الأخرى فإن خدمة التجارة الإلكترونية هي الأكثر جدوى بين كل وسائل الإعلان المعروفة (إذاعة، تلفزيون، صحف، لوحات جدارية وضوئية...إلخ)، وذلك بسبب عالمية هذه الوسيلة وانتشارها كوحدة مستقلة في كافة أصقاع الدنيا؛
- ردم الهوة الرقمية (digital pivate) وذلك بالاستفادة من المزايا اللامتناهية التي توفرها؛
- خدمة التجارة الإلكترونية في تطوير الاقتصاد الرقمي بشكل خاص والثقافة الرقمية بشكل عام؛
- دعم الاقتصاد الوطني وخاصة في مجال الإستيراد وذلك لاقتحامها أسواق لامتناهية في الكبر أمام القطاعين العام والخاص على حد سواء؛

إن خدمة التجارة الإلكترونية تحقق مبدأ ديمقراطية إيجاد الأسواق (الأسواق للجميع) أي

أنها تلغي دورالوسطاء؛¹

- توسيع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي، فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة، مثلاً في عام 5994 أعلنت شركة بوينغ عن توفير مالي قدره 80% من الكلفة الأصلية وذلك بعد الإعلان عن الحاجة لمصنع من أجل نظام جزئي للشركة، وقد كان الإعلان عن الموقع للشركة على الأنترنت فاستجابت شركة مجرية لهذا الطلب وقد كان عرض الشركة المجرية أرخص وأفضل وأسرع من بقية الشركات؛

- التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية مثلاً، فإيجاد دائرة مشتريات إلكترونية فإن الشركة تستطيع قطع التكاليف الإدارية للشراء بنسبة 11%.²

المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية ذات أهمية، وتتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

- إلغاء التعريفات الجمركية، وإتباع نظم ضريبة مبسطة وواضحة ومتشابهة مع النظم

العالمية.³

¹ محمد تقرورت: مرجع سابق، صص 20-25.

² دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم: التجارة الإلكترونية، ط5، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2013، ص 74.

³ سليم سعداوي: عقود التجارة الإلكترونية، دار الخلدونية، الجزائر 2009، ص58.

- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق عبر شبكة الأنترنت عن طريق الإتصال الإلكتروني المباشر بين المتعاملين ،ولذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق الأهداف عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية؛
- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع للمستهلك؛
- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريقة الدفع؛
- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية¹؛
- تساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الإلكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج، وعمليات التحكم والرقابة وتخطيط الاحتياجات من المواد وموارد التصنيع والتوقيت المحدد؛

¹ناصر خليل :التجارة والتسويق الإلكتروني ، دار أسامة للنشر ، الأردن ، 2009، ص ص70-75.

- تغيير صورة الشركات وتحولها من ضخمة تعاني من تعقيد الهياكل التنظيمية وكبر أعداد العاملين بها إلى شركة صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين، كما أن هذا العدد القليل من العاملين سيكون على مستويات معرفية ومهارية عالية في عصر التجارة الإلكترونية كما يلي:¹

- شركة تكاد تكون تصورية بمعنى اختفاء المباني الضخمة والمكاتب المكتظة بالموظفين وآلاف الملفات ،وسيل لا ينقطع من المعاملات الورقية؛
- تتعامل في أنواع لانهائية من السلع والخدمات؛
- تكاد تختفي منها المخازن والمخزن حيث يمكن توجيه طلبات العملاء وإستيفاؤها مباشرة من مراكز الإنتاج والموردين؛
- وسيلة بسيطة وسهلة يمكن استخدامها من خلال جميع الطبقات والأنواع من الأفراد والشركات في وقت قصير وبأقل تكلفة ممكنة؛
- كاملة الآلية تعتمد على الحاسبات الإلكترونية وشبكات الإنترنت في جميع معاملاتها

المطلب الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الإلكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث الحجم والتي يتوقع الخبراء أن تتجاوزها خلال السنوات القادمة في ظل نسب النمو العالية التي تسجلها التجارة الإلكترونية، إلا أن الجزائر لم تسن لحد الآن قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية رغم الحديث عن تدارك هذا الأمر خلال تعديل القانون

المدني الذي من المنتظر أن يفرد لها مواد خاصة بها تحددها وتضبط قواعدها. ¹ وبالتالي

فإن الجزائر من الدول العربية التي لا زالت تجربتها في مجال التجارة الإلكترونية متعثرة

بالرغم من الحاجة الماسة لإقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة نظرا للمزايا التي سينالها من

خلال إعماده التجارة الإلكترونية والمتمثلة في: ²

فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الخاصة تلك التي تشكو من مشكلة

صعوبة دخولها إلى الأسواق عالمية لصغر حجمها وانخفاض مواردها؛

- الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج

الإقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر؛

- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن المنتجات الجزائرية تجد طلبها في

السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم؛

- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتفق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة

بطرق الدفع الإلكتروني؛

- سهولة إيصال المعلومات للمستهلك والوصول إليه، سواء على المستوى العالمي أو

المحلي؛

¹ محمد تقرورت: مرجع سابق، ص ص 36:19 a 09/02/2015 consulter le <http://www.dorit-dz.com>

محمد تقرورت: مرجع سابق، ص ص 20-25.

² فاطمة الزهراء قندوز: التجارة الإلكترونية "تحدياتها وآفاقها في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2013، ص ص 519-520.

- إعطاء نفس جديد للتجارة الجزائرية خاصة ونحن مقبلون على الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة فحسب موقع "MED-IT"، يوجد القليل من مواقع حقيقية للتجارة الإلكترونية التي تسمح بالقيام بالمبادلات التجارية على شبكة الأنترنت وبإستعمال وسائل الدفع الإلكترونية، ولكن يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن والتي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الإلكترونية وذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز، ولكن الدفع في أغلب الحالات نقدا عند الاستلام.

ومن بين المواقع الناشطة في الجزائر نجد:

- موقع مؤسسة TCA (tournig club algerie): يعتبر من بين المواقع الناجحة والذي تلقى تجاوب مع الزبون، حيث وصل عدد الزائرين في شهر جويلية 8009 إلى 10.000 زائر يوميا، ويسجل ما بين 100 و 400 إعلان جديد كل يوم ومن بينها الإعلانات الخاصة بوسائل النقل 85% ثم الإعلام الآلي 58 % الملابس 1% وإعلانات التوظيف 8%؛

- موقع www.airalgerie.dz الخطوط الجوية الجزائرية : حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها الإعلامي والتنظيمي وذلك من خلال إنشاء موقع على شبكة الانترنت والذي يسمح الحجز مباشرة على الشبكة، وكذلك في جوان 8001 عممت إستعمال التذاكر الإلكترونية لبعض البنوك مثل AGB بنك؛

- موقع www.djelfa.info: يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية والبحوث والدراسات المختلفة، ولقد تلقى هذا الموقع أكثر من 000.80 زيارة يوميا، كما حضي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس ونجمة وغيرها من المؤسسات الاقتصادية.
- ولكن بمقارنة حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر والدول المتقدمة وحتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تتشأ بعد وهي معدومة وذلك بالنظر إلى حجم التجارة الإلكترونية المسجلة في الدول الأخرى .

الفصل الثاني

تمهيد:

يعرف القرن الحادي والعشرين تحديات كبيرة في مجالات متعددة من أهم هذه التحديات، ثورة المعلومات و الاتصالات وكثرة التكنولوجيا المستخدمة وتطورها المستمر الذي أدى بالتوجه نحو " التجارة الإلكترونية " التي تعتبر من أهم ملامح العصر الحديث، الذي يعتمد على الأنترنت، وذلك بالنظر لما ستحدثه من تأثيرات، ليس فقط على حجم التدفقات التجارية الدولية ولكن على طبيعة ومكونات هذه التدفقات، فبالإضافة إلى ذلك تتعامل التجارة الإلكترونية مع الزمن والجغرافيا، فهي تتعامل مع الزمن فتختصره وتختزله من خلال ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات فائقة السرعة، كما تتعامل مع الجغرافيا ليس فقط من خلال إختزال المسافات والمساحات، بل من خلال إنهاء خصوصية المكان كلية، وأصبحت الاقتصادات والدول مفتوحة أمام بعضها البعض حيث أضحى المحدد الرئيسي لذلك هو القدرة على إمتلاك العلم والتكنولوجيا والإدارة الجيدة التي تستطيع توظيف كل ذلك للنفاذ إلى الأسواق الدولية ولتطويرها وتحسينها وتحقيق الدمج بين ما هو محلي وعالمي فهي لا تعرف الحدود الجغرافية والسياسية.

وبالتالى فإن الحاجة الملحة لإدراك التجارة الإلكترونية لم تعد خيارا نقبله أونرفضه، وإنما أصبح ضرورة حتمية، تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال فى العالم.

المبحث الأول: الاتجاهات الاقتصادية العالمية في التجارة الإلكترونية

تقدر التجارة الإلكترونية العالمية بحوالي 25.3 تريليون دولار امريكي في عام 2015، بما في ذلك المعاملات بين الشركات (B2B) والمعاملات بين الشركات والمستهلكين (B2C). تبلغ التجارة بين الشركات التي تقدر قيمتها بنحو 22.4 تريليون دولار امريكي، اغلبية أنشطة التجارة الإلكترونية العالمية (88.5 %)، بينما يبلغ حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات 2.9 تريليون دولار (11.5 %).

في قطاع التجارة الإلكترونية B2B، فقد كانت الصين متقدمة قليلا على الولايات المتحدة بحجم مبيعات بلا 617 مليار دولار، بينما تصبح التجارة الإلكترونية و التجارة الإلكترونية عبر الحدود عبر الانترنت بمعدل ضعف معدل التجارة الإلكترونية المحلية (CAGR%25) حتى 2020.¹

المطلب الأول: مبيعات التجزئة العالمية للتجارة الإلكترونية:

مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية هي مبيعات السبع والخدمات التي تتم عبر الانترنت، او شبكة تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) او أنظمة الكترونية اخرى. قد يتم او لا يتم الدفع عبر الانترنت. اصبحت مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية قناة تجزئة

¹ Areportprepared by unido and ITS ; statusopportunities and challenges of brices E-COMMERCE ; for submission to the BRICS tradeministers meeting shanghai ; china 2 august 2010 ;p10 ;[http://www.intracen.org/uploadfiles/intracenorf/content/publicationst/brics%20Ecommerce%20_status%20opportunities%20and%20challenges_22AUG2017_final\(1\).pdf](http://www.intracen.org/uploadfiles/intracenorf/content/publicationst/brics%20Ecommerce%20_status%20opportunities%20and%20challenges_22AUG2017_final(1).pdf)

اساسية في جميع انحاء العالم في السنوات الاخيرة ومن المتوقع أن تحقق نموت مستداما في المستقبل القريب.

وقد ازداد حجم مبيعات التجزئة العالمية بشكل مستمر منذ 2015. مع قيمة 1.55 تريليون دولار امريكي في عام 2015، من المتوقع أن يصل الى ثلاثة اضعاف ليصل إلى 4.06 تريليون دولار بحلول عام 2020، ان معدلات النمو السنوية، رغم انها ايجابية دائما، ستظهر انخفاضا مطردا من 25.5 % في عام 2015 الى 18.7 % في عام 2020. وعلى الرغم من انخفاض معدلات النمو السنوية، من المتوقع أن يرتفع حجم مبيعات التجزئة في التجارة الالكترونية بالأرقام المطلقة، فضلا عن قيمة مبيعات التجزئة في التجارة الالكترونية معبرا عنها كنسبة مئوية من اجمالي مبيعات التجزئة بشكل مسمار من 2015 الى عام 2020، من 7.4 % في عام 2015 الى 14.6 % عام 2020.

ويشير هذا الى حدوث تحول هائلة في سلوك الشراء مع تحول عدد متزايد من المشتركين الى قنوات البيع بالتجزئة عبر الانترنت.

الشكل 01-2: مبيعات التجزئة للتجارة الالكترونية في جميع انحاء العالم



الفرع الأول: التجارة الإلكترونية عبر الحدود:

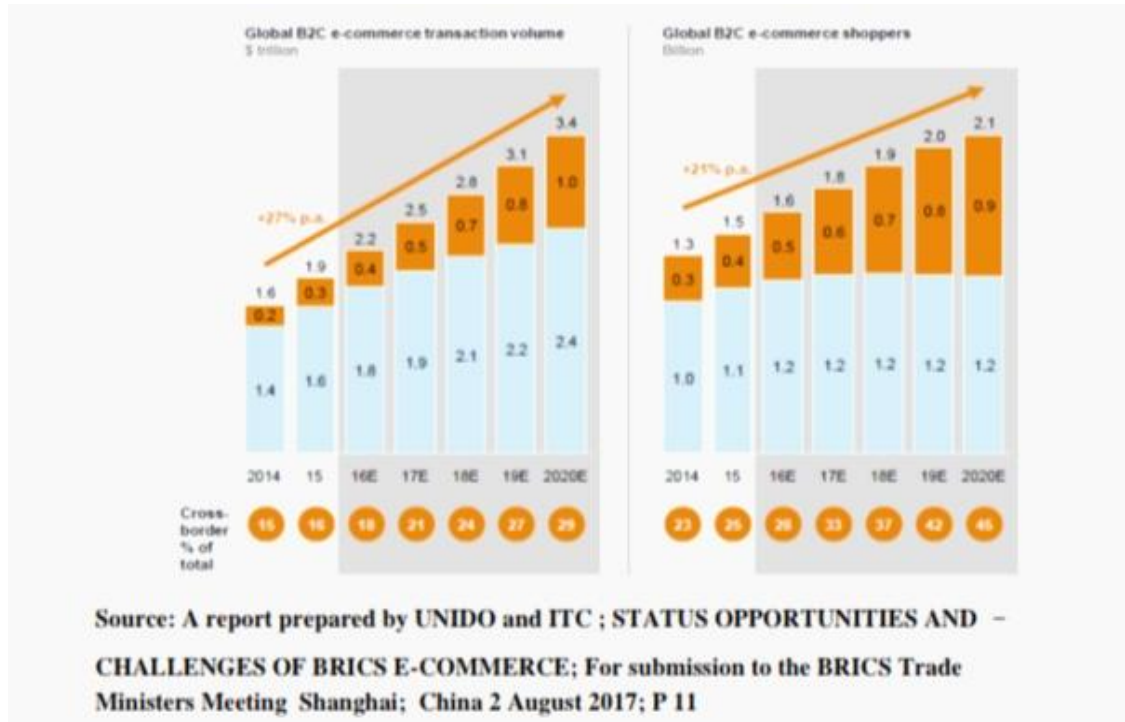
التجارة الإلكترونية عبر الحدود يحول المشهد من التجارة الدولية. تأتي التجارة الإلكترونية عبر الحدود بأشكال وأشكال مختلفة، تشمل انواع مختلفة من اللاعبين والصفقات والاجراءات. قد تشمل المعاملات فقط الشركات (B2B)، والاعمال التجارية والمستهلك (B2C)، واثنين من المستهلكين الأفراد (C2C) او الأعمال التجارية والحكومة (B2G)، لا تزا البيانات في التجارة الإلكترونية، وخاصة قيمة المعاملات المحلية وعبر الحدود على المستوى القطري، محدودة ومجزأة، ومع ذلك فإن بعض التقديرات المتعلقة بمعاملات التجارة الإلكترونية B2C او B2B وكذلك المؤشرات المتعلقة ببيئة التجارة الإلكترونية (مثل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمهارات، والدفع، والخدمات اللوجستية، والاطار القانوني) متاحة اللقاء الضوء على اتجاه التجارة الإلكترونية.¹

اعتبارا من عام 2016، يتم اجراء ما يقرب من 12% من تجارة السلع العالمية عن طريق التجارة الإلكترونية الدولية. كما هو مبين في الشكل 2.9، من المتوقع أن ينمو حجم التجارة الإلكترونية عبر الحدود B2C بمعدل يبلغ 27% سنويا الى 1 تريليون دولار امريكي بحلول عام 2020. حصة حجم التجارة الإلكترونية في التجارة B2C العالمية ومن المتوقع أن يزداد بمعدل ثابت من 15% في عام 2015 الى قيمة 29% بحلول عام 2020، ويمكن ان يتعد. ذلك الى النسبة المتزايدة للمتسوقين عبر الانترنت الذين يرغبون في الدخول

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 10

في معاملات عبر الحدود. من المتوقع أن يرتفع عدد للمتسوقين عبر الانترنت الذين يشاركون في التجارة الالكترونية عبر الحدود الى ثلاثة اضعاف من 0.3 مليار في عام 2014 الى 0.9 مليار عام 2020، بمعدل سنوي يبلغ 21% بحلول عام 2020، من المتوقع 940 مليون نتسوق عبر الانترنت ما يقرب من 1 تريليون دولار امريكي على معاملات التجارة الالكترونية عبر الحدود. وعلى سبيل المقارنة، من المتوقع أن يظل عدد للمتسوقين المحليين للتجارة الالكترونية من فئة B2C ثابتا إلى حد ما عند 1.2 مليار من 2016 الى 2020.

الشكل 2-2: احجام ومعاملات المتاجرين الالكترونيين B2C العالمية.



الفرع الثاني: التوزيع الجغرافي لمبيعات التجارة الإلكترونية B2B

وكما هو مبين في الشكل 3 فإن الولايات المتحدة واليابان والصين 10 هي البلدان الثلاثة الأولى بالنسبة لمبيعات B2B التي تبلغ 6.4 دولار أمريكي و 2.3 دولار أمريكي و 1.4 مليار دولار على التوالي، وفقا لآخر التقديرات الصادرة عن الاونكتاد. تمثل البلدان العشرة الأولى المساهمة في التجارة الإلكترونية العالمية نسبة 64% من التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B.¹

الشكل 3-2: الاقتصاديات الرئيسية حسب إجمالي التجارة الإلكترونية B2B. و B2C

سنة 2015

Major economies by total, B2B and B2C e-commerce, 2015, \$billion

Economy	Total \$ billion	% of GDP	B2B \$ billion	% of all e-commerce	B2C \$ billion
1 United States	7,055	39%	6,443	91%	612
2 Japan	2,495	60%	2,382	96%	114
3 China	1,991	18%	1,374	69%	617
4 Korea (Rep.)	1,161	84%	1,113	96%	48
5 Germany (2014)	1,037	27%	944	91%	93
6 United Kingdom	845	30%	645	76%	200
7 France (2014)	661	23%	588	89%	73
8 Canada (2014)	470	26%	422	90%	48
9 Spain	242	20%	217	90%	25
10 Australia	216	16%	188	87%	28
10 above	16,174	34%	14,317	89%	1,857
World	25,293		22,389		2,904

Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND - CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 12

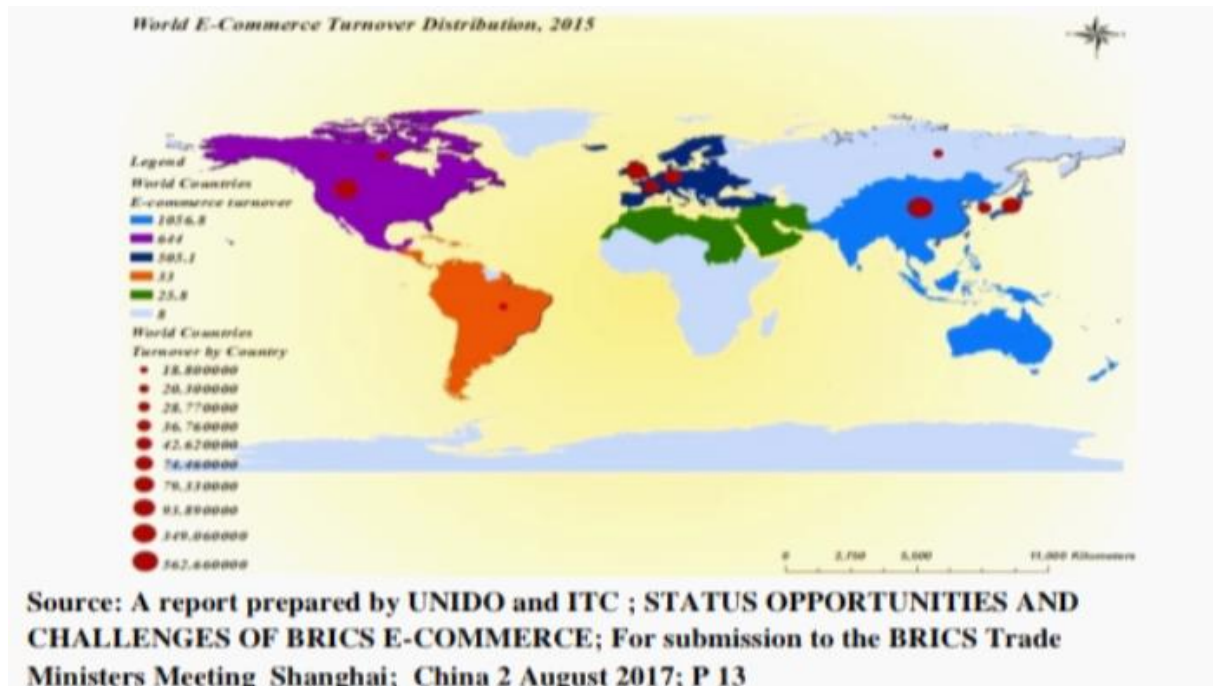
¹ Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 12

في عام 2015، سجلت منطقة اسيا والمحيط الهادي اكبر دوران للتجارة الالكترونية بقيمة 1.056.8 مليار دولار امريكي، ويمكن ان يتعدى ذلك الى حجم السوق الكبير في الدول مثل الصين والهند، تتبع ذلك امريكا الشمالية لمبيعات بقيمة 644 مليار دولار امريكي في التجارة الالكترونية في عام 2015، وقد شكلت الدول الأوروبية مبيعات التجارة الالكترونية في بلدان جنوب الصحراء الكبرى في افريقيا والاجزاء الشمالية من روسيا، والتي شكلت مجتمع مبيعات بقيمة 8 مليارات دولار من التجارة الالكترونية. يمكن ان يتعدى انخفاض قيمة المبيعات الى حجم صغير في السوق واختناقات البنية التحتية.¹

ماهو مبين في الشكل رقم 3، تقود الصين منطقة اسيا والمحيط الهادي بسبب حجمها الكبير في السوق، وتنتمي انفاق الطبقة المتوسطة، وانخفاض التكاليف، وارتفاعه نسبة انتشار الانترنت، وقاعدة تصنيع كبيرة في امريكا الشمالية، تقود الولايات المتحدة بسبب اختراق الانترنت العالي والبنية التحتية الافضل والسوق الكبيرة. وبالمثل فإن المملكة تقود في اوروبا البرازيل هي اكبر سوق البيع بالتجزئة عبر الانترنت في امريكا اللاتينية، حيث تمثل 42% من مبيعات التجارة الالكترونية في المنطقة والبالغ. 47.4 مليار دولار في عام 2016.

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 13

الشكل 4-2: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بمليارات الدولارات).

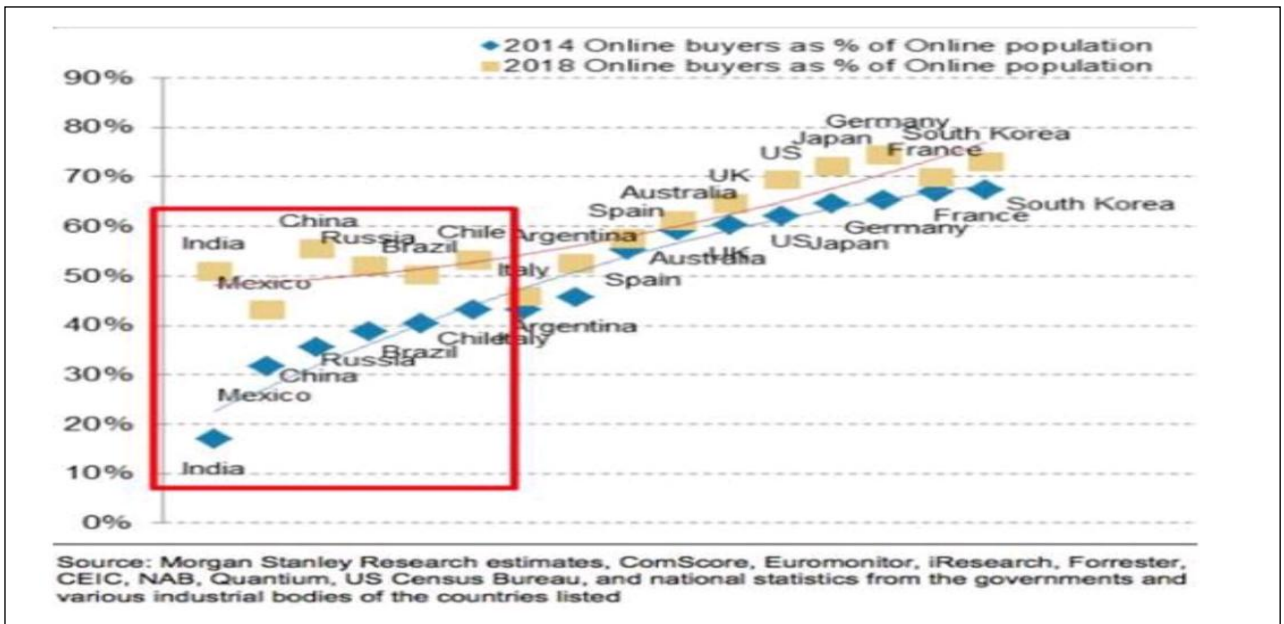


Source: e-Commerce Impacts Global Trade2017 AAEI e-Commerce Benchmark Report

الشكل 5-2: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بالنسب المئوية).

على الرغم من أن دول بريكس لديها أقل نسبيا من المشتريين عبر الإنترنت بين جميع مستخدمي الإنترنت، مع البنية التحتية المحسنة للإنترنت، وخدمات الدفع و الخدمات اللوجستية، من المتوقع أن تقفل دول "بريك" الفجوة مع الدول المتقدمة في السنوات القادمة، حسب التوقعات في الشاغل¹.04

الشكل 6-2: سد الفجوة في نسبة المشتريين عبر الإنترنت

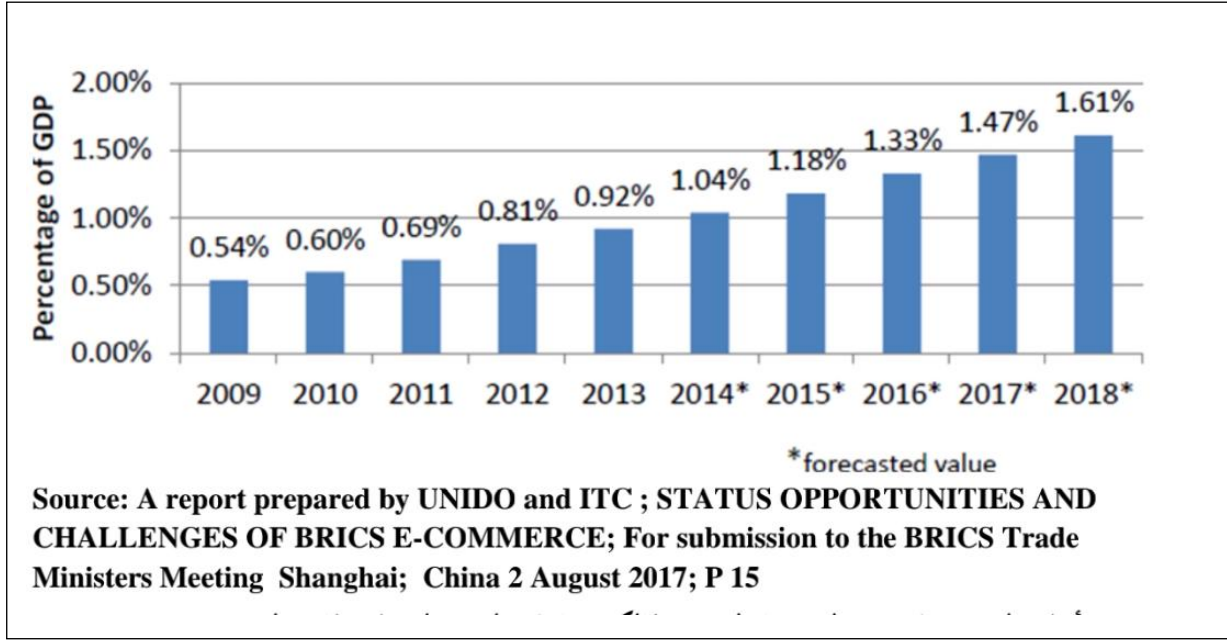


العالمي بشكل مطرد في السنوات القادمة، وقد شهدت حصة مبيعات التجارة الإلكترونية في B2C زيادة كبيرة من 0.25 في المائة مقارنة بالنتائج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2009 إلى 0.29 في المائة عام 2013، ووفقا لبيانات statistica، من المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه وسوف تستمر التجارب الإلكترونية في البيع بالتجزئة في الزيادة متوسط معدل

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 14

نمو قدره 10% في السنوات القادمة، مما أدى إلى توقع نسبة 1.61 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2018.¹

الشكل رقم 7-2: التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي العالمي



الفرع الرابع : أعلى المؤدين في شروط حصة التجارة الإلكترونية في الناتج المحلي الإجمالي:

ويبين الجدول 01 التالي في عام 2015، كانت الصين و المملكة المتحدة و كوريا

الجنوبية هي البلدان الثلاثة الأولى من حيث نسبة التجارة الإلكترونية في الناتج المحلي

الإجمالي العالمي 3.11%، مقارنة بـ 7.05 % للصين، و 6.12% للمملكة المتحدة، و

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 15

4.70% لكوريا الجنوبية، و 3.32% للولايات المتحدة، وكانت البلدان المتبقية أقل من

النسبة المئوية العالمية التي بلغت 3.11%.

الجدول رقم 1-2: البلدان العشرة الأولى من حصة التجارة الإلكترونية % من الناتج المحلي

الإجمالي

	GDP at market prices	GDP per capita at market prices	Share of E-commerce in GDP
Global	\$73,106bn	\$20,776	3.11%
China	\$10,866bn	\$7,925	7.05%
United Kingdom	\$2,849bn	\$43,714	6.12%
South Korea	\$1,378bn	\$27,222	4.70%
USA	\$17,947bn	\$55,904	3.32%
France	\$2,423bn	\$36,503	2.97%
Japan	\$4,123bn	\$32,477	2.77%
Canada	\$1,551bn	\$43,249	2.30%
Germany	\$3,357bn	\$41,162	1.97%
Australia	\$1,236bn	\$56,328	1.80%
Spain	\$1,200bn	\$25,581	1.68%

Table 1: Top Ten Countries in Terms of per cent Share of E-commerce (B2B + B2C) to GDP (2015) (Source: Eurostat, Ecommerce Foundation, IMF and World Bank, 2016)

Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 15

المطلب الثاني: التأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية في سياق الإقتصاد الرقمي و العوامل

المؤثرة في التجارة الإلكترونية¹

تقوم التقنيات الرقمية بتحويل طريقة إنتاج السلع و إستهلاكها أو تسليمها أو تداولها،

في عصر الإقتصاد الرقمي، من أجل الحفاظ على القدرة التنافسية في الأسواق المحلية و

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 16

الدولية، تعيد الحكومات و المؤسسات تحديد استراتيجياتها و نماذجها و سياستها، تعد التجارة الإلكترونية أحد هذه التحولات التي تعزز التقدم في التقنيات الرقمية، مثل الإنترنت عالي السرعة، و الهواتف الذكية، و الذكاء الاصطناعي، و الطباعة ثلاثية الأبعاد، و تحليلات البيانات الضخمة، و الواقع المعزز، و الواقع الافتراضي، وطرق الدفع الرقمية المتنوعة و الآمنة وغير ذلك.¹

في حين يجادل البعض بأن التجارة الإلكترونية قد يكون لها تأثير على الأعمال التقليدية للطوب و البلاط، تظهر الإحصاءات لأن التجارة الإلكترونية تخلق عددا كبيرا من فرص العمل الجديدة، على سبيل المثال، فإن البيع الإلكتروني (بيع التجارة الإلكترونية للبضائع عبر الإنترنت) في الهند لديه القدرة على توفير فرص العمل لـ 1.45 مليون شخص بحلول عام 2013 وفقا لمجموعة بوسطن الإستشارية، في عام 2016، علي بابا، عملاق التجارة الإلكترونية الصيني، ولدت 31 مليون وظيفة. أيضا سيتم إنشاء 122 مليون وظيفة على الأقل من إجمالي 415 مليون وظيفة، أو مايقارب من 30% من الوظائف المتاحة في الإقتصاد الرقمي للصين في عام 2035، من قبل علي بابا.14 وهذا يدل على الإمكانيات الهائلة للتجارة الإلكترونية في توليد العمالة .

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 17

توزع فوائد التجارة الإلكترونية عبر قطاعات مختلفة من الزراعة إلى الخدمات، لاسيما في سلسلة القيمة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي تغطي الخدمات اللوجستية و التخزين و النقل وخدمات دعم تكنولوجيا المعلومات و غيرها.

خبراء تكنولوجيا المعلومات، مثل مطوري الويب، و مشرفي أنظمة الشبكات و الحواسيب ، ومحلي أنظمة الكمبيوتر، ومطوري البرامج، هم من بين فئات الوظائف التي تتميز بأكبر فجوة بين فرص العمل و التوظيف.

يمكن أن تساعد التجارة الإلكترونية في سد الفجوة من خلال توفير التكلفة الفعالة قنوات لتعلم و تحفيز المجموعات ذات الدخل المنخفض للحصول على مهارات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، أصبح التعليم عبر الإنترنت قناة رئيسية لإكتساب المعرفة، بلغ حجم السوق العالمية للتعليم الإلكتروني الذاتي 35.6 مليار دولار في عام 2011، وهناك مايقارب من 13 مليون طالب عبر الإنترنت عبر الحدود، وتوفر التجارة الإلكترونية سبيلا جديدا لتسليم التعلم و تسمح للمتعلمين المشتتين جغرافيا الحصول على 7 من 24 الوصول إلى التعليم أو التدريب.¹

هناك حاجة لبناء مهارات متخصصة في مجالات تحليلات البيانات، الواقع المعزز، الواقع الافتراضي، الذكاء الاصطناعي و التقنيات المتنقلة لتوجيه التجارة الإلكترونية إلى المرحلة التالية من التطوير، لن تقتصر هذه المهارات على إثراء تجربة المشتري و البائعين

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 17

الذين يشاركون في معاملات عبر الإنترنت فحسب، بل ستسمح أيضا للمستخدمين بإختيارات مستتيرة، من ناحية، ومن ناحية أخرى مساعدة البائعين في استهداف المشترين إستنادا إلى احتياجاتهم و تفضيلاتهم الفردية .

المطلب الثالث: عدد مستخدمي الإنترنت و نمو التجارة الإلكترونية في المستقبل

لقد مكن الإنترنت تدفق البيانات التي تشمل الاتصالات و المعاملات و المحتوى عبر الإنترنت و الحواسيب، السحابية و الإعلانات وغيرها، تقدر شركة CISCO أن الأجهزة و الاتصالات العالمية وصلت إلى 25 مليار بحلول عام 2019، منها 43% تمثل اتصالات من آلة إلى أخرى و 19% تمثل الهواتف الذكية.¹

يرجع صعود التجارة الإلكترونية إلى العدد المتزايد لمستخدمي الإنترنت، التي تضاعفت أكثر ثلاثة أضعاف من مليار في عام 2005 إلى مايقرب من 3.2 مليار بحلول 2015، وتتصدر آسيا نمو سكان الإنترنت في السنوات الأخيرة من عام 2009 إلى عام 2016، ازداد عدد مستخدمي الإنترنت أسرع في آسيا مقارنة بالمناطق الأخرى، يعد العدد الكبير لمستخدمي الإنترنت في آسيا أحد أهم أسباب ارتفاع حجم مبيعات التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت في هذه المنطقة .

لقد اتاحت إمكانية الإتصال بالإنترنت بشكل أفضل وزيادة الراحة التي توفرها مواقع التجارة الإلكترونية المزيد من الأشخاص لإجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت، ووفقا للأونكتاد،

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 18

قدام ما يقدر بنحو 1.1 مليار شخص بإجراء عملية شراء واحدة على الأقل في عام 2013، وهو ما يمثل 41 في المائة من جميع مستخدمي الإنترنت.¹

المطلب الرابع: أثر المدفوعات الإلكترونية على النمو الاقتصادي:

تلعب المدفوعات الإلكترونية دوراً حاسماً في تعزيز التجارة الإلكترونية. بعد دراسة بيانات الاقتصاد الكلي في 70 دولة بين عامي 2011 و 2015 ، قدرت شركة Moody's Analytics أن ارتفاع استخدام بطاقة الائتمان / الخصم أدى إلى زيادة تراكمية بنسبة 0.1% في الناتج المحلي الإجمالي العالمي (296 مليار دولار أمريكي). وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن البلدان التي شهدت أكبر زيادة في استخدام البطاقة شهدت أكبر مساهمة في النمو. بالإضافة إلى ذلك ، زاد استخدام البطاقة بنسبة 2.6 مليون وظيفة تقريبا سنويا عبر عينة المقاطعات بين عامي 2011 و 2015.23 وترتبط التجارة الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً باستخدام البطاقة.

علماً بالرغم من أن تحليلات مودي لم تحلل على وجه التحديد المعاملات عبر الإنترنت، إلا أنها تخدم مؤشراً عادلاً لمكانات التجارة الإلكترونية في تعزيز الاقتصاد وتوليد فرص العمل.

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 19

في هذا السياق ، هناك حاجة متزايدة ل تنمية المهارات وبناء القدرات في قطاع التجارة الإلكترونية ، بحيث يكون الشباب بارعين بما يكفي لتولي فرص التوظيف هذه. استخدام الدفع الإلكتروني في المعاملات B2B مهم بنفس القدر في B2C.

وفقا لدراسة استقصائية أجريت في الولايات المتحدة ، يتم إجراء ما يقرب من 60 في المائة من جميع مدفوعات

B2B إلكترونيا ، لا يوفر الدفع الإلكتروني طرقا سهلة للدفع فقط ؛ الأهم من ذلك ، أنه يولد البيانات التي يمكن استخدامها لتحليل تفضيلات المستهلك واتجاهات الاستهلاك. تؤدي زيادة استخدام تحليلات البيانات والواقع المعزز والواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي

والتكنولوجيات المحمولة إلى التجارة الإلكترونية إلى المرحلة التالية من التطوير ، لن تقتصر هذه المهارات على إثراء تجربة المشتري والبائع الذين يشاركون في معاملات عبر

الإنترنت فحسب ، بل ستسمح أيضا للمستخدمين باختيارات مستتيرة، من ناحية، ومن ناحية أخرى، مساعدة البائعين في استهداف المشتري استنادا إلى احتياجاتهم وتفضيلاتهم الفردية.¹

تعتبر المحافظ الإلكترونية ، وبطاقات الائتمان وبطاقات الخصم هي أكثر ثلاثة

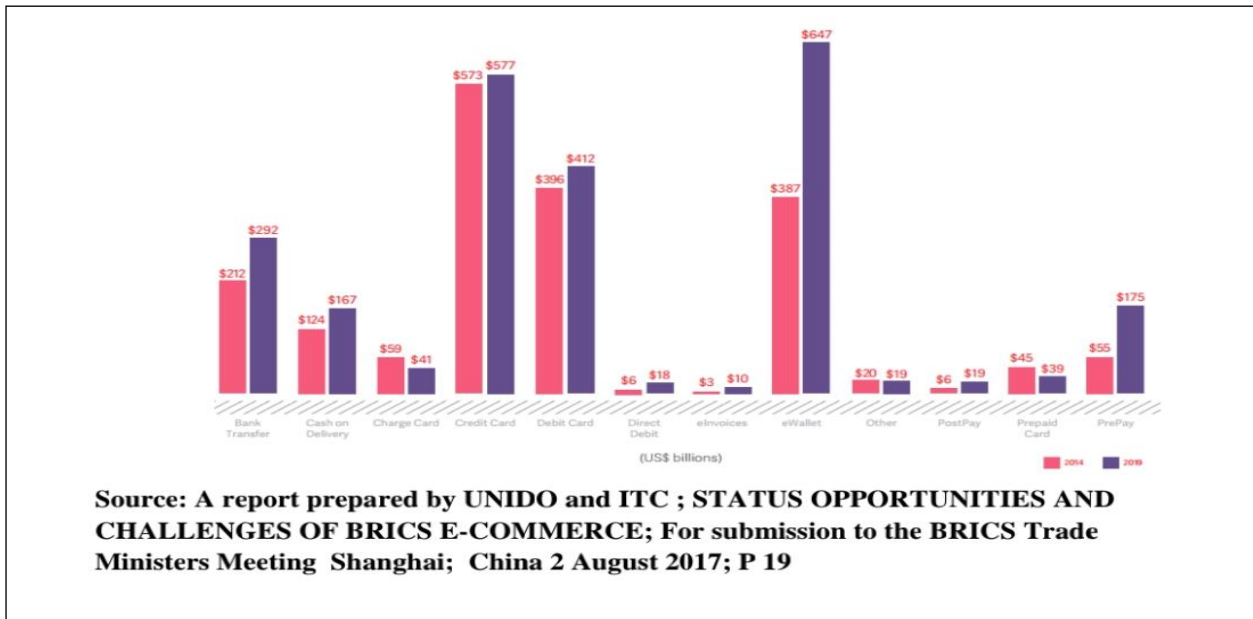
طرق للدفع الإلكتروني شعبية، ولكن من حيث النمو ، من المتوقع أن تحقق محفظة

PrePay وWalleets أعلى معدل نمو من عام 2014 حتى عام 2019. تعزيز البنية

التحتية لسهولة الاستخدام وطرق الدفع الآمنة يمكن أن يعطي دفعة للتجارة الإلكترونية والتي بدورها يمكن أن تؤدي إلى النمو الاقتصادي.

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 20

الشكل 8-2: تقرير المدفوعات العالمية -2015



و يصرف النظر عن إختراق الإنترنت و الدفع الإلكتروني، هناك عوامل أخرى تؤثر على التجارة الإلكترونية B2C ، B2B ، B2G ، البنية التحتية للإنترنت، و مهارات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و قضية الثقة، و البنية التحتية اللوجستية، و الإجراءات الضريبية و الجمركية، و أنظمة البيانات، على سبيل المثال، تؤثر على جميع الأنواع، تؤثر لوائح البيانات على المعاملات الإلكترونية في قطاع الخدمات أكثر من قطاع السلع على سبيل المثال، شراء الخدمات و البرامج، تؤثر درجة الترقيم في الحكومة تحديداً على قطاع B2G، تختلف عوامل النمو و العوائق بين البلدان و تساعد على تحديد مدى جاهزيتها في مجال التجارة الإلكترونية.¹

¹Areportprepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 21

المبحث الثاني: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في الاقتصاد العالمي:

للتجارة الإلكترونية آثار عديدة في مجال الاقتصاد العالمي نذكر منها مايلي :

المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق والنمو الاقتصادي:

نتطرق في هذا المطلب الى أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق والنمو الاقتصادي

الفرع الأول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق

تؤثر التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق سواء أسواق السلع والخدمات، أو أسواق عناصر الإنتاج، فالنمو الاقتصادي لا يعتمد على عرض عناصر الإنتاج فقط، أو زيادة في عرض السلع والخدمات، وانما على كيفية من هذه العوامل جميعها؛ لتحقيق أعلى عائد ممكن، سواء اكان اقتصاديا، أو اجتماعيا، وذلك يتوقف على الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في المجتمع وطبيعة السوق الذي يتم العمل به والذي يؤدي دورا حاسما في تحقيق التخصيص الأمثل للموارد، اذ كلما كان السوق قريب من المنافسة الكاملة أمكن تحقيق ذلك، والتجارة الإلكترونية تؤثر على هيكل الأسواق وخاصة أنها تقربنا من الوصول إلى سوق المنافسة الكاملة.¹

الفرع الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي :

الاستفادة تؤثر التجارة الإلكترونية على المتغيرات الاقتصادية ومعدلات النمو، فهي

¹ شذى خليل، التجارة الإلكترونية تحدث إنقلابا في الاقتصاد العالمي، مركز الروابط للبحوث و الدراسات الإستراتيجية،

<http://rawabetcentre.com/archives/6102>

تؤدي إلى زيادة الأجور، ورفع مستوى المعيشة للأفراد، وهيكل الأسواق وتوسيع نطاق التسويق، مما يعمل على زيادة المبيعات والصادرات، وبالتالي زيادة الإنتاج ومعدلات النمو، فاستخدام الدول للوسائل التكنولوجية الحديثة في التجارة يعمل على زيادة قوة اقتصادها ونموها، ويعود ذلك بالنفع على القطاعات الاجتماعية والصحية والتعليم، جراء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في تعاملاتها، وفي ظل التجارة الإلكترونية يمكن تطوير الانتاج بشكل يتوافق مع طبيعتها الإلكترونية مما يزيد المبيعات، ويعمل على زيادة أرباح الشركات، وتوفر التجارة الإلكترونية المناخ المناسب لزيادة الإنتاج ورفع كفاءته صناعات الحواسيب وبرمجياتها، والصناعة التكنولوجية وصناعات أخرى مرتبطة بها، مثل وسائط دعم التخزين الإلكترونية، والشبكات والاتصالات، التي تعد البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

ويتطلب انتشار التجارة الإلكترونية المزيد من هذه المنتجات مما يعمل على زيادة إنتاجها، وخاصة ان استخدام الوسائل الإلكترونية في التجارة يعمل على رفع مستوى الإدارة والتنظيم داخل المؤسسة، وتطوير أنشطة إنتاجيتها، مثل البحث على شبكة الإنترنت عن مصادر تمويل جديدة في الخارج، وإنتاج أنواع جديدة من السلع تتناسب طبيعة التجارة الإلكترونية، مما يعمل على دعم اقتصاديات الدول.¹

¹شذى خليل، نفس المرجع السابق

المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات والاستثمار وسوق رأس المال :

نتطرق في هذا المطلب إلى أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات والاستثمار وسوق

رأس المال

الفرع الأول: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات

تساعد التجارة الإلكترونية في زيادة التجارة الخارجية، وخاصة الصادرات، وذلك بتسهيل الوصول للأسواق العالمية، وعقد صفقات تجارية بسهولة وسرعة دون أية قيود إدارية أو تجارية، والاستجابة لتغيرات طلب المستهلكين، وتسويق المنتجات المحلية في هذه الأسواق، مما يزيد صادرات هذه الدول.

وتعمل التجارة الإلكترونية على زيادة تجارة الخدمات بين الدول، ويمثل هذا القطاع % 60 من إجمالي الإنتاج العالمي، ومع ظهور تقنية المعلومات والاتصالات الحديثة جعل التجارة الإلكترونية تسهل عملية التقارب بين المستهلكين والمنتجين وأزالت المسافات الجغرافية.¹

الفرع الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الاستثمار

تخلق التجارة الإلكترونية فرصا استثمارية جديدة، وخاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لأنها تؤدي دورا مهما في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، فانتشار التجارة الإلكترونية يتطلب زيادة الإنتاج في هذا القطاع، وتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار نحوه؛

¹ Areport prepared by unido and ITS ; OP.Cite ;P 17

لتطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وبالتالي زيادة الاستثمار في قطاع التكنولوجيا والاتصالات، الذي يعمل على دعم الاقتصاد القومي.

الفرع الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على سوق رأس المال ¹:

تؤثر التجارة الإلكترونية على سوق رأس المال، إذ يتم تبادل رؤوس الأموال بين وحدات الفائض " المدخرون "، ووحدات العجز " المستثمرون "، من خلال إصدار الأسهم والسندات طويلة الأجل، والذي يؤدي دورا كبيرا في تنشيط الاستثمار، وتحقيق النمو الاقتصادي، فالتجارة الإلكترونية تعمل على زيادة فاعلية بورصات الأوراق المالية، حيث يتم إبرام عقد الشراء والبيع للأوراق المالية المتداولة بالبورصة، وإمكانية الحصول على المعلومات عن هذه الأوراق المتداولة بسرعة، وإصدار أوامر البيع والشراء لسماسة، ويتم كل ذلك إلكترونياً، فالتجارة الإلكترونية تعطي مرونة كبيرة من خلال ما توفره من تعاقدات أو أوامر للبيع أو الشراء، من خلال البريد الإلكتروني أو الإلكترونية حديثة تستخدم في التداول، وتوفير معلومات سريعة عن السوق للمستثمرين، لا يستطيع السماسرة توفير هذه المعلومات عن الأوراق المالية المتداولة في السوق بسرعة في بعض الأوقات.

¹ شذى خليل ، مرجع سبق ذكره

المطلب الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على قوة العمل

معظم دول العالم النامية والمتقدمة، تعاني مشكلات تتعلق بالبطالة وعدم توافر وظائف تستوعب الأيدي العاملة، وإن التجارة الإلكترونية يمكن أن تحقق ميزات للاقتصاد الوطني للدولة في مجال التوظيف من ناحيتين:

الأولى: أنها تحقق فرصا جديدة للتوظيف، بإقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، ولا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، الأمر الذي يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة.

الثانية: توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في عدة مجالات ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثلًا متخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية، إضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها .

إن استخدام التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن الوظائف التقليدية وإحلال وظائف ذات مهارة جديدة محلها، الأمر الذي يتطلب تدريب العمالة على استخدام التقنية حتى تستطيع أن تدخل حلبة المنافسة وتفوز بوظائف.¹

¹شذى خليل، نفس المرجع السابق

مما يعني ان التجارة الإلكترونية تؤثر سلبا في الوظائف اليدوية والعمالة غير المؤهلة ولكنها تؤثر إيجاباً في العمالة المدربة تقنيا حيث تستطيع أن تجد وظائف بسهولة، وتساعد على استحداث مسميات وظيفية وتخصصات لم تكن مطلوبة أو معروفة من قبل.

❖ التجارة الإلكترونية والدول العربية :

تعاني التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ضعف التسويق وذلك إذا قارنا حجم التسوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، فهي ضعيفة، حيث يجب على المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة العمل على مواكبة التطور الحاصل في التعاملات التجارية.

بحيث تكون التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضاً، وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف الحذر والمتردد تجاه التجارة الإلكترونية، على عكس دول أخرى تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو

الاقتصادي.¹

ونصل الى نتيجة أن التجارة الإلكترونية تساعد على الحد من مشكلة البطالة بتوفير

فرص عمل جديدة، وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وصناعة المعرفة،

¹شذى خليل، نفس المرجع السابق

وتعمل على تسهيل الأعمال الفردية الحرة والمشاريع الصغيرة، والعمل من المنزل، وزيادة فرص العمل لذوي الاعاقة، واثاحة فرصة العمل للمرأة من المنزل دون الاضطرار للعمل في الخارج، إلا أنها تتطلب عمالة فنية متخصصة ومدرية قادرة على التعامل مع تطبيقاتها .

الخاتمة

في عالم طغت فيه لغة العلم و المعرفة، و أصبح التقدم التكنولوجي السريع و المستمر هو محرك الاقتصاد العالمي، أضحي لازماً على الدول أن تعمل على مواكبة التطورات الحاصلة و تسخير العلم و التكنولوجيا لخدمة الاقتصاد و ، بالتالي اغتنام الفرص التي تتاح جراء ذلك، و بعبارة أدق لابد أن تدعم ذلك ببناء قدراتها في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لدورها الفعال في إيجاد المعارف و نشرها، كما أن تأثيرها يشمل الاقتصاد بأسره بفعل استخدامها و تطبيقها في مختلف قطاعاته ، و من بين هذه التطبيقات التجارة الإلكترونية التي أخذت منذ ظهورها تنتشر في الاقتصاديات المتقدمة بسرعة كبيرة وتحقق نتائج فاقت كل التوقعات، هذه التجارة التي اختصرت الزمن و المسافة و تجاوزت كل الحدود، أصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري السائد في اقتصاد العالمي.

وعليه ومن خلال دراستنا التي كانت حول دور التجارة الإلكترونية في الاقتصاد العالمي كانت لنا بعض من النتائج كما يلي:

- عملت التجارة الإلكترونية على توسيع السوق حتى يصل إلى نطاق دولي وعالمي.
- عملت على تخفيض تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الإلكترونية.
- مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها وفقاً لما يرغبه المشتري

- لم يستطع العالم لحد الآن الاستفادة من جميع فوائد التجارة الإلكترونية لعدم توفره على متطلباتها، و لغياب الوعي بأهميتها، فهو يعاني من فجوة رقمية كبيرة تشكل شبكة الانترنت محورها الرئيسي، مما حال دون مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان العلمي و التكنولوجي .

قائمة المراجع

❖ المؤلفات باللغة العربية:

- إبراهيم بختي: التجارة الإلكترونية "مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005
- أحمد عبد الخالق: التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر، 2006
- بشير العلاق: التسويق الإلكتروني دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010،
- دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم: التجارة الإلكترونية، ط5، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2013
- سعد غالب ياسين: أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- سعد غالب ياسين: الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010،
- سليم سعداوي: عقود التجارة الإلكترونية، دار الخلدونية، الجزائر 2009
- طارق طه :التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعية ، الإسكندرية ، 2008

• عامر خطاب: التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2006

• كويك نوتس: التجارة الإلكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، مصر ، 2006 .

• محمد صالح الحناوي وآخرون :مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا ،الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع،الإسكندرية، 2004.

• محمد نور صالح الجداية: التجارة الإلكترونية ،دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، 2009،

• منير محمد الجنيهي :النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي ، 2006 .

• ناصر خليل :التجارة والتسويق الإلكتروني ، دار أسامة للنشر ، الأردن ، 2009.

• ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبدالات: الصيرفة الإلكترونية ،دار وائل للنشر، 2008،

• خضر مصباح الطيطي: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية "من منظور تقني وجاري وإداري"، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008

▪ أطروحات مذكرات التخرج:

❖ فاطمة الزهراء قندوز: التجارة الإلكترونية "تحدياتها وآفاقها في الجزائر" ، " أطروحة

دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ، 2013.

❖ مسعود جماني: أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة ، رسالة

ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2008

❖ إيمان العاني: البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية ،رسالة ماجستير كلية

العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2007

❖ حمد تقوروت: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، تخصص: نقود

ومالية، جامعة الشلف ، 2005

❖ عمار لوصيف :إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين "مع الإشارة

إلى تجربة الجزائر " ، مذكرة ماجستير، تخصص التحليل والإشراف الاقتصادي،

جامعة منتوري، قسنطينة ، 2009

■ ملتقيات ومحاضرات

❖ يوسف مسعداوي، جميلة سعيدي: وسائل الدفع الإلكتروني ،الملتقى الدولي "عصرنة

نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في

الجزائر ،جامعة البليدة، الجزائر، 2011

❖ كمال رزيق، فارس مسدود: محاضرات الملتقى الدولي الوطني الأول حول الاقتصاد

الجزائري في الألفية الثالثة ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

البليدة، 2004

▪ المواقع الإلكترونية

- Areportprepared by unido and ITS ; statusopportunities and challenges of brices E- COMMERCE ; for submission to the BRICS tradeministers meeting shanghai ; china 2 august 2010 ;p10
;http://www.intracen.org/uploadfiles/intracenorf/content/publicationst/brics%20Ecommerce%20_status%20opportunities%20and%20challenges_22AUG2017_final(1).pdf
- شذى خليل، التجارة الإلكترونية تحدث إنقلابا في الاقتصاد العالمي، مركز الروابط للبحوث و الدراسات الإستراتيجية، <http://rawabetcentre.com/archives/6102>

المخلص:

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات، و أوجدت عدة خدمات جديدة كالتجارة الإلكترونية التي حققت معدلات مرتفعة في نموها و انتشارها خلال فترة وجيزة، نظرا لما تتمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على القدرات التنافسية للدول، و رغم بعض المشاكل التي يمكن إيجاد حلول لها مع مرور الزمن.

إن الغرض من دراستنا هذه إلقاء الضوء على مفهوم التجارة الإلكترونية و التأثيرات الإيجابية على الاقتصاد العالمي و التعرف على أهميتها البالغة في الاقتصاد العالمي، و قد سمحت لنا معالجة الموضوع بالتعرف على مقومات هذه التجارة من قاعدة تكنولوجية و رأسمال فكري و إطار قانوني ملائم و وسائل للدفع الإلكتروني و بنية تحتية متطورة للنقل و التوزيع، و إبراز فوائدها خاصة من حيث تخفيض التكاليف و تلبية احتياجات الزبائن و اختصار الزمن و المسافة.

الكلمات المفتاحية:

1/ التجارة الإلكترونية /2/ الاقتصاد العالمي /3/ التكنولوجيا /4/ التجارة

Abstract :

Information and communications technology has changed many aspects of the lives of societies, and created several new services such as e-commerce, which achieved high rates of growth and spread within a short period, due to its characteristics that make it have a significant impact on the competitive capabilities of countries, despite some problems. Which solutions can be found over time.

The purpose of our study is to shed light on the concept of electronic commerce and its positive effects on the global economy and to identify its extreme importance in the global economy. Addressing the subject allowed us to identify the components of this commerce from a technological base, intellectual capital, an appropriate legal framework, and means of payment. It also includes an advanced infrastructure for transportation and distribution, highlighting its benefits, especially in terms of reducing costs, meeting customers' needs, and shortening time and distance.

key words:

1/ E-commerce 2/ The global economy 3/ Technology 4/ Trade