

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

قسم علم الاجتماع



جامعة الشاذلي بن جديد

UNIVERSITE CHADLI BENDJED

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الإعلام والاتصال

بغنوان :

- دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة

الإلكترونية

- دراسة ميدانية بالوكالة التجارية لإتصالات الجزائر -الطارف-

الأستاذ المشرف

أونيسي خالد

إعداد الطالبة:

بوعالية منية

لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الطارف	أستاذ تعليم عالي	إلياس شرفه
مشرفا ومقررا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر ب-	أونيسي خالد
عضوا ممدحا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر أ-	عثمان مرير

السنة الجامعية : 2020/2019

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

قسم علم الاجتماع



جامعة الشاذلي بن جديد

UNIVERSITE CHADLI BENDJED

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الإعلام والاتصال

بغنوان :

- دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية

- دراسة ميدانية بالوكالة التجارية لإتصالات الجزائر -الطارف-

الأستاذ المشرف

أونيسي خالد

إعداد الطالبة:

بوعالية منية

لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الطارف	أستاذ تعليم عالي	إلياس شرفته
مشرفا ومقررا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر ب-	أونيسي خالد
عضوا ممنحنا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر أ-	عثمان مريم

السنة الجامعية : 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

اولا شكري هو الله رب العالمين الذي رزقني العقل
وحسن التوكل عليه سبحانه وتعالى نحمده ونشكره على
نعمة وحسن عونه ونصلي ونسلم على خاتم الأنبياء
والمرسلين صلوات ربي وسلم عليه بعظيم شكري
وامتثاني الى استاذي الكريم أونيسي خالد بالاشراف
على هذه المذكرة وما قدمه لي من وقت وجهد صادق
وعون مخلص في سبيل إثراء هذه المذكرة واعدادها
بشكلها ومضمونها.

والى كل عمال جامعة الشاذلي بن جديد وخاصة كلية
العلوم الاجتماعية والإنسانية.

والى كل من ساهم في انجاز واطمام هذا العمل من قريب
أو بعيد

لكم مني جزيل الشكر



اهداء

اهدي هذا العمل إلى الوالدين الكريمين
حفظهما الله وأطال عمرهما وإلى زوجي
الغالي والحنون وإلى كل أفراد العائلة كلُّ
باسمه، إلى كل الزملاء الذين عرفتهم في
حياتي، وكل زملاء الدراسة، إلى كل الأساتذة
وطلبة العلم، وإلى كل من يتمنى لي النجاح
والتوفيق في حياتي.



ملخص

هدف هذا البحث إلى دراسة دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية حول ما يتعلق بالأنترنت ومدى قدرتها على تسهيل عملية التجارة الإلكترونية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة عشوائية على عمال مؤسسة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطارف-، قوامها 20 مفردة، وقد خلصت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يرون بأن المؤسسة تعتمد على الأنترنت وأن الطرق التي تستخدمها الوكالة في الترويج لمنتجاتها تتم عبر الأنترنت، وأن تقديمها للخدمات تتم عن طريق العملاء.

الكلمات المفتاحية: -الأنترنت، التجارة الإلكترونية.

Summary

The aim of this research is to study the role of the Internet in facilitating the process of e-commerce about what is related to the Internet and its ability to facilitate the process of e-commerce. The descriptive and analytical method was used on a random sample of workers of the Commercial Agency for Communications Algeria – at Al Taref –, consisting of 20 items, and it was concluded The study indicated that most of the respondents believe that the institution relies on the Internet and that the methods used by the agency to promote its products are done via the Internet, and that its provision of services is through clients.

key words: Internet, e-commerce.

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
اهداء	
ملخص	
Summary	
فهرس الأشكال	
فهرس الجداول	
مقدمة	Erreur ! Signet non défini.
الفصل الأول: الإطار المفهمي والمنهجي للدراسة	
تمهيد	4.....
الإشكالية:	5.....
1-أسباب إختيار الموضوع:	6.....
أ-الأسباب الذاتية:	7.....
ب-الأسباب الموضوعية:	7.....
2-أهميته:	7.....
3-أهداف:	7.....
أولا-تحديد المفاهيم:	8.....
1-مفهوم الدور:	8.....
أ-لغة	8.....
ب-إصطلاحا:	8.....
ج- اجرائيا:	9.....
2-تعريف التجارة الإلكترونية:	9.....
الدلالة الإصطلاحية:	9.....
ج-الدلالة الإجرائية:	11.....

11.....	الدراسات السابقة:
11.....	1/الدراسات العربية:
Erreur ! Signet non défini.....	أ/في الجزائر:
Erreur ! Signet non défini.....	ب/في سوريا:
13.....	2-الدراسات الأجنبية:
Erreur ! Signet non défini.....	أ/في بريطانيا:
14.....	ثانيا: الإطار المنهجي:
14.....	1-المنهج المستخدم:
14.....	المنهج الوصفي:
15.....	2-مجالات الدراسة:
15.....	2-1-المجال المكاني:
15.....	2-2-المجال الزمني:
15.....	2-3-المجال البشري:
17.....	أدوات جمع البيانات:
17.....	1/الملاحظة:
17.....	2/المقابلة:
18.....	3/الإستمارة:
19.....	4/العينة
20.....	خلاصة الفصل:
الفصل الثاني: تقنية شبكة الأنترنت	
22.....	تمهيد
23.....	المبحث الأول: ماهية شبكة الأنترنت:
23.....	1-نبذة تاريخية عن تطور شبكة الأنترنت

30.....	2-كيف تعمل الأنترنت؟
30.....	3-خصائص الأنترنت:
31.....	أولا: الأنترنت عالم غير محدود:
31.....	ثانيا: لا يملك الأنترنت أحد ولا يسيطر عليها أحد:
31.....	ثالثا: الأنترنت لا تفرق مستخدميها:
32.....	رابعا: من الصعب ضبط الأنترنت:
32.....	خامسا: الأنترنت متجددة باستمرار:
32.....	سادسا: الأنترنت منخفضة التكلفة:
33.....	سابعا: الأنترنت تتسم بالسرعة:
33.....	ثامنا: الأنترنت مركز توثيقي ضخم لكل النشاط الإنساني:
33.....	تاسعا: المعلومات الموجودة في الأنترنت:
34.....	المبحث الثاني: الخدمات والوظائف العامة لشبكة الأنترنت
34.....	1-أهمية شبكة الأنترنت وكيفية الإستفادة منها:
36.....	2-الخدمات العامة لشبكة الأنترنت:
36.....	1.البريد الإلكتروني Email:
37.....	2.خدمات المحادثة TALK:
38.....	3.خدمة مجموعة الأخبار:
38.....	4.خدمات الأرشيف Archive:
39.....	5.الدرشة الجماعية Relay chat:
39.....	6.المجلات الإلكترونية والكتب:
39.....	7.الألعاب Games:
40.....	8.خدمات التلنت Telenet:
40.....	3-وظائف شبكة الأنترنت:

40.....	أولاً: الوظيفة الإتصالية:
41.....	ثانياً: الوظيفة الترفيهية:
42.....	ثالثاً: الوظيفة التنقيفية:
44.....	رابعاً: الوظيفة الإخبارية والإعلامية:
44.....	خامساً: الوظيفة الإعلانية:
46.....	سادساً: وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:
47.....	سابعاً: إشباع الحاجات:
47.....	أ. الحاجات المعرفية:
47.....	ب. الحاجات العاطفية:
47.....	ج. حاجات الإندماج الشخصي:
48.....	د. حاجات الإندماج الإجتماعي:
48.....	هـ. الحاجات الهروبية:
49.....	المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات شبكة الأنترنت:
49.....	1- إيجابيات شبكة الإنترنت:
50.....	1. الحصول على المعلومات:
51.....	2. التجارة الإلكترونية:
53.....	3. توفير الوقت:
54.....	5. التعليم والبحث العلمي:
56.....	2- سلبيات شبكة الإنترنت:
56.....	1. العزلة:
57.....	2. الإثارة الذهنية:
57.....	3. إدمان الإنترنت:
58.....	4. انتشار جرائم الإنترنت:

59.....	خلاصة
	الفصل الثالث: التجارة الالكترونية
61.....	تمهيد:
62.....	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية.....
62.....	تعريف التجارة الالكترونية:.....
63.....	المسار التاريخي للتجارة الالكترونية و مجالاتها.....
67.....	مستويات التجارة الالكترونية ⁽⁰⁾ :.....
68.....	المبحث الثاني: تطبيقات التجارة الالكترونية.....
68.....	خصائص و مزايا التجارة الالكترونية:.....
72.....	فوائد وقيود التجارة الالكترونية.....
72.....	فوائد التجارة الالكترونية.....
75.....	تحديات التجارة الالكترونية قيود:.....
77.....	مقومات التجارة الالكترونية:.....
78.....	أنظمة الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية و التشريعات و الأنظمة للتجارة الالكترونية:.....
81.....	التشريعات والأنظمة للتجارة الالكترونية ⁽⁰⁾ :.....
83.....	المبحث الثالث: التجارة الالكترونية في الجزائر.....
83.....	واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.....
84.....	وسائل التجارة الالكترونية في الجزائر.....
85.....	تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر و الفوائد المستقبلية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري:.....
89.....	المبحث الرابع: دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية:.....
89.....	دور الانترنت عن التجارة الالكترونية:.....
91.....	خطط الاستثمار عبر الانترنت:.....
92.....	امن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت:.....

99.....	خلاصة
الفصل التطبيقي: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية —	
101.....	تمهيد
102.....	المحور الأول: عرض وتحليل البيانات العامة المتعلقة بالمبحوثين:
105.....	المحور الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالدور الإيجابي للإنترنت:
113.....	المحور الثالث: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:
120.....	المحور الرابع: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالطرق والآليات المستخدمة على الإنترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية:
127.....	خامسا: النتائج العامة للدراسة:
Erreur ! Signet non défini.....	خاتمه
133.....	قائمة المصادر والمراجع.....
141.....	الملاحق

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
16	الشكل رقم (1): الإطار الهيكلي للمؤسسة	01

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الجدول رقم (01): مراحل التطور التاريخي للتجارة الالكترونية	67
02	الجدول رقم 02: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	104
03	الجدول رقم 03: متغير السن	105
04	الجدول رقم 04: يبين متغير التخصص في المهنة	106
05	الجدول رقم 05: يبين متغير الخبرة المهنية	107
06	الجدول رقم 06: يبين اعتماد المؤسسة على الانترنت	108
07	الجدول رقم 06-أ: يبين أسباب إعتماء المؤسسة على الأنترنت بكثرة	109
08	الجدول رقم 07: يبين طبيعة موقع المؤسسة على الأنترنت	110
09	الجدول رقم 08: عدد الطلبات التي يستقبلها موقع المؤسسة في اليوم	111
10	الجدول رقم 09: يوضح مدى توفير الأنترنت الكثير من الامتيازات التجارية لصالح المؤسسة	112
11	الجدول 10: يبين أكثر السلع والخدمات طلبا من طرف المستهلك عبر الأنترنت	113
12	الجدول رقم 11: يبين مدى تشجيع المؤسسة للأفراد على استعمال شبكة الأنترنت	114
13	الجدول رقم 12: يوضح مدى اعتماد المؤسسة بكثرة على البريد الإلكتروني في التعاملات	115
14	الجدول رقم 13: يبين موقع الريح للمؤسسة من التجارة الإلكترونية	116
15	الجدول رقم 14: يوضح إحصائيات المؤسسة حول التجارة الإلكترونية	117

117	الجدول رقم 15: يبين العراقيين التي تواجهها التجارة الإلكترونية	16
119	الجدول رقم 16: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية مستقبلا	17
119	الجدول 17: يبين تلقي التجارة الإلكترونية دعما من الدولة	18
120	الجدول رقم 18: يوضح وجود قوانين تنظيم التجارة الإلكترونية في المؤسسة اتصالات الجزائر بالطرف	19
121	الجدول رقم 18-أ: يبين القوانين التي تنظم التجارة الإلكترونية في المؤسسة إتصالات الجزائر بالطرف	20
122	الجدول رقم 19: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية من خلال علاقتها بالإقتصاد الرقمي	21
123	الجدول رقم 20: يوضح وجود طرق تستخدمها المؤسسة لترويج منتجاتها	22
124	الجدول رقم 20-أ: يوضح كيفية ترويج المؤسسة إتصالات الجزائر لمنتجاتها	23
125	الجدول رقم 21: يوضح الطرق الدفع المعتمدة من قبل المؤسسة عبر موقع الأنترنت	24
126	الجدول رقم 22: يوضح كيفية تقديم المؤسسة للخدمات	25
126	الجدول رقم 23: يوضح مدى وجود حماية لموقع المؤسسة عبر الأنترنت	26
127	الجدول رقم 24: يوضح ضرورة استخدام المؤسسة لشبكة الأنترنت في المجال التجاري	27
128	الجدول رقم 25: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية من البنية التحتية للاتصالات من وجهة نظر موظفي المؤسسة اتصالات الجزائر الطرف	28

128	الجدول رقم 26: يوضح مدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الإقتصاديين	29
129	الجدول رقم 26-أ: يوضح مدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الإقتصاديين	30

المقدمة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن 20 العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

وإن امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخدامات للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين ، ومن حيث المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية.

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

وقد يوفر النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا

بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، إلا أن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، لذلك استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصائصها.

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل والتدقيق وتبسيط الضوء على مكوناته وجوانبه وبالتالي تتمكن من بلورة رؤية واضحة مساعدة ، فقد قمنا بتجزئة هذا البحث إلى خمسة (05) فصول:

الفصل الأول: الإطار المفهمي والمنهجي.

الفصل الثاني: يتناول عرض لتقنية شبكة الأنترنت من خلال ماهية شبكة الأنترنت ووظائفها وخصائصها وخدماتها وبالإضافة إلى التطرق إلى إيجابياتها وسلبياتها.

أما الفصل الثالث: يتناول التجارة الإلكترونية من خلال ماهية التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها الممثلة في المقومات ووسائل الدفع الإلكتروني والإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ثم دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية.

وأخيرا الفصل الرابع: الدراسة الميدانية للبحث.

وفي الاخير ختمتها بخاتمة ونتائج.

الفصل الأول

الإطار المفهومي والمنهجي للدراسة

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل الإطار المفهمي والمنهجي للبحث، حيث يشمل الإطار المفهمي للبحث على الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع، وكذلك أهداف الدراسة وأهميتها وتحديد المفاهيم الأساسية المستخدمة، إضافة إلى عرض عدد من الدراسات السابقة، أما الإطار المنهجي فقد تضمن المنهج المستخدم ومجالات الدراسة وأدوات جمع البيانات.

الإشكالية:

تعتبر التجارة الإلكترونية ظاهرة إنسانية نشأت منذ خلق الله الأرض وما عليها، وهي قديمة قدم الحياة، كانت في القديم تتطلب السفر والهجرة والترحال من بلد لآخر وقطع مسافات بعيدة، كما كانت التبادلات التجارية تتم وجها لوجه بين البائع والمشتري وتعتبر التجارة عن نشاط تجاري واقتصادي تثمر من خلال تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها.

وأصبحت جميع التعاملات التجارية حاليا تتم بكبسة زر دون بذل أي جهد من خلال الاعتماد على شبكة الأنترنت ومع إنفتاح العالم وتحرر تقنية المعلومات والاتصالات، برزت التجارة الإلكترونية كأسلوب حديث لعرض وتقديم البضائع والسلع والخدمات، ينتج عن استخدامها تحسين في أداء مؤسسات الأعمال وفتح الأسواق العالمية وبالتالي أصبحت للأنترنت دور مهم في حدوث تغيرات جوهرية في بنية العمل التجاري والتي حولت العالم إلى قرية صغيرة يتم تناول المعلومات فيها بطريقة إلكترونية ومن المفاهيم الجديدة التي أحدثتها الثورة العلمية والتقنية الحديثة مجتمع المعلومات الذي يعتمد أساسا على المعلومات كمورد استثماري وكسلعة استراتيجية وكخدمة، كما أنها مصدر للدخل القومي ومجال للقوة العاملة والذي تتاح فيه الاتصالات العالمية وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة، كما توزع توزيعا واسعا وتصبح فيه المعلومات بكميات ضخمة، كما توزع توزيعا واسعا وتصبح فيه المعلومات مؤثرة على الاقتصاد.

ومن مظاهر مجتمع المعلومات الحكومة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني، الصحة الإلكترونية، التوظيف والنشر الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية، وتعتبر هذه الأخيرة كل ما يتعلق بالمعاملات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات وقد اعتبرها المحللون الاقتصاديون بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية

كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات والترويج لها وقد ترتب على ذلك تحول جذري حيث تراجع الاقتصاد الصناعي بخطى متسارعة لصالح الاقتصاد الرقمي وأصبح العصر الحالي هو عصر اقتصاد الإنترنت بفقرات كبيرة نتيجة للتطور السريع والمتلاحم في شبكة الأنترنت¹.

ومن الواضح أن التطور في التجارة الإلكترونية على مستوى العالم كبيراً جداً ومن هنا كان لزاماً على الدول العربية أن تحاول أن تتقدم في هذا المجال كما أنه توجد حاجة ملحة أيضاً إلى إدراك أن التجارة الإلكترونية لم تعد خياراً تقبل به أو نرفضه وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم.

وعليه يمكن طرح إشكالية بحثنا في السؤال المركزي الآتي: "إلى أي مدى تساهم الأنترنت في

تسهيل التجارة الإلكترونية وتنامي حجمها؟

وتتدرج ضمن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

1- كيف استفادت التجارة الإلكترونية من إيجابيات الأنترنت؟

2- ما مدى استخدام أفراد العينة للتجارة الإلكترونية في مدينة الطارف؟

3- كيف يتم الاعتماد عليها في داخل الوطن؟

1-أسباب اختيار الموضوع:

إن الأسباب التي تجعل أي طالب يهتم بهذا الموضوع أو ذلك دون غيره تعود في الأغلبية إلى

عوامل ذاتية وأخرى موضوعية.

¹ بسام نور، التجارة الإلكترونية، ط1، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2003، ص 110.

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في اكتشاف دور الأنترنت ومدى تأثيرها على المعاملات التجارية والاقتصادية.
- من أجل نيل شهادة الماستر.

ب- الأسباب الموضوعية:

- معرفة مدى سيطرة التجارة الإلكترونية عالمياً إذ أصبحت محرك جديد للتنمية الاقتصادية.
- موضوع التجارة الإلكترونية موضوع العصر وجديد بالنسبة للمواضيع الأخرى.
- معرفة كيف تساهم التجارة الإلكترونية في تطوير الاقتصاد الوطني من خلال عمليات التسويق الإلكتروني.

2- أهميته:

- تتجلى أهمية الدراسة في كونها تساهم في التعرف على مدى مساهمة الأنترنت في ترقية التجارة الإلكترونية باعتبارها وسيلة فعالة في التنمية الاقتصادية ولها صدى كبير داخل المجتمع.

3- أهداف:

- التعرف بالدور الذي تؤديه الأنترنت للتعريف بالتجارة الإلكترونية وترقيتها.
- محاولة زيادة الوعي والاهتمام في المجتمعات المحلية بأهمية التجارة الإلكترونية ودورها في التنمية الاقتصادية.
- ترقية التجارة الإلكترونية المحلية وتنميتها.
- مدى دور وفعالية الأنترنت في انتشار وتطوير المعاملات الاقتصادية والتجارية الإلكترونية.
- الكشف عن واقع التجارة الإلكترونية داخل الوطن.

أولاً-تحديد المفاهيم:

1- مفهوم الدور:

أ- لغة:

كلمة "الدور" مشتق من الفعل "دار"، "يدور"، "دورا"، الجمع "أدوار"، "الدور" الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعضه "الدور" عند المناطق توقف كل من الشيين على الآخر، مصدر "دار" ، "دار بـ"، "دار علي"، الدور مهمة ووظيفة، قام بدور" ، "لعب دورا" شارك بنصيب كبير الدور "ترتيب الشخص بالنسبة للآخرين خذ دورك في الصف⁽¹⁾.

ب- اصطلاحاً:

يقر "معن عمر خليل" بأن: "الأدوار تتمثل في وحدات اجتماعية تساهم في بناء المؤسسات الاجتماعية، كالمدرسة كمؤسسة اجتماعية وقد يتم تحليلها على أنها تضم مجموعة من أدوار خاصة بالتلاميذ والمعلمين تسود كل المدارس، وبالتالي فإن الدور يرتبط بالتنظيم الاجتماعي سواء كان مدرسة أو جمعية أو أية مؤسسة اجتماعية يمارس فيها الأفراد وظائف معينة"⁽²⁾.

يعرفه "نبيل صادق" على أنه: أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى وتبدو ملائمة لشخص يستغل مكانة في المجتمع، أو يشغل مركزاً محددًا في علاقات شخصية متبادلة مثل القائد"⁽³⁾.

1- بوعلام بن حمودة، المفتاح قاموس عربي أبجدي بسيط، ط2، دار الأمة، الجزائر، 1996، ص136.

2- معن عمر خليل، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص360.

3- نبيل صادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة المصرية، مصر، 1983، ص345.

يعرفه "محمد عاطف غيث" أنه "هو الوضع الذي يعين لصاحبه بغض النظر عن صفاته الشخصية وخدماته الاجتماعية ودرجة النفوذ والتأثير، وأن الفواصل الطبقيّة لا تقوم أساساً على الوظيفة ولكنها على المركز، وتختلف الدعائم التي يستند عليها هذا المركز باختلاف المجتمعات، والفترات التاريخية للمجتمع نفسه، ومن ضمن هذه الدعائم التي يستند عليها هذا المركز باختلاف المجتمعات، والفترات التاريخية للمجتمع نفسه، ومن ضمن هذه الدعائم والإمكانيات الفردية الثروة، والمهنة، السلطة، الامتياز العقلي..... إلخ"⁽¹⁾.

ج- اجرائيا:

هو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات وأوجه النشاط المرتبطة أو الأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، وتترتب على الأدوار إمكانية التنبؤ بسلوك الفرد في المواقف المختلفة ويتجدد الدور بما تفرضه الوظيفة من واجبات أو عن طريق النظام الهرمي للوظيفة.

2-تعريف التجارة الإلكترونية:

الدلالة الاصطلاحية:

قبل الإسراع نحو تعريف التجارة الإلكترونية يجب أن نعرف أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين⁽²⁾:

1-محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1995، ص394.

2-أسامة بدري محمد العاني، احتراف مواقع التواصل الاجتماعي، فيس بوك، أنستغرام، تويتر، لينك اديس، عمان، ط1، 2016، ص94.

الأول: التجارة: "Commerce": وهذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري وإق معروف لدينا ويتم من خلال تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها.

الثاني: الإلكتروني: "Electronic": والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجاري" باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل: شبكة الأنترنت، والشبكات والأساليب الإلكترونية.

ومما سبق يمكن أن تعرف التجارة الإلكترونية من وجهات نظر مختلفة⁽¹⁾:

الإتصالات Communication:

التجارة الإلكترونية وسيلة لتصيل البضائع والخدمات والمعلومات أو تنفيذ عمليات الدفع للشراء عبر شبكات الحاسوب أو عبر أي وسيلة إلكترونية أخرى.

التجارة Trading:

وسعت التجارة الإلكترونية نطاق إجراء عمليات البيع والشراء وتوفير الخدمات والمعلومات في الأنترنت وعبر الشبكات الحاسوبية.

المجتمع community:

وفرت التجارة الإلكترونية المكان المناسب لعناصر المح الإلكتروني للاستفادة من فرص التعليم والاحتكاك والتعاون مع العالم الآخر وعدم القوقعة في النظام المحلي.

1- ماطغي يوسف، اقتصاديات الأعمال الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص189.

ج-الدلالة الإجرائية:

ويمكن أن نلاحظ أن التجارة الالكترونية هي عمليات الاعلان والتعريف للبضائع والخدمات تم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الأنترنيت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع.

الدراسات السابقة:

1/الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة خولة فرحات: "أثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمات المصرفية- دراسة

حالة البنك الالكتروني (84003ط6300)", توصلت هذه الدراسة إلى:

- يستطيع البنك الالكتروني تقديم نفس الخدمات والمنتجات التي تقدمها البنوك التقليدية الأخرى. وذلك

لقاعدة عريضة من العملاء تصل إلى مائتي ألف عميا أو زبون:

- يساهم البنك في توفير الوقت والتكلفة من خلال الوسائل المتبعة في تقديم خدماته والتي تتم بطريقة

الالكترونية من خلال أحدث التكنولوجيات المستخدمة في مجال الصيرفة⁽¹⁾.

1-خلافية كريمة، دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي

أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2011-2012، ص6.

من خلال هذه الدراسة نلاحظ بأن هناك علاقة مباشرة وشبه وثيقة بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية من خلال الاشتراك في متغير وهو التجارة الإلكترونية وكذلك أهمية التكنولوجيا الحديثة في تسهيل التجارة الإلكترونية.

أما من حيث الاختلاف نجد أن للدراسة السابقة تركيز على مصطلح البنك الإلكتروني أما الدراسة الحالية تركز على أهمية الأنترنت في تسهيل عملية التجارة.

وما يعاب عليها أنه لا يوجد هناك منهج وعينة ودراسة جد مختصرة وغير معمقة.

الدراسة الثانية:

دراسة فادي سنكي: "التجارة الإلكترونية" هدف هذه الدراسة إعطاء مفهوم للتجارة الإلكترونية من خلال التعرض لخصائصها وأقسامها والتعرف على أنظمة السداد والدفع المستخدمة في ظل التجارة الإلكترونية وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من بينها ان الشركات العربية عموماً لا تدرك المزايا التي يمكن الاستفادة منها فيما إذا استخدمت التجارة الإلكترونية في أنشطة هذه المؤسسات وهذا راجع حسب نتيجة الدراسة إلى ضعف المؤهلات العلمية والخبرات ونقص الإطارات البشرية إضافة إلى عدم وجود بيئة قانونية وتشريعية في التعامل التجاري والضريبي في التجارة الإلكترونية.⁽¹⁾

من خلال هذه الدراسة نجد علاقة مباشرة في الدراسة السابقة والدراسة الحالية حيث تشترك معها في متغير أساسي وهو التجارة الإلكترونية وأهميتها خاصة للشركات العربية في تطوير اقتصادها.

1- صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص استراتيجية، 2013-2014، ص4.

أما من حيث الاختلاف نجد أن الدراسة السابقة تركز على مصطلح التجارة الإلكترونية من خلال مفاهيمها وأهميتها في حين الدراسة الحالية تركز على الأنترنت والتجارة الإلكترونية والعلاقة بينهما، وما يعاب عليها أنه لم توضع العينة والمنهج والتحليل.

2- الدراسات الأجنبية:

دراسة علام رشيد: "عوائق تطور التجارة في الوطن العربي" يهدف البحث إلى معرفة عوائق التجارة الإلكترونية في الدول العربية و الإسلامية و أهم التحديات التي تواجهها هاته الدول من أجل تطبيق هذه التجارة و قد خلصت هذه الدراسة ان الدول العربية والإسلامية تواجه تحديات مهمة في استخدام التجارة الإلكترونية» ومن بين هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية» ضعف الثقافة والوعي التقني والالكتروني بين عامة أفراد المجتمع» قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية» ضعف إمكانية وقد رأت المؤسسات التجارية في الدول الإسلامية للتحويل إلى الأنماط الإلكترونية ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات⁽¹⁾.

من خلال هذه الدراسة نلاحظ بأن هناك علاقة مباشرة في الدراسة السابقة والدراسة الحالية حول التجارة الإلكترونية.

أما من حيث الاختلاف نجد أن الدراسة السابقة تركز على العوائق التي تقف أمام تطور التجارة الإلكترونية أما دراستنا الحالية تركز على أهمية الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية. وما يعاب عليها أنها لا يوجد هناك عينة ومنهج وطرق التحليل.

1- نفس المرجع السابق، ص7.

ثانيا: الإطار المنهجي:

1- المنهج المستخدم:

من المهم اتباع منهج محدد عند دراسة الموضوع حيث أنه من الضروري اتباع المنهج الوصفي وهذا حسب طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها من الدراسة: "دور الانترنت من تسهيل عملية التجارة الالكترونية" وتعني كلمة المنهج بوزن المذهب والمنهاج هو الطريق الواضح وفي اللغة الانجليزية فإن كلمة تعني النظام والترتيب وطريقه عمل شيء، ومن هنا يمكن القول بأن المعنى الاصطلاحي فهو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل الاكتشاف الحقيقة أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار أو الإجراءات من أجل الكشف عن الحقيقة التي تجعلها أو من أجل البرهنة عليها للآخرين الذين لا يعرفونها⁽¹⁾.

المنهج الوصفي:

يهتم المنهج الوصفي بدقة بذكر الخصائص والمميزات لشيء الموصوف معبرا عنها بصورة كمية وكيفية ويكثر استخدامه في الدراسات الاجتماعية ويمكن تعريفه بأنه طريقة من طرق التحليل والتغيير بشكل علمي للوصول الى أعراض محددة، وضعية اجتماعية معينة أو هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة وتطبيقها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة⁽²⁾.

1- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003، ص 90.

2- نفس المرجع، ص 147.

2-مجالات الدراسة:

2-1-المجال المكاني:

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطارف-

2-2-المجال الزمني:

الفترة التي استغرقتها الدراسة أو البحث خاصة ما يتعلق منها بالجانب الميداني وقد استغرقت

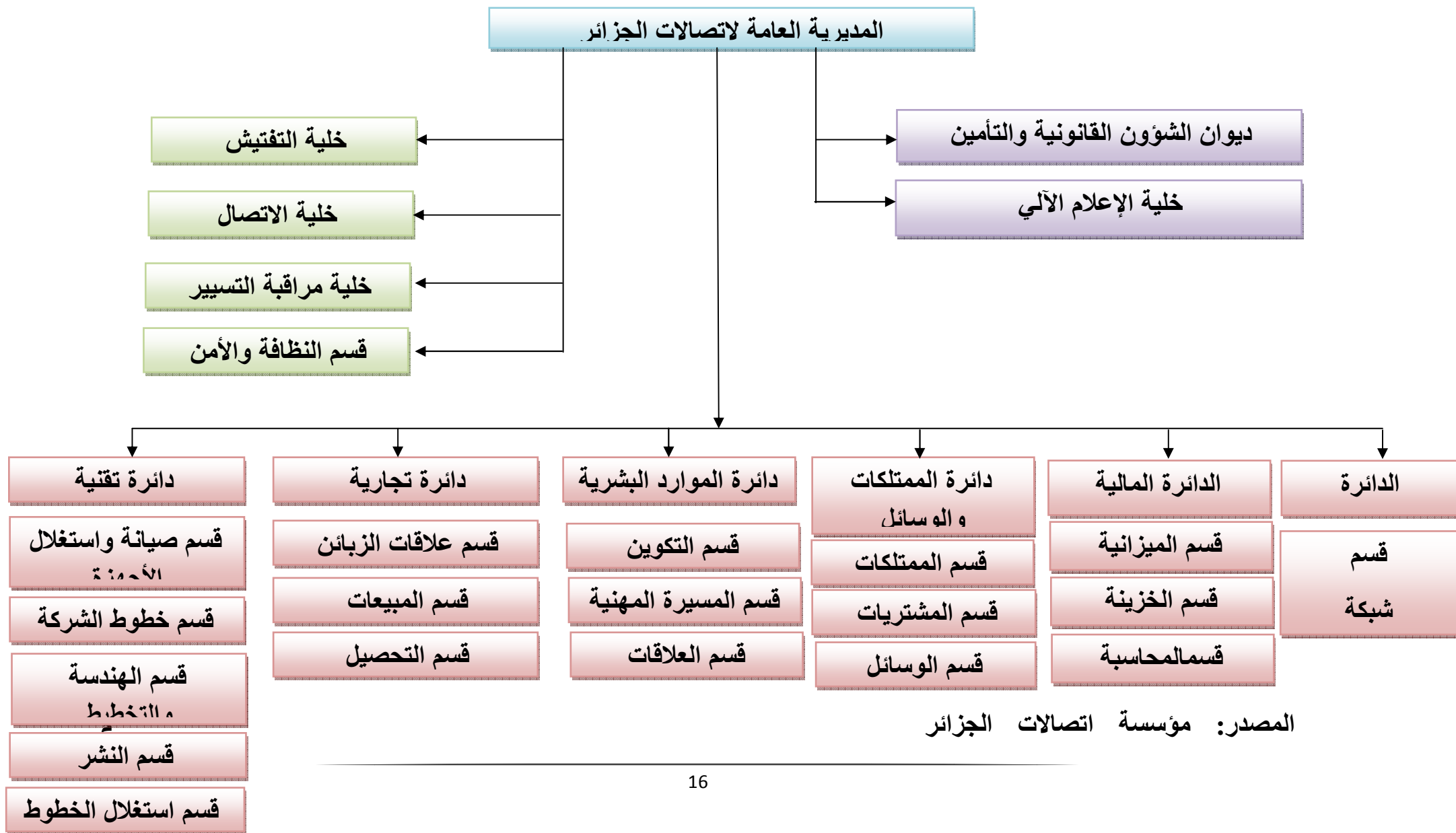
الدراسة من 25 أوت إلى غاية 3 سبتمبر 2020.

2-3-المجال البشري:

تمثل مجتمع البحث الذي تمت عليه الدراسة في مجموعة من العمال الذين يعملون في مؤسسة

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بالطارف.

الشكل رقم (1): الإطار الهيكلي للمؤسسة:



أدوات جمع البيانات:

إن الحصول على معلومات علمية وموضوعية فرض علينا اللجوء إلى استعمال منهجية في البحوث الاجتماعية والتي من خلالها استطعنا معرفة مختلف جزئيات وعناصر موضوع الدراسة وكذا تمكنا من تحقيق أهداف البحث وتمثل هذه الأدوات في: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.

1/الملاحظة:

هي تلك الأداة التي تجعل الباحث أكثر اتصالاً بالمبحوث والملاحظة العلمية تمثل طريقة منهجية يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محددة للكشف عن تفاصيل الظواهر ولمعرفه العلاقات التي تربط بين عناصرها، فهي تمثل الخطوة التي يبدأ عندها الباحث تمكناً من اكتشاف المشاكل وتشخيص الحقائق عن طريق الأدلة والبراهين للتوصل إلى النظريات والقوانين العلمية⁽¹⁾.

ولقد ساعدتنا الملاحظة من خلال القيام بالزيارات الاستطلاعية والاستكشافية لمؤسسة ميدان البحث في مفهوم طبيعة المهام والوظائف داخل ومعرفة الأوضاع الداخلية للمؤسسة.

2/المقابلة:

هي لقاء بين شخص المقابل الباحث أو من ينوب عنه الذي يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة على الأشخاص المستقبليين وجهاً لوجه ويقوم الباحث أو المقابل بتسجيل الإجابات على الاستمارة⁽²⁾.

1-جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته طرق إحصائية، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص ص 99-100.

2- الرفاعي أحمد حسين، مناهج البحث العلمي، ط4، دار وائل للطباعة والتوزيع، عمان، 2005 ص 203.

مبنى على هذه الوسيلة بهدف إجراؤها وجها لوجه مع المبحوثين ومن خلالها يتضح لنا موضوع الدراسة حيث قمنا بإجراء مقابلات مع بعض الدارسين حيث تمكننا في الزيارة الأولى بأخذ فكرة عامة عن المؤسسة المتماثلة في نشأتها وميلادها بالإضافة إلى الهيكل المؤسسات أهدافها ونشاطاتها.

3/الاستمارة:

هي أداة تتضمن مجموعه من الأسئلة أو الجمل الحيزية التي يطالب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث⁽¹⁾.

ولقد اعتمدنا على هذه الأداة من أجل اختصار الوقت والجهد والتكلفة ومعالجة البيانات الإحصائية بسهولة وكذلك جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث.

وقد ضمت الاستمارة الأسئلة المفتوحة حيث يطرح سؤالاً مغلقاً أن يحدث في الاجابات المطلوبة ويفيد المبحوث اختيار الإجابة ثم يتبعه سؤال مفتوح يقوم فيه المبحوث بتوضيح أسباب اختياره لإجابة معينة ويمتاز هذا النوع من الأسئلة بأنه يجمع ايجابيات الأسئلة المغلقة والمفتوحة.

وقد احتوت الاستمارة على 25 سؤال موزعين على أربعة محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية متضمنة أربعة أسئلة

المحور الثاني: الدور الإيجابي للإنترنت يتضمن سبعة أسئلة

المحور الثالث: التجارة الإلكترونية ويتضمن سبعة أسئلة

المحور الرابع: الطرق والآليات المستخدمة على الإنترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية ويتضمن سبعة أسئلة.

1- عودة احمد سليمان وزميله، اساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، دار الأمل للطباعة والتوزيع، ط2،

بيروت، 2000، ص 184.

بعد صياغة الاستمارة في شكلها النهائي تم توزيعها على أساس مجتمع الدراسة الذي اخذه عينة عشوائية بنسبة 50 أي 20 وتم توزيعها على أساس هذا العدد ولذا تم الاعتماد على 20 فرد لعينة الدراسة من 50 فرد.

$$\frac{50 \times 20}{100} \text{ العينة:}$$

4/ العينة:

تعد عملية اختيار العينة من أهم المراحل في الدراسة وبدون تحديد العينة لا يمكن التوصل إلى نتيجة وتعتبر مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج على كامل مجتمع الدراسة الأصلي⁽¹⁾.

تعتبر العينة خطوة يتحدد من خلالها المجتمع المراد تطبيق الدراسة عليه وذلك بتطبيق طريقة من مجموعة كبيرة من الطرق.

كما تعرف على أنها مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي للبحث الكلي تتضمن بعض العناصر التي يتم اختيارها منه، وذلك لغرض الحصول على معلومات وبيانات عن المجتمع نفسه⁽²⁾.

1- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999، ص84.

2- ناهد عبد زيد الدليمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص84.

خلاصة الفصل:

إن تناولنا الإشكالية والإطار المفهمي والمنهجي للدراسة كان مهما جدا في التوسع التدريجي في البحث المعمق لمتغيرات الدراسة ومؤشراتها، كما أن الإطار المنهجي قد قدم لنا فرصة التعرف على المسار والطريقة المنهجية العلمية التي نسير عليها في هذه الدراسة مستعينين في ذلك بمجموعة من الأدوات المنهجية كدليل المقابلة والاستمارة والذاتان يعتبران كأدوات منهجية محفزة ومشجعة على الحصول على الكثير من المعلومات التي تمكننا من تدعيم فصول الدراسة على المستوى النظري والميداني.

الفصل الثاني تقنية شبكة الإنترنت

تمهيد:

لقد استطاعت الأترنت في سنوات قليلة أن تغير نمط الحياة العصرية فهي أهم مورد للمعلومات في هذا العصر، وأكبر شبكة معلومات وموردا عالميا وجزء هام لا يتجزأ في حياة الناس، وفي أنشطتهم اليومية حيث أصبحت هذه الأخيرة من أهم معطيات الألفية الثانية، لكونها ضرورية في مختلف مجالات الحياة اليومية.

المبحث الأول: ماهية شبكة الأنترنت:

1- نبذة تاريخية عن تطور شبكة الأنترنت

كان لظهور شبكة الأنترنت تأثير واضح، وثورة كبيرة في عالم الاتصالات وتبادل المعلومات الهائلة على مستوى العالم، وكان لهذا الظهور تطور متراكم لهذه المعلومات والحقائق منذ تسجيلها أو رصدها وحتى الآن، بكل ما تحويه من خدمات عظيمة في مجال الاتصال والتواصل مع العالم بأسره. والذي أصبح من مفرداته الجديدة مصطلح القرية الكونية الصغيرة التي أشار إليها مارشال ماكلوهان بقوله: "أن الكمبيوتر هو الذي يعطي للتلفزيون أسباب وجوده المتميز تماما، كما يدل التلفزيون في الخمسينات وذلك بفضل تلك التقنية الجديدة والمتجددة التي تسمى بالإنترنت والتي منذ ظهور الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية والشرقي بقيادة الاتحاد السوفياتي سابقا، خاصة بعد إطلاق المركبة السوفياتية المشهورة سبوتنك سنة 1957م، والتي تعتبر أول قمر صناعي من صنع البشر⁽¹⁾.

ردت الولايات المتحدة الأمريكية على الاتحاد السوفياتي بفكرة التشبيك "الشبكة الكونية" التي تربط كل كمبيوترات العالم بأنها: "الوسيلة التي ستنجح لكل منها الاتصال مع الآخر عن طريق ما يسمى وكالة قومية أمريكية أسمتها وكالة مشروعات البحث المتقدمة المعروفة باللغة الإنجليزية بـ Advanced Research Projects Administration . باختصار "ARPAT" و قد تمكن علماء الأبحاث الأمريكيين عام 1969م من خلال تلك الوكالة من الاتصال ببعضهم البعض من خلال شبكة اختيارية من أربعة حواسيب و كانت تهدف" إلى خدمة الصناعات العسكرية الأمريكية من أجل تبادل المعلومات العسكرية

1- مي عبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، لبنان،

السرية والمشاركة في الحلقات الموجودة على الشبكة عن طريق استخدام الشبكة كوسيلة اتصالات الأكاديمية السرية التي تشارك فيها مئات المعاهد المتخصصة للاتصال فيما بينها"⁽¹⁾.

ولقد تبنت الحكومة الأمريكية رسمياً شبكة أريانت كشبكة دفاع DDN work Net data Defense تزامناً مع اعتمادها في معظم الجامعات الأمريكية، حيث تم تعريف بروتوكولات تلك الشبكة – الأريانات – ARPANET الأصلية من قبل مجموعة من الطلبة الممتازين الذين كانوا ينتمون إلى أربع جامعات رئيسية لها اهتمامات تتعلق بالإنترنت وموضوعها و هي جامعة ستانفورد، جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس و سانت باربارا و أخيراً جامعة بوتان سانت لابل ستي⁽²⁾.

وفي سنة 1970 قامت مجموعة بحث بقيادة Crocher.S بتصميم بروتوكول يسمح لجميع الحواسيب التي تضمها شبكة الإنترنت بالاتصال ببعضها و سمي بروتوكول التحكم في الشبكة MCP ، وخلال ندوة تم عقدها بواشنطن سنة 1972م قدم Khan أول عرض لـ ARPANET على وفود كانت تمثل مشاريع مشابهة في كل من إنجلترا، السويد، النرويج، كندا و اليابان و تم إنشاء مجموعة عمل حول شبكة دولية سميت INWG، و عين cerf Winton على رأس هذه المجموعة و في شهر مارس من نفس السنة قام Tom.Rlinson بتصميم أول برنامج يسمح بإرسال واستقبال البريد الإلكتروني عبر

1- محمد علي حوات، العرب والعلامة شجون الحاضر وغموض المستقبل، مكتبة مدبولي، مصر، 2002، ص76.

² جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والإنترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص68.

الشبكات المحورية وابتداء من سنة 1973م تم ربط مراكز في كاليفورنيا وهاواي بفضل الأقمار الصناعية، وفي منتصف نفس السنة التحقت جامعة لندن ومركز النرويج إلى مشروع الأربانت⁽¹⁾.

وقد تم استخدام ما يسمى بنقل القوالب Switching Paquets في تكنولوجيا الاتصالات الأربانت. و هو الاستخدام الذي كتب حوله rochKlion Leonard سنة 1963م مقالا يناقش فيه فكرة أو نظرية تبادل الطرود التي ساهمت بشكل كبير في نشأة الشبكة حيث يتم من خلالها: " تقسيم الرسالة إلى عدة أجزاء توضع في طرود تحمل خصوصيات المرسل و المستقبل. و تنتقل هذه الطرود بصفة منفردة عبر قنوات مختلفة إلى و هذا هو المبدأ الذي 39 أن تصل إلى المستقبل أين يفرغ وينظم محتواها لتشكل الرسالة الأصلية من جديد." تنتقل عبره كل المعلومات و الرسائل عبر الشبكة مما يفسر ظهور صفحات الانترنت تدريجيا⁽²⁾.

أما في سنة 1974م كان هناك ظهور شبكات أخرى بجانب الأربانت مثل شبكة. Net CS أي Computer Work Net Sciences وتعني شبكات علوم الكمبيوتر، وكذلك شبكة Net Bit وهي اختصار لـtime s'itBecause there s'itBecause : وتعني لأنه هناك ولأنه الوقت، وكانت قد أنشئت لاستخدامات علمية وتعليمية من خلال الاتصالات الدولية، ومع زيادة انتشار الشبكة وتغطيتها لأكثر من 200 موقع وبعدمها كانت موضوعة لربط الكمبيوترات العسكرية الأساسية خاصة تلك المتحكمة في الصواريخ العابرة للقارات والمشاريع النووية واستخدامها كأداة لوصول مراكز حلف الناتو في مختلف قارات

1- نور الدين بومهرة، الأنترنت مفهومها وتجلياتها والآثار المترتبة عن استخدامها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 12، الجزائر، جوان 2005، ص218.

2- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص68.

الأرض تحولت إلى شبكة واسعة الاتصالات العسكرية فباتت تعرف بالميلي نات. التي وضعت بدورها قيد الاستعمال المدنية بعدما تزايد التداخل بين الأبحاث العسكرية و المدنية خاصة للربط بين كومبيوترات الجامعات، وكان ذلك سنة 1983⁽¹⁾.

وبعد هذا وفي سنة 1986م قامت المؤسسة الوطنية للعلوم بتمويل شبكة للمسافات البعيدة سميت بـ MSFNET والتي تعمل على وصل أكبر مراكز الحساب وتوحد الشبكات الجامعية وشبكات مراكز الأبحاث والمعاهد والدوائر الحكومية ولكن لم يبدأ التطور الفعلي إلا بعد وضع خطة عالمية للعناوين ونظام ملزم لإعطاء الأسماء والذي أطلق عليه: DNS، كما ظهر بروتوكول نقل الأخبار الشبكية NNTP متيحاً النقاش الجماعي المتبادل بين المشتركين، وبعد عام من ذلك اتحدت شركات الإعلام الآلي Merit, IBM, MCI لتكون شركة ANS التي قامت بتقوية اتصالات الشبكة وأجهزتها تم فتح الخدمة في الدول الحليفة لأمريكا وفي سنة 1988م أصبحت NET MSP شبكة بديلة تقوم بجميع وظائف ARPANET وكل هذه المؤشرات كانت بنهاية الإرهاصات الأولى لظهور شبكة الأنترنت العالمية، والتي اتسعت لربط الشبكات الصغرى في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية وتمويل من المؤسسة USNSP بدأت MSF بالاتساع بشكل كبير لتربط بين آلاف الحواسيب في مؤسسات البحث والجامعات والمعاهد والدوائر الحكومية والصناعات الخاصة التي تعنى بالبحث حيث: "مولت شراء أعداد كبيرة منها بحيث تم توزيعها على مراكزها في كل المناطق الجغرافية للولايات المتحدة الأمريكية و قد بدأت تؤدي عملها بكفاءة عالية و قامت بإجراء عمليات حسابية معقدة و غاية في 40الدقة...."، وقد كانت هذه الشبكة في طريق مقابلة الاحتياجات المتنامية خاصة وأن أعداد كبيرة من الباحثين يتبادلون

1- أحمد محمد الصالح، حياة على شاشة الأنترنت، مجلة العربي، العدد 515، جوان 2001، ص26.

المعلومات والبيانات ويتعاونون في الأوراق التي تستخدم البيانات التي يتحصلون عليها من الحاسب الآلي العملاق⁽¹⁾.

لقد قام ThemothyleeBerners وزملاؤه في مركز الأبحاث الذرية الأوروبي في سويسرا وشبكة التعاون من أجل البحوث والتعليم Corporation for Research and Education Net Works والمختبر الأوروبي للجسيمات الفيزيائية محور الأنترنت الأساسي فيما يسمى بالموقع العالمي الواسع World wide web حيث يقول فرانسيس بال: "أنه في سنة 1989 م قام كل من تيموني بارنار وروبارتكابو الفرنسي بإنشاء أجزاء وطريقة لمراجعة الأنترنت باستخدام مستندات النصوص التي تنتج عنها ما يطلق عليه World wide web أي الموقع العالمي الواسع"www، هكذا و في نفس السنة بدأ استخدام الشبكة في المؤسسات التعليمية التقنية بعدما تم ابتكار خدمة المحادثة عبر الأنترنت Relay chat internet من قبل أحد الطلبة الفنلنديين الذي كان يمتلكه طموحا أوصله إلى تحسين عملية الاتصال المتفاعل بلوحات الإعلانات الالكترونية من خلال جهاز الحاسوب الخاصة به، وقد انتقلت فكرة المشروع إلى الأنترنت وأدخلت عليها العديد من التعديلات لإتاحة فرصة الاتصال المتفاعل مع الآخرين في أي مكان من العالم⁽²⁾.

بعدها بسنة كاملة أي في سنة 1990م تم تطوير شبكة الاتصالات الدولية تحت اسم works Net international الأنترنت حاليا- واستخدمت لتبادل المستندات المؤلفة من نصوص فقط وتغيير الأمر

1- محمد عمر الحاجي، الأنترنت: "إيجابياته وسلبياته"، ط1، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2002، ص13.

2- منى عيد الله سنو، مرجع سبق ذكره، ص81.

مع ظهور نظام WWW لما يتضمنه من رسوم وأصوات و...الخ، هذا علاوة على إنشاء أنظمة البحث في الشبكة كنظام جوفر وويس وكذلك المؤسسة للأنترنت التي شكلت أحدث التطورات في تاريخ الأنترنت بفضل الضغوط التي مارستها في الولايات المتحدة "وأصبحت الاستجابة لهذا المطلب أمر لا مفر منه خاصة بعد أن اتضحت القيمة الحقيقية للمعلومات بالنسبة لعامة الشعب، كما اتضحت القيمة من قبل بالنسبة للعلماء والباحثين والأشخاص الذين يعملون مع المؤسسات التجارية المربوطة مع بعضها البعض يريدون أيضا التعامل مع المؤسسات الأخرى التي لم تدخل في توصيلات الشبكات الحالية، وهكذا تأكدت الحاجة إلى توسيع نطاق الأنترنت . "فأصبحت الأنترنت: " الوسيلة القوية في مجال تحقيق الاتصال ما بين رجال الأعمال⁽¹⁾.

ومن العوامل والظروف التي ساعدت على انتشار الأنترنت هو انتشار الحاسوب وزيادة استخداماته ودخوله في ميادين الحياة كافة علاوة على الدور الذي لعبته الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية في توضيح أهمية الشبكة واستخداماتها سواء على المستوى الشخصي أو المؤسسي، فأصبحت شبكة الأنترنت: "شبكة الشبكات حيث يتم مشاركة المعلومات عبر ملايين الأجهزة الشخصية(PC) والأجهزة وكان ذلك بعد إطلاق نظام WWW وبرنامج الخاص الذي جاء قبل سنة 1993م وهي 44 المضيئة الفترة التي أطلقت فيها شركة سيليكون جرافيكس أول عنوان عبر شبكة داخلية تركز على تقنية

1- علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة للإنترنت: "القمر الصوتي الرقمي"، الميليتيديا، دار القومية

العربية للثقافة والنشر، السودان، د.ت، ص 227.

الويب (W3) تزامنا مع إصدار المركز الوطني للبرمجة المتفوقة لبرنامج موزايك الذي يعتبر أول مستعرض ويب رسمي توافقا مع ميكروسوفت وينداوز وأجهزة البونكس وأجهزة الماكنتوش⁽¹⁾.

هذا وقد قامت شركة نيتسكيب للاتصالات Communication Netscape المستعرض Netscape Navigator الذي أصبح فيما بعد موزعا كبيرا عبر الانترنت على المستوى العالمي، وقد لعب دورا هاما في نمو شبكة الويب بشكل سريع من حيث الكم والنوع، وكان هذا سنة 1994م وفيها عمدت شركة مايكروسوفت إلى تغيير اتجاهها نحو الانترنت بدلا من الكومبيوتر وبرمجياته، فعملت على إصدار برنامج انترنت إكسبلورر المنافس لبرنامج Navigator Netscape، وقد لعبت تلك المنافسة دورا كبيرا في زيادة التوسع في خدمات الشبكة ومحاولة تحسينها نحو الأفضل كما وتمكنت من عمل إضافات جديدة أبرزها اختراع لغة برمجة جديدة تسمى جافا Java التي تعتبر " لغة برمجة تم اختراعها من جانب شركة صن الأمريكية Systems Works United Net وهي تسمح باستخدام وسائط متعددة وبرمجيات داخل صفحات الشبكة من خلال أنظمة تشغيل متعددة وقد أعطى هذا التقدم النوعي في مجال الانترنت دفعا قويا يحقق زيادة نوعية وكمية للمعلومات المتداولة من خلال اعتماد شبكات إضافية extranet ووضع استخدامات جديدة للاتصالات عبر الانترنت التي وصل عدد مستخدميها عام 1999م إلى مليون شخص كما وأصبح معدل الإنفاق العام على شبكة الانترنت 23 مليار دولار بعدما كان سنة 2000م يبلغ 436 مليون دولار سنة 1995م وهذا إن دلّ على شيء فهو يدل على مدى انتشار الانترنت ومدى الوعي بأهميتها وماهية استخدامها في كل مجالات الحياة⁽²⁾.

1- أحمد حامد، عالم الكمبيوتر والإنترنت، منشورات عالم القراءة، مصر، د.ت، ص225.

2- شوقي العلوي، رهانات الإنترنت، المؤسسة العلمية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2006، ص140.

2- كيف تعمل الأنترنت؟

لقد أشرنا فيما سبق إلى أن الأنترنت تضم في ثناياها الآلاف من الشبكات والملايين من الكمبيوترات المتصلة فيما بينها، فكيف يمكن الاتصال أو الدخول إلى عالم الأنترنت؟ وكيف تعمل هذه الشبكة؟ هناك نوعان من الدخول إلى الأنترنت الأول هو أن نستخدم حاسبا مرتبطا بالأنترنت، فمثلا قد يكون مستخدما لحساب شخصي (PC) أو محطة عمل تمثل جزءا من شبكة متصلة بالأنترنت، في هذه الحالة يصبح حاسبك متصلا اتصالا مباشرا مع الأنترنت وله عنوان إلكتروني خاص به، أما النوع الثاني من الدخول هو أن يكون حاسبك عبارة عن نهاية طرفية (Terminal) لجهاز متصل بالأنترنت، وفي هذه الحالة لا يكون متصلا اتصالا مباشرا مع الأنترنت ولا يكون له عنوان إلكتروني خاص به، وليس معنى ذلك أنك لا تستطيع ان تستخدم موارد الأنترنت وإنما أنت تستخدم معظم هذه الموارد من خلال الجهاز المتصل بالأنترنت مستعمل لشبكة الأنترنت يستطيع وبتكلفة هاتفية محلية من الاطلاع واستغلال كل ما تحويه الأنترنت من معلومات وخدمات وأخبار وكذا الاتصال بكل مستعملي هذه الشبكة عبر العالم والذي يفوق عددهم مئات الملايين موزعين على أكثر من 170 بلد⁽¹⁾.

3- خصائص الأنترنت:

تتميز الأنترنت بخصائص عديدة عن بقية وسائل الاتصال التي عرفتتها البشرية ويمكن إجمالها فيما يلي:

1- مزغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت: دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة

الإلكترونية" رسالة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص10.

أولاً: الأنترنت عالم غير محدود:

فكل شيء موجود على الأنترنت بجميع الأشكال والصور، حيث تحولت الأنترنت لملف توثيق لعالمنا الذي نعيش فيه، دون أن نشعر والسبب الرئيسي لذلك أن الأنترنت شبكة عالمية مفتوحة بإمكان أي شخص أن يصنع server أو كمبيوتر مزود بالمعلومات، ويمكنه إدخال أي معلومات يشاء بتكلفة أقل بكثير من كافة الوسائل الأخرى، فإن هناك شركات مثل "Amazon.com" لا توجد عكس أرض الواقع إلا في الأنترنت.

ثانياً: لا يملك الأنترنت أحد ولا يسيطر عليها أحد:

ذلك لأن الأنترنت عبارة عن كمبيوترات متشابكة فلا يستطيع أحد السيطرة على هذه الكمبيوترات جميعها فحتى لو قامت شركة نفسها بالانسحاب من الأنترنت واغلاق موقعها ستبقى الأنترنت موجودة ولن تتوقف على الاطلاق، وهنا أذكر أنه لا يوجد هناك انترنت مركزي أو مقر للأنترنت كما يتخيل البعض فالأنترنت للجميع أو لكل من يملك جهاز كمبيوتر وخط هاتف متصل بالأنترنت⁽¹⁾.

ثالثاً: الأنترنت لا تفرق مستخدميها:

نفس الموقع الذي يستطيع أستاذ في الجامعة دخوله يستطيع طفل عمرة خمس سنوات أن يدخله وهذا ناجم عن انفتاح الأنترنت دون قيود، وبذلك تكون الأنترنت من الأماكن القليلة جدا التي يمكن أن

1- إياد شاكور البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، عمان، 2003، ص86.

نجد فيها المساواة في التعليم بين الجميع، وهي قضية مطروحة منذ قرون، وهذا ما يدل على النقلة النوعية التي بإمكان الإنترنت إحداثها⁽¹⁾.

رابعاً: من الصعب ضبط الأترنت:

من الصعب إن لم يكن المستحيل وذلك لافتقار معظم الناس للخبرات الواسعة اللازمة لعمل ذلك، فلولا ذلك لما كان من الضرورة أن توظف الشركات المختصين في مجال مراقبة وحماية المعلومات على الأترنت فهي عنصر اخباري وتعليم لا يخضع للضبط ولا للسيطرة على كل شيء ممكن على الأترنت مهما كان شكله ونوعه.

خامساً: الأترنت متجددة باستمرار:

فالأترنت مبنية على المعلومات والمعلومات تتجدد وتتقدم بمرور الزمن لحظة بلحظة علماً أن تجدد الأترنت أسرع بكثير من تجدد الصحف والكتب على سبيل المثال لذلك فالمعلومات الموجودة على الأترنت أكثر حداثة من تلك الموجودة في الجريدة⁽²⁾.

سادساً: الأترنت منخفضة التكلفة:

الأترنت هي من أكثر الوسائل المعلومات انخفاضاً في الكلفة وفي السعر مقارنة بكافة وسائل المعلومات الأخرى، على سبيل المثال لو قارنا تكلفة المكتبة وما تحتاج إليه من مساحة وعبء تجهيز مقارنة بالأترنت.

1- عامر إبراهيم فتحي، إيمان فاضل السمراني، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص213.

2- محمد العقاب، مجمع الإعلام والمعلومات: "ماهيته وخصائصه"، دار هومة، الجزائر، 2003، ص82.

سابعاً: الأنترنت تتسم بالسرعة:

قد تظهر على الأنترنت بشكل أسرع من الأجهزة الأخرى، ووسائل الاعلام الأخرى « وذلك بسبب بسيط هو أن المعلومات على الأنترنت تغذى من قبل الجميع، بعكس المعلومات على التلفزيون، فعلى التلفزيون يتم تغذية المعلومات عن طريق المختصين أو أصحاب السيطرة عليه ، ويتطلب تقديم المعلومة على التلفزيون الكثير من الجهد والمال بينما أن الأمر مخالف تماماً على الأنترنت فإمكان أي شخص يملك جهاز كمبيوتر موصول بالانترنت عبر الهاتف. أن يقوم بوضع أي معلومة يريد على الأنترنت, إذا فسرعة تقادم المعلومات على الأنترنت هي هائلة جداً⁽¹⁾.

ثامناً: الأنترنت مركز توثيقي ضخم لكل النشاط الإنساني:

لا تخضع المعلومات للتحقيق وبالتالي فإن العالم كله ينشر معلوماته واحداثه وتجاريه بخيرها وشرها على الأنترنت بحيث أن الأنترنت قد تصبح يوماً ما المرجع التاريخي لنا.

تاسعاً: المعلومات الموجودة في الأنترنت:

ليست بالضرورة صحيحة دائماً، وذلك كنتيجة لعدم خضوع المعلومات إلى أي رقابة كما ذكرنا، فالأنترنت لا يوجد فيها رقيب أو حسيب، وهي بذلك تمنح الحرية دون المسؤولية إلا في حالات محددة، وبالتالي فإن من ينشر المعلومات على الأنترنت لن يتوثق بالضرورة من معلوماته بكل بساطة لأنه لا يتوقع العقاب الشديد أو الردع الشديد إذا تبين خطأه، هذا علماً أن المؤسسات المحترمة مثل CNW

1-حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، طه، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005،

وجامعة هارفورد تنشر معلومات على الأنترنت كل جديّة: ورغم ذلك فإنه يجب التوثق والتحقق من كل معلومة نأخذها من الأنترنت⁽¹⁾.

المبحث الثاني: الخدمات والوظائف العامة لشبكة الأنترنت

تعتبر شبكة الأنترنت من أهم الاختراعات في العصر الحالي وذلك لأنها أحدثت تحولا جذريا في حياة المجتمع وأصبحت المعلومات والأخبار في متناول الأيدي وأصبحت تتواصل بين الناس بسهولة وبسرعة وبتكلفة أقل، وعملت شبكة الأنترنت على تسهيل الكثير من المعاملة على الناس ومن الأمثلة عليها دفع الفواتير وشراء جميع الأغراض التي يحتاجها الناس من مستويات أو خدمات، إضافة إلى التجارة الإلكترونية التي أصبحت رائجة بشكل كبير وفي بعض الدول أصبحت الأنترنت حقا من حقوق الإنسان، وكذلك تستمر شبكة الأنترنت بأن لها كبيرة في عالم الأعمال التجارية، حيث أنه ساهم كثيرا في تقليل أو توفير تكاليف العمل، وذلك بفضل سرعة البحث عن المعلومات عبر الأنترنت، الأمر الذي ساعد على توفير الكثير من المال للبعض، ولأن العديد من الوظائف الحياضية في العمليات التجارية أصبحت أتمتاتية، مما ساهم في تنشيط القيام بالعمليات التجارية⁽²⁾.

1- أهمية شبكة الأنترنت وكيفية الاستفادة منها:

تعد الأنترنت أحدث شبكات الاتصال وتبادل المعلومات في الوقت الراهن حيث تتجلى أهميتها في ما تقدمه من فوائد وعلوم لمستخدميها حيث لا يقتصر استخدامها على المتخصصين في مجال الحاسب الآلي، وإنما تعدد مستخدموها في مجالات مختلفة مثل الأكاديميين، الباحثين، الأطباء، الإداريين، رجال

1- محمد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 201.

2- تسويق ما وأعمال www.e3arabi.com يوم 06 سبتمبر 2020 على الساعة 16.00.

الأعمال، السياسيين، الإعلاميين، التربويين، الطلاب والتلاميذ، النساء والأطفال، المراهقين والشباب وكافة فئات المجتمع، ومن خلال الإنترنت يمكن الوصول إلى شئيين نوعين من الأشياء الأشخاص والمعلومات وكل منها مكمل للآخر، حيث أنه طريق الإنترنت يمكن الاتصال بالأشخاص الذين لديهم اهتمامات مختلفة وخبرات ومعارف ومعلومات وأفكار، لا تتوافر لدى المستخدم يتم الاتصال بهم سواء من خلال مجموعات الأخبار أو جميع مواقع التواصل الاجتماعي⁽¹⁾:

- سرعة نقل المعلومات وذلك لارتباط الحاسبات الآلية بشبكة محكمة
- سرعة انتشار المعلومات
- سرية تبادل المعلومات لأن كل حاسب آلي مرتبط بشبكة الإنترنت والاتصالات برقم منفرد وخاص وسري .
- تبادل المستندات والملفات وذلك لأن كل مستند أو ملف مرتبط بشبكة الإنترنت يمكن تبادله مع حاسب آلي آخر مرتبط بشبكة الإنترنت .
- الحديث وعقد الندوات كتابياً وصوتياً ومرئياً من خلال شبكة الاتصالات المرتبطة بشبكة الإنترنت .
- إتاحة التعلم عن بعد.

وبين التميمي و أبو عيد جوانب أخرى للاستفادة من الإنترنت تتمثل فيما يلي⁽²⁾ :

1- حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة، الرياض، 2004، ص64.

2- نفس المرجع، ص64.

- الدخول في مئات من برامج الكمبيوتر المجانية أو شبه المجانية والاستفادة منها في مجالات الحياة المختلفة وذلك من خلال ما يسمى بعملية إنزال الأعمال البرمجية من شبكة الإنترنت بحيث تصبح متاحة للاستعمال من جانب المستخدم.
- تعلم الكثير من اللغات الأجنبية وممارسة مهارات هذه اللغات منقراءة و نطق وكتابة ومحادثة.
- معرفة بيانات ومعلومات عن الظواهر الطبيعية والعلمية التي تحدث في بلدان متعددة من العالم، الأمر الذي ييسر عمليات الاستعداد واتخاذ الاحتياطات والإجراءات المطلوبة لمثل هذه الظروف والطوارئ.
- تمرير موسوعة المعلومات الإلكترونية وقواعد البيانات مثل ERIC وما تحتويه من بيانات وملخصات الأبحاث المتضمنة في المجالات العلمية بين المؤسسات التعليمية في مناطق وبلدان مختلفة.
- الاستفادة منها كوسيلة تسويقية بين الموردين والأسواق المحلية

2-الخدمات العامة لشبكة الإنترنت:

تقدم شبكة الانترنت لمستخدميها معلومات هائلة، وصور وبيانات وبرامج في مختلف الميادين العلمية والصناعية والتجارية والخدمات والطب والسياحة والرياضة، وكل هذه التخصصات وغيرها يحصل المستخدم على ما يرغب في الشبكة من خلال الكم الهائل والتدفق السريع للمعلومات، من خلال عدة خدمات متوفرة على شبكة الانترنت أهمها:

1. البريد الإلكتروني Email:

حيث يستطيع مستخدم الانترنت إرسال واستقبال الخطابات الكترونيا من وإلى شخص آخر متصل بالإنترنت، وليس الخطابات الشخصية فقط لكن أي شيء يتم تخزينه في ملف نص ويشمل ذلك برامج

الحاسب، الإعلانات، الات الالكترونية وهكذا ويمثل نظام البريد الالكتروني العمود الفقري والدافع الأساسي لإنشاء الانترنت⁽¹⁾.

ويمكن البريد الالكتروني الفرد من إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من وإلى جميع المشتركين عبر العالم وهذه أهم مزاياه⁽²⁾:

- أنه سريع مقارنة بالبريد المكتوب وقل تكلفة مقارنة بالهاتف أو الفاكس.

-تبقى رسائلك مخزنة في الآلة إلى غاية حضورك القراء .

- لا احد بإمكانه الاطلاع على بريدك أو قائمة بريدك لأنك الوحيد الذي يعرف كلمة العبور Passa Word لحسابك.

- يمكن الاشتراك في المؤتمرات التي تنظم البريد الالكتروني والتي تمنحك فرصة مناقشة مختلفة المواضيع عالميا مع المشتركين في المؤتمر.

2.خدمات المحادثة TALK:

تتيح فتح خط اتصال بين حاسبك وحاسب مستخدم آخر للأترنت وبالتالي يمكن كتابة رسائل واستقبال رسائل منه، فهناك حديث يتم بين الاثنين من خلال الحاسب ويتم في الوقت نفسه دون تدخل بين تلك الرسائل.

1- خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال: "نشأتها وتطورها"، طو، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001، ص528.

2- مجلة الدعوة، أسبوعية إسلامية شاملة، العدد 1559، السعودية، 1997، ص25.

3. خدمة مجموعة الأخبار:

تعد من أهم خدمات الأنترنت، وهي عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة والخاصة ويعمل بنفس طريقة عمل المنتديات الالكترونية العامة العادية، "ومجموعات الأخبار يتم تشريعها وتوزيعها بالإنترنت عبر خدمة تدعى User .net وهو مصطلح مركب من كلمتين هما مستخدم (User) وشبكة (Net) ويطلق عليها Net News، وهي من أقدم الأجزاء المكونة للأنترنت وأكثرها أهمية وتشبه الحلقات النقاشية التي تعقد في الأماكن العامة أو الخاصة، ويمكن فيه التعرض لأي موضوع من الموضوعات بمزيد من الفحص والتدقيق والمناقشة على نطاق وتحتوي واسع، وتقوم مجموعة الأخبار بنشر ما يقرب من (17000) مجموعة مجموعات الأخبار على آلاف الخدمات التي توجد في ملايين الملفات⁽¹⁾.

4. خدمات الأرشيف Archive:

نظرا لوجود العديد من الملفات المتاحة لمستخدمي الأنترنت فإنّ خدمة الأرشيف تساعد على الوصول إلى الملفات التي يريدونها المستخدم، فإذا كان هناك ملف ما سمعت عنه فإنّ خدمة الأرشيف تحدد الموقع الذي تحت ويعلى هذا الملف وعند الوصول الى موقعها يمكن استخدام خدمة TPF تحميل هذه الملفات في جهازك⁽²⁾.

1- عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، ط1، دار الفجر، القاهرة، ص122.

2- خليل صابات جمال عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص527.

5.الدرشة الجماعية Relay chat:

هي صورة أكثر مرونة حيث تتيح التحدث بطريقة مباشرة Online مع مجموعة أشخاص في الوقت نفسه وبالتالي تتيح محادثة عامة تشمل عددا كبيرا من الأشخاص.

6.المجلات الإلكترونية والكتب:

تتضمن الانترنت مجموعة هائلة ومتنوعة من المجلات والكتب والموسوعات الالكترونية والتي تقدم معلومات قيمة للمستخدمين في شتى المجالات والتخصصات وحتى الخدمات العامة.

7.الألعاب Games:

إن ألعاب الكمبيوتر موجودة ومتوفرة بالنسبة لأي حاسوب شخصي دون الحاجة إلى الأترنت لكن الألعاب من خلال الانترنت تمتاز بالتنوع الشديد الذي يتيح ممارسة أي لعبة مهما كانت ميولك، كما أن مصادر هذه الألعاب متعددة خلال الشبكة، فمثلا من خلال Anonymosf.t.p يمكنك تحميل أي لعبة في جهازك كما أن هناك ألعاب تستفيد من خصائص مثل: الشطرنج يمكنك اللعب مع شخص آخر بعيد عنك⁽¹⁾.

1- غالبا عرض النواسية، خدمات المستفيدين من المكتبات ومركز المعلومات، دط، دار الصفاء، عمان، 2000،

8. خدمات التلنت Telenet:

عرف أيضا بخدمة الربط عن بعد والتلنت عبارة عن برنامج خاصيتي حلل مستخدم أن يتصلب جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها ويتمكن من الوصول الى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خدمات تلنت الموجودة في أي مكان من العالم⁽¹⁾.

3-وظائف شبكة الأنترنت:

إن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، تقدم مجموعة من الوظائف لمستخدميها، والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة سواء على مستوى الفرد، أو الجماعة أو المجتمع وهذه الوظائف نلخصها فيما يلي:

أولاً: الوظيفة الاتصالية:

فان الشبكة تقدم خدماتها الشهيرة في هذا المجال فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة وخدمات الفيديو، وتبادل الآراء والتجارب وتمكنهم أيضا من خلق فرص النقاش وتبادل البريد الالكتروني وهي في هذا الشأن تعد من أفضل الوسائل الاتصالية، لان الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة فهناك الاتصال اللحظي المتمثل في المحادثة التفاعلية والاتصال المتزامن أو غير المتزامن من فرد إلى آخر من خلال البريد الالكتروني، بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن مثلما يحدث في جماعات الأخبار والقوائم البريدية⁽²⁾.

1- ربحي مصطفى عليان، وسائل الإتصال وتكنولوجيا التعليم، د.ط، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2003،

ص120.

2- ربحي مصطفى عليان، وسائل التواصل وتكنولوجيا التعليم، دار صفاء للطباعة والنشر، الأردن، د.ط، ص132.

ثانيا: الوظيفة الترفيهية:

فهي وظيفة أساسية لتحقيق بعض الاشباعات النفسية والاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان، وكغيرها من وسائل الإعلام التقليدية فان الأنترنت قد خصصت حيزا كبيرا من مواقعها التي تشهد ازديادا مطردا، للترفيه والتسلية بطرق وأساليب متنوعة، ومن بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة ما يعرف بـ "الواقع الخائلي" أو "العالم الافتراضي"، وهذا يتحقق بميزة الوسائط المتعددة MultiMedia في الشبكة توجد متاحف ومعارض افتراضية، يمكن لمستخدم الأنترنت أن يزورها، بهدف التسلية والترفيه أو الاطلاع على معروضاتها واستعراض تاريخها، وهناك أيضا مجال كبير لتقدم كبير في تكنولوجيات الواقع الافتراضي الذي يحاول إعادة خلق عوالم غير موجودة بما يساعد على التدريب عن طريق المحاكاة⁽¹⁾.

وضمن وظيفة الأنترنت الترفيهية يوجد ما يعرف بالسياحة الافتراضية التي تسمح لمستخدم الأنترنت بزيارة مناطق سياحية عن بعد، أو الاطلاع على أدلة السياحة "مدن، فنادق، مطاعم... الخ"، تعرضها العديد من المؤسسات، وهذا بالإضافة إلى الألعاب الالكترونية التي توافر عليها الشبكة مستفيدة من خصائص الأنترنت كالتفاعلية، فيمكن لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر في هذا العالم الفسيح عبر شبكة الأنترنت "وكل هذا من شأنه إعطاء مزيد من الواقع للإنتاجية وتنشيط الابتكار والإبداع وتنمية الخدمات وتطوير التشغيل علاوة على تحسين البرامج الترفيهية التي ستزداد رفعة بصور الواقع الافتراضي". لهذا يرى بعض الباحثين أن الوظائف التي ستزدهر بوجود الأنترنت هي الوظائف الإبداعية والترفيهية مثل الكتابة والتمثيل نتيجة ازدياد وقت الفراغ خاصة عند جيل الشباب الذي يعاني

1- عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث والأنترنت، دار الفكر العربي، مصر، 2004، ص24.

بطالة كبيرة خاصة في الدول النامية مثل الجزائر، خاصة في الوقت الذي أصبح فيه الترفيه من الضروريات الحيوية التي تساعد على بناء شخصية وتقدم الإنسان المعاصر، وهذا لكون الإنسان بحاجة إلى الانتعاش والتسلية والترفيه من خلال البرامج الترفيهية التي تقدمها الوسائل الإعلامية بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة، وهذا لكي تجدد نشاطه وتبعث فيه المرح والاسترخاء⁽¹⁾.

ثالثا: الوظيفة التثقيفية:

إن وسائل الاتصال تقوم ببحث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تنشئة الأفراد على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع. وتتجلى الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسيب أو من خلال الشبكة التي أدت إلى فتح باب الحوار والاتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، بالإضافة إلى سيل المعلومات المتدفق، والذي سيؤدي إلى نوع من الشفافية على مستوى العالم لم يشهد من قبل، كما يمكن للتثقيف أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات والكتب والمقالات القابلة للتحميل من قبل المستخدم الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والتثقيفي على حد سواء، ولكن هناك من الباحثين من يرى عكس ذلك إذ يرون أن الانترنت لا تقوم بالتثقيف، وإنما تقوم بالغزو الثقافي خاصة أن 80 % من محتواها باللغة الانجليزية، والتي لا تتطابق في غالب الأحيان مع مبادئ وقيم المجتمعات الإسلامية⁽²⁾.

1- عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني: www.tombplat.com تم تصفح الموقع يوم 2019/12/26 على الساعة 13.30.

2- زياد القاضي، مقدمة إلى الأنترنت، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 09.

بهذا تشكل شبكات المعلومات سلاحا بالنسبة للذين يحسنون استعمال خدماتها بذكاء حيث أن الشعوب القوية تتقارب ثقافتها، على عكس المجتمعات الضعيفة التي تزداد ضعفا بفضل الثقافة الخارجية المفروضة عليها بقوة، لان التكنولوجيا الحديثة في مجتمعاتنا لازالت مستوردة بالكامل وأنها تحمل معها بالضرورة بذور وجينات الثقافات الأجنبية وبالتالي فهي حين نستوردها تؤثر حتما على الثقافات الوطنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالأنترنت بهذا الشكل تصبح بيئة ثقافية تلعب فيها اللغة دورا كبيرا ومهما، حيث أن قضية اختيار واستخدام اللغة هي قضية ثقافية رئيسية في أي سياسية للاتصال، نظرا للمكانة البارزة التي تحتلها اللغة باعتبارها التعبير والأولى والعالمي للحضارة، "فالتكنولوجيات من حيث هي بناء متكامل تبقى تعكس الإطار الاجتماعي والثقافي والحضاري التي أنشأت، في ظلها وهذا ما يجب أن تأخذه المجتمعات النامية بعين الاعتبار". كما تقوم الأنترنت على التقريب بقدر الإمكان بين الثقافات المختلفة وتساعد بالتالي على نشر روح الاحترام من خلل التعرف على تلك الثقافات المغايرة، وإن كان هذا لا يخلو من شبهة وخطورة احتمال اندثار بعض الثقافات الوطنية وتمهيد الساحة لهيمنة الثقافات التي تتمتع بقدرة هائلة على الانتشار والتأثير، بفضل ما يساندها من تقدم علمي وتكنولوجي ومادي تفنقر إليه غالبية دول العالم ويتجلى ذلك في حضورها القوي والمتميز على الشبكة العنكبوتية وللتكنولوجيا على أي حال يمكن أن تفرقنا وتهددنا أحيانا، غير أنها يمكن أن توحدنا أيضا وتشجعنا على فهم وقبول الخلافات بيننا وهذا يكون عن طريق حوار الثقافات التي أصبحت الشبكة ميدانه الرئيسي. هذا بالإضافة إلى كون "الويب" يفتح أفاقا جديدة كانت إلى فترة قريبة محدودة جدا تتمثل في تمكين الأفراد من الالتقاء حول قضايا مشتركة فقد يتعلق الأمر بتقاسم اهتمامات ثقافية أو موسيقية أو رياضية أو سياسية حيث أن "الويب" يعمل على توسيع قضايا المرجعات الثقافية المتقاسمة، وربط أفراد وجماعات ما كان لهم أن يلتقوا

ويتحاوروا ويتفاعلوا لولا وجوده، وهو بذلك يساعد على إعادة صياغة الثقافة وتحديد مدلولاتها بما يتلاءم مع طبيعة الفضاء الافتراضي⁽¹⁾.

رابعا: الوظيفة الإخبارية والإعلامية:

يمكننا وصف الأنترنت بأنها فضاء اتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة إذ بإمكان المستمع الاطلاع على صحيفة أو مجلة عن طريق الشبكة "المواقع في تزايد مستمر أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون بدون اللجوء إلى وسائل الانتقال التقليدية أو الفضائية باعتبارها وسيط تقني لها خصوصيا تتشكل داخلها المضامين بطريقة معينة، والأنترنت وسيط إعلامي كسر الحواجز بين المرسل والمستقبل، "وتتيح الأنترنت الفرضية لمناقشة ونقد ما تقدمه المصادر العديدة والرد عليها، وتبادل الآراء والأفكار حلوها مما يعني أن الإعلام الجديد لم يعد أحادي التوجه وإنما أصبح مفتوحا للمناقشة والتوجه من كل الأطراف المعنية حتى وإن لم تنتسب إلى الصناعة الإعلامية، وهذا بفضل الخاصية التفاعلية التي جعلت الأنترنت الجمهور يبعد عن نفسه صفة الملتقي السلبي التي عرف بها في وسائل الإعلام التقليدية ليصبح اليوم في موقع المستخدم الايجابي الذي يناقش كل القضايا المطروحة في مواقع الأنترنت⁽²⁾.

خامسا: الوظيفة الإعلانية:

كان من أبرز نتائج الثورة المعلوماتية الهائلة دخول الأنترنت إلى عالمنا من أوسع أبوابه حيث تنامي دورها وتعاظمت أهميتها كوسيلة اتصال تفاعلية مبتكرة ليست فقط بالنسبة للأفراد وإنما أيضا

1- فاروق سيد حسن، الأنترنت وبنكية المعلومات العالمية، ط1، دار هلا للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص25.

2- محمد العقاب، الأنترنت وثورة المعلومات، ط1، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص48.

للشركات والمؤسسات على اختلاف أنواعها والحكومات وغيرها من الجهات المعنية بالاتصال والتواصل المعلوماتي والمعرفي عبر هذه التقنية الراقية، والإعلان يعتبر من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، وهو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكال مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ولقد أصبحت الانترنت اليوم فضاء جديدا للإعلانات، في خطوة أخرى لخطف الأضواء من وسائل الإعلام التقليدية وإذا كان الإعلان كوسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس تهدف تغيير آرائهم وتعزيزاتها قديما قدم الوجود الإنساني فإنه ليس من المستغرب إطلاقا أن نجد شبكة الويب تعج بإعلانات اختلاف أنواعها، فالإمكانيات التي يوفرها هذا الجهاز للمعلنين بشكل خاص تجعله من أكثر وسائل الترويج جاذبية وحضورا خاصة إذا ما أحسن استخدامه وعرفت أسرارها والياتها.

فإعلان الإنترنت يختلف عن الإعلان التقليدي، وإن كان جوهر الإعلان هو التأثير على المتلقين في محاولة لإقناعهم باتخاذ قرار أو إجراء معين (مثل شراء سلعة أو الانتفاع من خدمة... الخ)، والإعلان في الانترنت ذو طبيعة متميزة من حيث ظهوره، وكيفية وصوله للمستخدم، فيمكن أن يقابل المستخدم إعلانات في مواقع يقوم بزيارتها على الواب كما يمكن أن يجدها ضمن رسائله البريدية، والميزة الأهم التي توفرها الانترنت للمعلن هي إمكانية تعديل إعلانه يوميا بما يتلاءم مع إنزال منتجات جديدة أو مع تبدل في الأسعار. وإضافة إلى ذلك فإن الطبيعة التفاعلية للانترنت تظهر جليا في الإعلان، بحيث أن الإعلان على شبكة الانترنت يتيح القيام باتصالات تفاعلية مع المشتركين على الشبكة، ومن المؤكد والطبيعي أن تكون الانترنت، إلا وسيلة إبداعية مبتكرة تحتضن وتوفر أفكارا ونتائج وأداء وإمكانيات

اتصال مبتكرة وإبداعية هي الأخرى ترقى إلى مستوى القائمين عليها والمتعاملين معها والحريصين على تطويرها⁽¹⁾.

سادسا: وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:

من الوظائف العامة والرئيسة التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة تكوين الرأي والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ لما دورها العام في تكوين الرأي العام، وإذ كانت هذه الطريقة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى مثل وظيفة الأخبار والإعلام، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة والتي تعني بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة، فالدعاية والمغلطات أمور حاضرة بقوة في مجموعات النقاش وفي صفحات الويب Web هذه الأخيرة التي تمكن الأفراد في وقت وجهد بسيط من إشباع فضولهم في مختلف المجالات الفكرية والعلمية والأدبية والفلسفية والاطلاع على آخر التقارير السياسية والصحفية وهنا فكثر المعلومات والسهولة التي تستطيع بها أي شخص أن يضع معلومات في متناول الجميع تطرح بعض التجاوزات فيمكن أن يكون بث معلومات مبشورة وخاطئة أو تم إنتاجها بطريقة قانونية، ووصولاً إلى الدعاية أو تشويه الحقائق وهذا ما يجعل كثير من المستخدمين لا يتقنون في محتويات الانترنت، ولكن عكس ذلك هناك من يرى أن الانترنت فقد تساهم في تقوية الوعي بالقضايا

1- عبد الله بوجلال، الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1994،

الاجتماعية فقد ترفع من الإحساس بالانتهاء والإحساس بقضايا الداخل والمشاركة الفعالة وهو ما برز في مسميات كثيرة مثل الديمقراطية الإلكترونية⁽¹⁾.

أما الحقيقة كل الوظائف السابقة الذكر تؤدي إلى وظيفة أساسية في حياة الشباب هي:

سابعاً: إشباع الحاجات:

إن حاجات الأفراد تحتاج إلى إشباع ذلك عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها وهذه الحاجات هي⁽²⁾:

أ. الحاجات المعرفية:

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم بيئتنا وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها هي تشبع لدينا حين الاستطلاع والاكتشاف.

ب. الحاجات العاطفية:

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

ج. حاجات الاندماج الشخصي:

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصادقية، والثقة والاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات.

1- زين الدين محمد عبد الهادي، محركات البحث على الأترنت: "إيبيس كوم"، للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص03.

2- أحمد أبو زيد، الأترنت... الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، مجلة الكتاب العربي والمعرفة وصناعة المستقبل، 61،

جوان 2005، ص107.

د. حاجات الاندماج الاجتماعي:

وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم، وهي حاجات تتبع من رغبة الفرد في الانتماء.

هـ. الحاجات الهروبية:

وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر والرغبة في تغيير المسار وتعتبر الأنترنت وسيلة للهروب من الواقع، والبحث عن طريقة لتحقيق حاجات نفسية وعاطفية غير مشبعة، وذلك عن طريق مقابلة الناس وتكوين علاقات اجتماعية وتبادل الآراء مع أناس جدد، كما أن مستخدم الأنترنت يستطيع إخفاء بياناته الشخصية وردود فعله أثناء استخدامه للشبكة وبالتالي يستغل بعض مستخدمي الأنترنت، خاصة الذين يحسون منهم بالوحدة وعدم الأمان في حياتهم الواقعية، تلك الميزة في التعبير عن أدق أسرارهم الشخصية ورغباتهم المدفونة ومشاعرهم المكبوتة مما يؤدي إلى توهم الحميمية والألفة . " كما أن مستخدمي الأنترنت يأخذون "الحرية" التي تتيحها الأنترنت في التعبير عن مشاعرهم التي يكبتوها في حياتهم العملية، وأسرارهم التي يكبتونها ورغباتهم العميقة التي قد تكون في معظم الأحيان مخلة بالحياء ولكن عندما تتضح أوجه القصور التي لا تتيحها "العلاقات الانترنيتية" من الاعتماد على "كيانات" بدون وجود مجتمعات مثل فقاعات الصابون قد تختفي في أي لحظة، وتبدأ الحاجة في تواجد الحب والاهتمام الذي يأتي من أناس وأشخاص حقيقيين هنا فقط تبدأ المشكلة في الظهور ويبدأ الإحساس بالأسى والإحباط والألم، ولهذا بلذات يمكن أن نقول أن "هذه الأداة الاتصالية الجديدة تحمل في تركيبها

التكنولوجية كما أنها أفضل أداة للممارسة الديمقراطية وأكثرها إمكانية للانحراف والتطوير السلبي يكفي فقط أن نفهم توظيفها واستغلالها⁽¹⁾.

قال الدكتور وليد شنبر رئيس قسم الخدمة الاجتماعية بالجامعة الإسلامية في غزة "أن الانترنت سلاح ذو حدين فيمكن استخدامه في أشياء هادفة ومفيدة، أو في أشياء سلبية وهذا يتعلق بالتنشئة الأسرية المبنية على الدين والأخلاق، والتربية الجيدة، والثقافة الواعية في خيارات استخدام الانترنت ويرى أيضا أن انغماس الشباب في شهواته ينعكس على ذاتهم، وعلى مجتمعهم الذين يعيشون فيه مما يؤدي إلى انحرافات سلوكية، ولذا فالمسؤولية التربوية واجتماعية ونفسية تقع على عاتق الآباء والأمهات والتربويين في مختلف مراحل الدراسة في توعية الشباب عبر مختلف المؤسسات الأسرية والتربوية وإشغال الشباب بما يخدمهم ويخدم مسيرة مجتمعهم⁽²⁾.

المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات شبكة الإنترنت:

1- إيجابيات شبكة الإنترنت:

لا يختلف اثنان أن لشبكة الأنترنت مزايا وإيجابيات عظيمة ولها العديد من الخدمات في شتى مناحي فلا تقتصر منافعها على اختصاص معين أو مجال معين بحد ذاته، بل خدماتها غير محصورة في مجال محدد بل أن سرعة تطور تكنولوجيا الانترنت الاعلام والاتصال الجديدة مرضه الى التطور السريع بشبكة الإنترنت هذه الميزة سرعه عمليه الاتصال استقبال وارسال وأفرزت الاتصال الداعم لهذه الابتكارات العظيمة عبر الشبكة ثمرة روح البحث في مجال تقنيات الاتصال بأحدث التغيرات كبيرة في

1- نفس المرجع السابق، ص114.

2- فاروق سيد حسن، موسوعة الأنترنت الشبكة الدولية للمعلومات، ط1، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997، ص109.

قطاعات كثيرة في المجتمع وأصبحت وأصبح الأفراد لا يستغنون عن هذه التقنية ولقد أصبحت الإنترنت لها قيمة كبيره سجل القطاعات المجتمعية يعور عليها الأفراد والمؤسسات في تحقيق النهضة الاجتماعية ثقافيه واقتصادي⁽¹⁾.

ويمكن أن نلخص إيجابيات شبكة الانترنت لارتباطها المباشر بمجال دراستنا⁽²⁾:

1. الحصول على المعلومات:

لقد مكنت الشبكة الفرد من استعمال الحاسوب للحصول على كم من المعلومات بأشكال مختلفة لم يكن يحلم بها أحد في الماضي. كل ذلك في مواقع متباعدة على وجه البسيطة إذ من خلال الاتصالات فائقة السرعة يستطيع الناس الارتباط ببعضهم وفي مواقع تبعدهم عن بعضهم آلاف الأميال وفي قارات متباعدة. كما أصبح بإمكان أي باحث الحصول على ما يريد من البيانات من مختلف المراجع العلمية. بل يستطيع التحدث أو إجراء المناقشات مع الغ حول العالم ممن يشاركونه اهتمامه.

ولا نستطيع فهم طبيعة الدور الذي تلعبه شبكة الانترنت في حياة البشرية إلا إذا تخيلنا الحجم الذي تداخلت به هذه الشبكة العالمية مع الحياة اليومية للإنسان اليوم. وهذا ما يتضح جليا إذا لاحظنا أن محتوى الإنترنت تتناول كل جوانب الحياة. فهناك المحتوى الأكاديمي (الجامعي) الذي تتولى تقديمه والإشراف عليه هيئات ومراكز جامعية وبحثية. وهناك المحتوى الإعلامي الذي يشمل رسائل الإعلام المختلفة مطبوعة، مرئية، ومسموعة.

1- ياسين قرناني، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2019، ص214.

2- مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المعهد العربي للدراسات، عمان 2001، ص95.

من خلال نسخها الإلكترونية. إضافة إلى المحتوى المتعلق بالحضارة والفلسفة والأديان. وهي مجالات تطرح بكاره في الانترنت حيث توجد مواقع ومنتديات لكل المذاهب الدينية والفلسفية والتي يمكن للإنسان أن يطلع عليها من خلال الشبكة؛ كما توجد بها مواقع مواد عينية ومنتوعة لإشباع الهويات وتوفير المعلومات لهواة السفر والسياحة طبعاً⁽¹⁾.

2. التجارة الإلكترونية:

الملاحظ أن أكثر المعلومات المتوفرة على شبكة الانترنت متعلقة بالجانب التجاري وقطاع الأعمال. حيث نستفيد المؤسسات الاقتصادية والشركات كثيرا من الشبكة لأغراض الإشهار والتعريف والتسويق. "ويعتقد البعض أن بعثا جديدا للحياة قد أوجدته التكنولوجيات الرقمية وخلقت مفهوم المبادرة التجارية عن طريق بروز طبقة كبيرة من أصحاب المبادرات التجارية للشبان كاشفة لهم أنهم هم أنفسهم وليس العمليات التي تديرها الحكومة أو استراتيجيات التنمية التي تنفذها السلطة المركزية الذين يجلبون الثروة. إذ أصبح من الممكن أن يقتني شاب أو شابة جهاز الحاسوب ويرابط بالإنترنت ويبتدئ في إقامة مشروع تجاري خدماتي، يقدم خدمات معلومات عن سوق العمل مثلا. كما يمكن خريج جامعي عاطل في دولة فقيرة أن يصنع تصاميم ويبيعهها عبر الانترنت لشركات متخصصة وبالتالي ينتظر أي منهما مجن رجل ثري لإنشاء مصنع. كانا يكافحان من أجل أن يحصلوا على وظيفة لديه⁽²⁾.

توسعت الأعمال التجارية من بيع وشراء للمؤسسات والأفراد من خلال الأنترنت وهو ما يحدث فعلا الآن في الدول الصناعية على نطاق واسع و يعز نجاح البيع والشراء بالأنترنت الى تطوير إمكانية استخدام طرق المصافي الحديثة في تحويل الاموال من خلال البطاقات المصرفية لحساب المشترك كما

1- محمد علي حواتي، العرب والعلومة شجون الحاضر وغموض المستقبل، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004، ص78

2- نفس المرجع، ص79.

يمكن عرض البضائع وكل ما يحتاجه الفرد من عمليات البيع والشراء ومن تحويل للأموال تتم بواسطتها⁽¹⁾.

تعتبر الأنترنت التجارية (حدث التطورات في تاريخ الإنترنت comercial service providers) فمع الضغوط التي مارسها الشخصيات النافذة في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي دوائر الحكومة الفيدرالية على وجه الخصوص وفي داخل الشبكات البشرية من أصحاب المصالح أصبحت الاستجابة لهذا المطلب أمرا لا مفر منه، خاصة بعد أن اتضحت القيمة الحقيقية للمعلومات، واستطاعت عديدة الشركات بالتعاون مع بعض الناقدین في الحكومة أن يبدؤوا مشروعاً يفتح بموجبه المجال للعامة وللزبائن الجدد الراغبين والمستفيدين من هذا النوع من الخدمات للدخول إلى الشبكة واستخدامه لأغراضهم التجارية كانت توفر خدماتها لتجمعات الباحثين وأساتذة الجامعات وأسسوا شركات خاصة بهم وبعض الشركات تطورت من منظمات استلهمت خبرتها في إدارة الشبكات من نوع آخر من الشبكات وبعض الشركات بثقت من مجموعات صغيرة من المستغلين بالمعلومات ومن الخبراء كل هذه الأنواع من الشركات دخلت مع بعضها البعض لتكون الانترنت التجارية⁽²⁾.

مع تطور تكنولوجيا web تدعم التسويق والإعلان والمبيعات في أعداد من الطرق فكثير من العملاء يصلون لمواقع الويب الشركة قبل استهلاك وقت لعمل مكالمة تليفونية أو إيجاد معلومات عن المنتج حول العملاء يجدون من العمل رؤية معلومات مشتركة على الخطو لتلبية احتياجات هائلة العملاء فإن المؤسسات التسويق والمبيعات تستعمل شبكة الواب قديم كلا رسائل منتجات مشتركة ويعرض أوصاف المنتج والخدمة وتعلن عن منتجاتها او خدماتها وتقديم توضيحات عن المنتج لمعظم العملاء

1- عبد المالك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 125.

2- محمد علي شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، مكتبة الاشعاع الاسكندرية 2002 ص 232

الهام ي وتعرض التحسينات في المنتج الحالي والتخفيضات وتقدم اشكال متفاعلة لشراء منتجات وخدمات⁽¹⁾.

بعدها اتسعت التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت مع تطور الإعلان فيها فقد أصبحت الشركات تلجأ الى انشاء متجر على shop on the web الويب تقوم بتزويده بصفة منزليه home page لكي تعمل كواجهة للمتجر تبدو مثل هذه الصفحات جذابة لأنها تقوم بعرض بعض السلع والخدمات المتاحة بالداخل والتي يمكن التعرف عليها بخطه واحدة على الفأرة الملحقة بجهاز الكمبيوتر قاد مكونات قافلة المعلنين الرئيسيين على الطريق السريع للمعلومات وذلك من خلال نشر اعلانات في قسم الريح على خدمة أمريكا أون لاين america online ولم يجد سيارات معلومات على شبكة الوعد في حسب بل وجدوا ايضا صفقات من مئات الوسطاء في السيارات عبر الولايات المتحدة من خلال الخاص الذي يقدمه التجار على الأنواع المختلفة من السيارات وأصبح البائع والمشتري معا دون وسطاء، مما يوفر للمشتريين الاف الدولارات مقارنة بالأسعار التي يقدمها الوسطاء⁽²⁾.

3. توفير الوقت:

يُخفف استخدام الإنترنت الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين عناصر الشركة، كما يؤمن وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات وعدم تكرارها، فعلى سبيل المثال قد ترسل العديد من الطلبات عن طريق البريد الإلكتروني دون أن تحصل الاستجابة (إما أن الطرف الثاني لم يتصفح الرسالة أو لأنه لم يفهمها من أول مرة) أما على الإنترنت فإن تنظيم تبادل المعلومات والخدمات الإدارية يتم عن طريق نماذج معيارية متفق عليها ولا يتم إرسالها عن طريق النظام البريدي الداخلي قبل استيفاء المعلومات

1- فاروق سيد حسين، الانترنت شبكة المعلومات الدولية، دار هلا للنشر القاهرة 2002 ص 55.

2- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية القاهرة 2005 ص 78.

المطلوبة بكاملها ومن ثم يتم حفظها آلياً في الجهاز الخادم أو الجهاز خادم البريد الإلكتروني: وتظهر لدى الطرف الثاني بعد وقت قصير جداً وبذلك تؤمن الإنترنت الدقة وتوفر الوقت⁽¹⁾.

4.تقليل التكاليف:

يعمل الجهاز الخادم (server) في شبكة الإنترنت على تقليل الحاجة إلى وجود نسخ متعددة من البرامج وقواعد البيانات لأن هيكلية موقع شبكة الإنترنت مطابقة تماماً لبنيتها على الإنترنت. وتسمح هذه البنية بخدمة تنزيل الملفات والتطبيقات بسهولة ويسر. كما إن الوصول إلى البيانات المشتركة يمكن أن ينفذ عن طريق قاعدة بيانات مشتركة يتم الوصول إليها من المستخدمين كلا تبعاً للصلاحيحة الممنوحة له. كما يمكن للشركة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية التي تقدم الإنترنت حلولاً إلكترونية لها مثل: دليل الهاتف ، وطلبات الصيانة والخدمات الإدارية المتعددة إلى جانب ذلك يمكن اعتماد أجهزة متواضعة الإمكانيات للموظفين لأن الجهاز الخادم هو الذي سيقوم بجميع مهام التخزين وإدارة العمليات عن طريق الموقع الداخلي⁽²⁾.

5.التعليم والبحث العلمي:

يختص مفهوم التعليم عبر الأنترنت أو التعليم عن بعد بتنمية الموارد البشرية وإعداد الكوادر الفنية عن طريق التدريب والتعليم من خلال شبكه الانترنت او عبر الأقمار الصناعية وقد تم اللجوء الى هذا الاسلوب استغلال التقنيات الحديثة وتكنولوجيا الاتصالات في جميع مجالات الحياة ويفيد الأسلوب الجديد في التغلب على الصعوبات والتحديات التي تواجه نظم التعليم التقليدية سواء من خلال التعليم

1- وليد سلامه عبد الفتاح التميمي، الشبكات المحلية والانترنت، ط1، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد القاهرة

2007 ص 49.

2- نفس المرجع، ص 49

النظامي والتدريب وهو ما يطلق عليه نظم التعليم وجها لو لا شك أن التعليم عن بعد اصبح وسيله مهمه جدا لتحديث العملية التعليمية ويتطلب الأمر من هذه الأنظمة وفرة معلومات حادة مع كل ما يستلزم ذلك من أدوات وبرامج ومواجهات ومسارات وفرص للقيام باتصالات جديدة والدخول الى قواعد البيانات الرئيسية⁽¹⁾.

يرى الخبراء ان الانترنت أصبح من أنظمة التعليم الجديدة لأنها توفر معلومات متنوعة وجادة مع كل ما يستلزم ذلك من أدوات وبرامج وموجهات وفرص القيام باتصالات جديدة والدخول الى قواعد البيانات الرئيسية، يؤكد الباحثون أن التعليم لم يبلغ بعد لا في أمريكا ولا في أوروبا سوى مرحلة بدائية حيث تنتقل بعض الدروس من الجامعات الى المنازل ولكن يكون التعليم بالإنترنت أكثر شمولية يجب إيجاب بيانات الكترونية غنية وباعثة على الاهتمام وتشمل تطوير الوسائط السمعية وعلى أن يكون ذلك منطلقا تخطيط علمي جاد ومن ثم حلم يراود أذهان الناس حول دخول الجامعات المفتوحة إلى منازل المشتركين بخدمة الانترنت في التعليم عن بعد⁽²⁾.

يقدم الانترنت للتعليم العالي منافع عديدة من الخدمات التي يقدمها للباحثين بحصولهم على المعلومات والبيانات اللازمة لأبحاثها وأيضا الدخول الى مواقع المكتبات العالمية والاطلاع على الانتاج العالمي الذي يخدم موضوع دراسته وايضا الاستفادة من الأبحاث و المؤلف مؤلفات اوبرا باللغه العربيه والمنشورة في مجالات علمية الموجودة في مكتبة الجامعة اذا الإنترنت واقع لا يمكن الاستغناء عنه في التعليم وخصوصا التعليم الجامعي⁽³⁾.

1- ماجد سالم طربان، هل الانترنت والصحافة الالكترونية، الدار المصرية اللبنانية القاهرة 2008، ص 72.

2- عبد الملك ردمان الدناني المرجع السابق صفحه 126

3- حمدي أحمد عبد العزيز، التعليم الالكتروني، ط1، دار الفكر، 2008، ص 76.

انطلاقة من هذا يمكننا القول أن إيجابيات شبكة الانترنت كثيرة وعديدة لا يمكن أن نحصلها نظرا لتنوع خدماتها ويمكن أن نلخص مزاياها في النقاط التالية:

- سرعة وصول المعلومات الى جماهير وزيادة تطوير البحث العلمي وتسهيل عملية الاتصال بين العلماء والباحثين.
- دفع عجلة التقدم العلمي في مختلف التخصصات العلمية
- تفعيل وتشجيع التجارة الإلكترونية بين دول العالم
- زيادة وسائل الترفيه والتسلية لشغل وقت الفراغ.

2- سلبيات شبكة الإنترنت:

1. العزلة:

تعتبر العزلة أو توحّد المستخدم مع جهاز الحاسب من أهم القضايا والموضوعات الأكثر جدلا بين الخبراء والباحثين في استخدام وسائل الإعلام الجديد نتيجة خاصية الاستغراق التي يتسم بها استخدام هذه المواقع والتجول بينها وفي محتواها، ونتيجة هذا الاستغراق Flow أو ما يطلق عليه في بعض بحوث الاتصال وعلم النفس إدمان الإنترنت، نتيجة هذا الاستغراق استعمل كثير من الباحثين الى الاقرار بعزّه المستخدمين وعدم حاجتهم الى الاتصال بالآخرين وذلك ينعكس سلبا على الافراد في علاقاتهم بالآخرين وخصوصا على مستوى الاسرة والاصدقاء⁽¹⁾.

2. الإثارة الذهنية:

يعتبر الإدمان على الانترنت تجاوز الرغبة في الهروب من الواقع واللجوء الى عالم الكتروني ليس له حدود وهو أمر متعدد الأبعاد بالنسبة لمحّب الكمبيوتر تداعب الانترنت الأحاسيس بقوتها وقدراتها

1- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب القاهرة 2007، ص 277.

الهائلة على الربط والاتصال فعندما نتحدث عن الانترنت فأنت نتحدث عن قوة تعتبر أقوى أداة للمعلومات عرفت على الإطلاق كما تخبرني عندما تكتشف عالم الانترنت تشعر مثل الرجل الآلي في خضم الدارة الكهربائية القصيرة، فانا احتاج الى المزيد من المدخلات المزيد من المدخلات، يشعر ضيف بوخز ناجم كما اسميه الإثارة الذهنية تحفيز الانترنت المستمر للأحاسيس الذي تصاحبه وفرت المباحج الالكترونية⁽¹⁾.

3. إدمان الإنترنت:

أن الاستخدام الزائد عن الحد للإنترنت يسبب ادمان نفسيا يشبه نوعا ما طبيعة الإدمان الذي يسببه تعاطي المخدرات والكحوليات العبودية التعلق وعدم السيطرة ويتميز بفترة الإبحار عبر الانترنت ان اول من وضع مصطلح إدمان الإنترنت هي عالمة النفس الأمريكية كيمبرلي التي تعد من اولى أطباء النفس الذين عكفوا على دراسة هذه الظاهرة في الولايات المتحدة منذ عام 1994 وتعرف يونغ إدمان الإنترنت بأنه استخدام الانترنت اكثر 38 ساعة اسبوعين، من أعراض الادمان الألم الشديد والعصبية والتوتر عند مفارقة الحاسوب واضطراب المزاج الضيق والتأخر في خلاقات مع العائلة والأصدقاء انخفاض في المستوى التعليمي⁽²⁾.

4. انتشار جرائم الإنترنت:

اضحت حياة الناس الشخصية عرضة للانتهاك والافتحام فيمكن باستخدام الانترنت الكشف عن أسرار الناس على نحو لم يسبق له مثيل مثل حساباتهم في البنوك حالتهم الصحية حياتهم الخاصة وهكذا طرحت حرية الانسان إطار جديد واختلفت العلاقة بين الأشياء الخاصة للإنسان والأمور العامة وهناك

1- كندر لي يا، الإدمان على الانترنت، ترجمة: هاني أحمد زاجي، يبين الأفكار الدولية، بيروت 2005، ص 43.

2- ياسين قرناني، مرجع سبق ذكره، ص 299.

مخاطر أخلاقية للأنترنت مثل التجسس والأخبار والمعلومات المكذوبة والأفلام الخليعة والإجرام وأخرى متصلة بالمخدرات والبغاء⁽¹⁾.

خلاصة

ما يمكن الخروج به أن الأنترنت تعتبر من أهم الانجازات في تاريخ البشرية والأهمية التي تكتسبها في المجتمعات المختلفة المتقدمة منها والنامية حيث مهدت الطريق من الانتقال من المجتمع الصناعي الى مجتمع المعلومات حيث تمثل أحد مظاهر ثورة المعلومات فهي تؤدي دورا رئيسيا في مختلف الميادين

1- عبد المالك ردمان الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 62.

والمجالات منها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية بالرغم من بعض التداعيات والعراقيل التي باتت تقدمها المجتمعات التي تتبناها بعض الفئات والشرائح وتجعلها منبر لتنمية سلوكيات ونزاعات متنافية مع منظومة القيم الاجتماعية.

الفصل الثالث التجارة الإلكترونية

تمهيد:

لم تشهد البشرية يوما تغيرا وتحولا وتقدما سريعا كما نعيش في هذه العصور الأخيرة، وعلى اعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي فكان لزاما عليها أن تسير التطورات التكنولوجية، وما نتج عن هذه المسيرة هو نشأة التجارة الإلكترونية، والتي ساهمت بفضل الانترنت في تحويل العالم واسع الأرجاء إلى سوق واحد وشكل جديد ومتطور وخالٍ من كل الحدود، فأصبح الأفراد يقتنون حاجياتهم من السلع والخدمات بكل راحة وبأقل وقت وتكلفه ممكنه.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على هذا النمط الحديث من المبادلات التجارية الإلكترونية ودراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كالمهية والتطبيقات ومناقشة للمزايا والعيوب والقيود مع محاولة الإلمام ببعض الجوانب الأخرى كوسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية والتشريعات والأنظمة لتأمين التجارة الإلكترونية، ونختم بالحديث عن واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ودور الانترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تعريف التجارة الإلكترونية:

تمثل التجارة الإلكترونية واحد من موضوعات ما يعرف بالاقتصاد الرقمي digital economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين: التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال وهي التي خلقت الوجود الرقمي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري⁽¹⁾.

والتجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة⁽²⁾:

الأول: خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت.

ثانياً: استعمال الانترنت لتسليم أو التزويد التقني للخدمات.

ثالثاً: استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الأعمال الإلكترونية و استغلال التقنية في أنشطته التجارة التقليدية .

فإن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماط عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر موقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من

1- ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 299-300.

2- جمال سليمان، اقتصاد المعرفة، مجله النبأ، العدد 20، ص ص 116- 119

وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسه الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الانترنت.

أما من حيث صور التجارة الإلكترونية فيندرج في نطاقها العديد من الصور حيث تشمل العلاقات التجارية بين جهات الأعمال والمستهلك، وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها وهما صورتان الأكثر شيوعاً وأهمية في نطاق التجارة الإلكترونية في وقتنا الحاضر، وبين القطاعات الحكومية وبين المستهلك، وبين قطاعات حكوميه وبين مؤسسات الأعمال، طبعاً في إطار علاقات ذات محتوى تجاري ومالي⁽¹⁾.

كما قد تكون التجارة الإلكترونية على نحو كامل وهو ما يعني إتمام كل مراحل التعامل بالوسائل الإلكترونية، بدءاً من الإعلان عن السلعة والخدمة وعرضها والتعريف بها وبمواصفاتها وأثمانها، ويقوم المتعامل بالتسوق معتمداً على الدليل الرقمي ليختار أي سوق من بين أسواق عديدة، وأي سلعة من بين آلاف السلع المعروضة، وهو في منزله أو في مكتبه وحينما يقرر الشراء يتعاقد إلكترونياً حسب طبيعة السلعة محل التعاقد مثل: قطع الموسيقى الكتب والدوريات العلمية، الصحف والأقراص المضغوطة، والاستشارات في كل مجال⁽²⁾.

المسار التاريخي للتجارة الإلكترونية ومجالاتها:

لم يسمع الناس بعبارة التجارة الإلكترونية إلا منذ بضع سنوات فقط، إلا أنها بدأت منذ بضعة عقود على شكل شبكة المعلومات الإلكترونية Electronic Data Exchange وكذلك من خلال

1- ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص 300 - 301.

2- عبد الخالق السيد أحمد، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 32.

التحويلات الإلكترونية Electronicfundstransfer وكلنا يعلم أن شركات الطيران كانت منذ سنوات تستخدم أجهزة وشبكات الكمبيوتر في عملياتها، وكذلك البنوك والعمليات المصرفية، و هذه من بطبيعة الحال هي من أشكال التجارة الإلكترونية البدائية التي يسرت متابعه الأعمال والمعاملات بشكل هائل، هذه الأشكال الأولى من التعاملات إلا إلكترونيه كانت محدودة النطاق، وكانت تتم بنظم معينه للمعلومات مقتصره على أصحابها فضلا عن كونها مكلفه لذلك كان انتشارها محدودا⁽¹⁾.

ومن الأشكال الأولى للتجارة الإلكترونية الـ (minitel) الذي ازدهر في فرنسا في السبعينات غير أن الفرنسيين لم يطوروه للاستعمال الدولي واقتصروا فيه على الاستعمال الفرنسي الداخلي، ثم تولت الحكومة الأمريكية منذ 30 عاما قيادة البحث العلمي لتطوير البنية التحتية المعلوماتية بهدف إقامة نظام المتاجر الإلكترونية، وقد مرت التجارة الإلكترونية بعدة محطات نذكر منها⁽²⁾:

في جوان 1997: أصدر الرئيس الأمريكي بيل كلينتون الإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية المعلوماتية الكونية راسما فيه مستقبل التجارة الإلكترونية التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية دون منازع.

في مارس 1998: تقدمت الولايات المتحدة الأمريكية إلى المنظمة العالمية للتجارة بطلب إدراج التجارة الإلكترونية على جدول الأعمال للتفاوض حول اتفاقيه متعددة الأطراف حول التجارة الإلكترونية وقدمت مشروعا لذلك الغرض.

1- علي محمد احمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان،

2013، ص 23.

2- طه طارق، التسويق والتجارة الإلكترونية، الإصدار الثاني، منشأه المعارف، الإسكندرية، 2005، ص 327

في ماي 1998: صدر عن المنظمة العالمية للتجارة" إعلان عن التجارة الإلكترونية الكونية" وقرر المؤتمر الوزاري في دورته الثانية حث المجلس العام على وضع برنامج متكامل لدراسة الجوانب المتعلقة بالتجارة الخاصة والتجارة الإلكترونية الكونية، اخذ بعين الاعتبار الآثار الاقتصادية والمالية واحتياجات الدول النامية واحتياجات الدول النامية وتقديم تقرير على سير العمل إلى الدورة الثالثة.

في سبتمبر 1998: وضع المجلس العام للمنظمة العالمية للتجارة برنامج عمل التجارة الإلكترونية لكل من مجلس التجارة في الخدمات ومجلس التجارة في السلع ومجلس لجنة التجارة والتنمية في المنظمة. في سبتمبر 1999: انعقد المؤتمر الوزاري للمنظمة في دورته الثالثة وكان موضوع التجارة الإلكترونية على جدول أعماله⁽¹⁾.

وقد مر التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت بحقتين زمنيتين وهم⁽²⁾:

1- تجاره الإلكترونية حقه أولى:

وتسير إلى تلك الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 وحتى العام 2000 وهي التي شهدت نمو متفجرا في التعاملات الإلكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية حيث كان تركيز مؤسسات الأعمال منصبا بصفه أساسيه على نمو العلم العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخاص، في عينه ملموسة من التشريعات الحكومية المختلفة المنظمة للتجارة الإلكترونية.

2- تجاره الإلكترونية حقه ثانيه:

1- علي محمد احمد أبوالعز، مرجع سابق، ص 23-25

2- نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004، ص 55

تتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالأعمال (business driven) وتركيز مؤسسات الأعمال في هذه الحقبة منصب على تنمية الأرباح من خلال تبني استراتيجيات مختلطة، تعتمد على التواجد المادي لمؤسسه الأعمال في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة الانترنت في ظل تشريعات حكومية ودولية منظمه للأعمال الإلكترونية.

ويعقد لنا الجدول التالي مقارنه موجزه بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية.

وجه المقارنة	تجاره الإلكترونية حقبة أولى	تجاره الإلكترونية حقبة ثانية
التعاملات	موجهه بالتقنية	موجهه بالأعمال
التركيز	على عائد التعاملات	على الأرباح طويلة الأجل
الاستراتيجيات	تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخالص	تعتمد على التواجد المادي للشركة في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة انترنت
التشريعات	غياب التشريعات الحكومية والدولية المنظمة للتجارة الإلكترونية	وجود تشريعات حكومية ودولية منظمه للأعمال الإلكترونية

الجدول رقم (01) مراحل التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية

أن العامل الأساسي في تطور التجارة الإلكترونية يرجع إلى جعل الانترنت مائه ماله وريحيه في تسعينات القرن الماضي، ونمو هذه الشبكة وانتشارها إلى الملايين من البشر، بالإضافة على النمو الكبير والتطور الهائل باستعمال الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات وازدياد حده المنافسة بين الشركات⁽¹⁾.

1- عبد الفتاح مراد، المكتبات الإلكترونية والرقمية وشبكة الانترنت، الدار الجامعية، جامعه عين شمس، جمهورية مصر

2-2- مجالات التجارة الإلكترونية⁽¹⁾:

- 1- تجاره التجزئة: مثل: تجاره الكتب حيث يتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى والساعة وتتم فيها عملية الدفع بطريقة الكترونية ويتم التسليم على المباشر.
- 2- البنوك والتمويل: مثل: بيع وشراء الأسهم
- 3- التوزيع: مثل: توزيع المنتجات الإلكترونية
- 4- التصميمات الهندسية: مثل قيام شركه للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد
- 5- التعاملات التجارية: التي تمثل التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعرض الدلائل الإلكترونية للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة.
- 6- خدمات متخصصة: مثل الاستشارات الفنية والقانونية والهندسية والإدارية.
- 7- التجارة الدولية: من خلال عمليات التصدير والاستيراد لمختلف أنواع البضائع والسلع.

مستويات التجارة الإلكترونية⁽²⁾:

- يؤدي تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية إلى تحديد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك على النحو التالي:
- أ- التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط:

1- الشافعي جلال، التجارة الإلكترونية والضرائب، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد 198 أول يونيو/ 2004، ص41

2- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية المفاهيم والتجارب: "الأبعاد التكنولوجية المالية التسويقية والقانونية"، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص 07.

يستعمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية على الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية حيث تحتوي هذه الأخيرة في مضمونها على خدمات قبل وبعد عملية البيع والتي تتطلب درجة ونوعية متقدمة من التبادلات التجارية، مما يدفع بالمؤسسات (في الدول المتقدمة) إلى البحث عن وسائل جديدة لزيادة درجات ونوعيه الخدمات المتقدمة والمطلوبة منها، قبل البيع وبعده وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الإلكترونية للسلع والخدمات خصوصا غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال.

ب- التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم: يركز هذا النوع في مضمونه على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الانترنت التي تعتبر عملية تحتاج إلى نوعيه كبيره من قبل المتعامدين لهذا المستوى بالإضافة إلى اخذي الحيطة والحذر عند التعامل.

المبحث الثاني: تطبيقات التجارة الإلكترونية

1- خصائص و مزايا التجارة الإلكترونية:

1-1- خصائص التجارة الإلكترونية:

تختلف التجارة الإلكترونية عبر الانترنت عن التجارة التقليدية في طبيعتها وآلياتها وأساسياتها، ولعل هذا الاختلاف والتفارق يعود إلى أنها تحسب في الواقع اقتصادا جديدا يعتمد على الإنتاج الكفيف للمعلومات والمعرفة وعلى التكنولوجيا المتطورة، والتزاوج ما بين التكنولوجيا والمعلومات لدرجه أن ظهرت إلى الوجود سلع وخدمات لم تكن معروفة منذ عقد أو عقدين، كما أن التطورات وغيرها تعمل على إعادة

هيكلة الاقتصاد العالمي على المستوى الوطني بل وكذلك على المستوى العالمي في إطار تحرير التجارة العالمية، وتتسم التجارة الإلكترونية عبر الانترنت بالخصائص التالية⁽¹⁾:

أ- أن غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف: تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد للاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما (عقد البيع) وقد يأخذ إبرام العقد جلسه أو عدة جلسات لحين الانتهاء من الاتفاق على كل التفاصيل اللازمة. إما في عقود التجارة الإلكترونية عبر الانترنت فلا يكون هناك مجلس العقد بالمعنى التقليدي أو مفاوضات جاريه للاتفاق على شروط التعاقد، لان البائع يكون في مكان والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، كما قد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري رغم وجودهما على اتصال مباشر عن طريق أجهزة الكمبيوتر أو بين إرسال الرسالة الإلكترونية وتلقيها من المرسل إليه نظرا لفروق الزمن بين منطقتيه وأخرى، بل قد يغيب العنصر البشري تماما وتتراسل الأجهزة بينها وفقا للبرامج المعدة لها والتي تقوم في بعض الشركات بجرد مخزون من سلعه معينه وتضع أوامر جديدة للشراء للموردين إذا نقص المخزون عن حد معين.

ب- عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية و بأقل تكلفه ممكنه كونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات EDT Electronic Data Interchange والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى⁽²⁾.

1- الجنيهي منير محمد، الجنيهي ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص

2- هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2016 ص 28.

ت- أن التجارة الإلكترونية تساعد على انجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسردون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى حيث ما تعرض هذه المنتجات والخدمات.

ث- تمتاز التجارة الإلكترونية بإمكانيات مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين⁽¹⁾.

ج- أن تكون في وقت واحد، وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق الساعة فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.

ح- تشكل التجارة الإلكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها، كي تطور الخدمات التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن نشترك مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه، و هي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق العظيمة من يساعد على تطوير القدرات التنافسية⁽²⁾.

1-2- مزايا التجارة الإلكترونية:

أ- إيجاد أنماط وأنشطة حديثة للأعمال الإلكترونية: أن تأثير التجارة الإلكترونية على عوالم التجارة لم ينحصر بزيادة الدخل من الأنشطة التجارية بل امتد إلى إيجاد أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري كالبيع بالوسائل الإلكترونية والتجارة بين قطاعات الأعمال (business to business) وكلا

1- محمد عبد العليم صابر، التسويق والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 172.

2- هاني وجيه العطار، مرجع سبق ذكره، ص 28.

المادتين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقه أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لحيازة التسويق⁽¹⁾.

ب- **زيادة أسواق التجارة:** أن الصفة العالمية للتجارة ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبعضها تحول إلى عالم سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الواقع الجغرافي.

ت- **تطوير معايير المنافسة الايجابية:** تعد التجار الالكترونية سوق المنافس الحقيقي القادر على تقديم الخدمة الأمثل وعرض المنتج الأجود بالسعر الأفضل لان خيارات السوق مفتوحة أمام المستهلك و سهله المنال⁽²⁾.

ث- **إتاحة خيارات التسويق الشامل:** تمكن التجارة الالكترونية المنظمات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسويق أمامها بشكل واسع وهذا بذاته يحقق نسبه رضا عاليه لدى الزبائن لا نتيجة وسائل التجارة التقليدية⁽³⁾.

ج- **تعزيز اللجوء لتقنيات الدفع:** تتطلب التجارة الالكترونية في مرحلة الوفاء بالثمن إليه دفع تتفق مع طبيعتها، والغرض من انجاز العقد بشكل سريع و هي فرصة متاحة لتقنية الأعمال المصرفية لتحتل ميدان طرق الدفع التكنولوجية مثل شبكات ميكروبية و بطاقات السحب و البطاقات الذكية، وهذا يعزز خيارات الدفع بالنسبة للمستهلكين و التجار⁽⁴⁾.

1- الوادي محمود، المعرفة والإدارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010 ، ص24

2- نفس المرجع السابق، ص ص 23 - 24

3- طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره، ص29

4- ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعرفة، ط2 ، دار صفاء النشر والتوزيع، عمان، 2014 ، ص 278.

ح- تدعيم جهود التعامل السليم مع تقنيات الأعمال المالية والمصرفية: أن البنوك والمنظمات المالية اتجهت منذ الثمانينات إلى إدخال التقنيات المصرفية بين الأعمال والخدمات البنكية وتعمل جاهدة لمواكبة التطور في هذا الميدان، البطاقات المالية، البنوك الناطقة، الخدمات المصرفية على الخط وبالرغم من هذه الجهود المميزة أن البنية والقانونية والإدارية لتقنيات العمل المصرفي تواجه مشاكل جمة سيما في ميدان تحقيق مستوى الحماية القانونية⁽¹⁾.

وهذا يتطلب التخطيط والإدارة الاستراتيجية الدقيقة لتسويق منتجات وخدمات هذه المنظمات على الانترنت ومحاوله تحقيق المزيد من الأرباح، فمقابل كل موقع تجاره الكتروني ناجح على الانترنت هناك مواقع كثيرة أصابها الفشل والخسارة لأنها بنيت على أسس هشّة لمواجهة تحديات الانترنت.

2- فوائد وقيود التجارة الإلكترونية

2-1- فوائد التجارة الإلكترونية

1- فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات:

التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي فمع القليل من التكاليف فان بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصوره سريعة وسهله مثلا: في عام 1997 أعلنت شركه بوينغ على توفير مالي قدره 20 % من الكلفة الأصلية وذلك بعد الإعلان عن الحاجة لمصنع من اجل صنع نظام جزئي للشركة، وقد كان الإعلان على موقع الشركة عبر الانترنت فاستجابت شركه مجرية لهذا الطلب وقد كان عرض الشركة المجرية ارخص و أفضل وأسرع من بقيه الشركات التجارية الإلكترونية واسترجاع المعلومات الورقية مثلا:

1- نفس المرجع السابق، ص ص 278 - 279

- فإيجاد دائرة مشتريات الكترونية فان الشركات تستطيع قطع التكاليف الإدارية للشراء بنسبه 85%.(1)
- ألقدره على إنشاء تجارات متخصصة جدا.
- التجارة الالكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عمليه السحب في نظام إدارة سلسله التزويد، ففي نظام السحب فان العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب.
- عمليه السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفق لمتطلبات المشتري وهذا يعطي الشركة أفضلية تجاريه على منافسيها، واكبر مثال على ذلك شركه ديل لتصنيع الحواسيب الآلية، سيتم دراسة هذا الأمر لاحقاً(2).
- التجارة الالكترونية تخفض الفطر الزمني ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.
- التجارة الالكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية، فالإنترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة.
- وفوائد أخرى تشمل تحسين صوره الشركة، و تحسين خدمه الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيرا زيادة المرونة في التعامل(3).

2- فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

1- مصطفى يوسف، اقتصاديات الأعمال الإلكترونية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م، ص 203

2- تم تصفح الموقع يوم 19/02/2020 على الساعة 12:30 <http://www.admal.com/vb/t13213-html>

3- نفس المرجع.

- خدمه مستمرة، تعمل الأسواق والمتاجر الالكترونية بشكل دائم ومستمر طوال اليوم في أي شركة أو مؤسسه تقليديه دائما ما نسال عن مواعيد العمل الرسمية ومواعيد البدء والإغلاق، بينما الانترنت أتاحت للزبون اختيار الميعاد الذي يناسبه، ولقد رحب المتعاملون كثيرا بتلك الخاصية فمع انشغال الفرد بالعمل طوال الليل والنهار ومع تزايد أعباء العمل أصبح حلما للزبون أن يتزوج عبر جهاز الحاسب الالكتروني دون أي عناء أو جهد وفي أوقات فراغه، وقد انعكس ذلك على رفاهية وزيادة الرضا عند الزبائن وتحقيق رغباتهم، ف شراء أي منتج لا يتطلب أكثر من نقره أو نقرات معدودة بالفأرة مع إدخال بعض البيانات عن البطاقة الائتمانية.

- التجارة الالكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية على الانترنت (المنتديات مثلا)، التجارة الالكترونية تشجع المنافسة مما خفض الأسعار⁽¹⁾.

- حرية الاختيار لقد أصبح المستهلك في ظل التجارة الالكترونية ملك حقيقي فأمامه الاختيار بين جميع المنتجات المعروضة في جميع أنحاء العالم، ولا يمكن لأي شركة أن تصبح محتكره في هذا العصر، ولا يمكنها فرض مستويات جوده أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة في العالمية، ففي ظل التجارة التقليدية كان المستهلك يجهل سعر المنتج في منافذ التوزيع المختلفة وكذلك المنتجات البديلة المتاحة أمامه، وبالتالي فإن قرار الشراء قد يكون غير صائب، إما في ظل التجارة الالكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعه من المتغيرات تتوقف على ألقدره الماليه للزبون ومستوى الجودة المنشودة ودرجه إدراكه وكميه المعلومات التي تحقق أقصى إشباع له⁽²⁾.

1- فرح منصور، التجارة الالكترونية في الوطن العربي: "الوضع الراهن والآفاق"، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن

العربي: "الواقع والطموح"، ط1، عمان، 2002، ص33

2- نفس المرجع، ص 34.

3- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع⁽¹⁾:

- التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بان يعمل في منزله و يقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدياد مروري اقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.
- التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البضائع مما رفع في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.
- التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات و بضاع غير متوفرة في بلدانهم الأصل، ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعيه عبر الانترنت.
- التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل صحة التعليم والخدمات... الخ بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

3-تحديات التجارة الإلكترونية قيود:

1- التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية⁽²⁾:

- هناك نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات.
- ليس هناك حيز حجمي (band width) كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية.
- أدوات تطوير البرمجيات ما زالت تتغير باستمرار وبسرعة
- تصعب عمليه وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حاليا.
- قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للباب و بنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات.

1- مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 205

2- نفس المرجع، ص 206

- بعض برمجيات التجارة الإلكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض انظمه التشغيل.

2- تحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية:

الكلفة والتسويق:

كلفة تطوير التجارة الإلكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد تكون عاليا جدا والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الإلكترونية هناك عدة فروض لمنح شركات تقنيه بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفه أي شركه هي المناسبة ولتسويغ هذا النظام فانه على المدير أن يتعامل مع فوائد غير حسية وهي صعبه الحساب⁽¹⁾.

الأمن والخصوصية:

هذه الأمور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوصا في ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة 100% والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الإلكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.

انعدام الثقة ومقاومه المستخدم:

بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذين لا يرونهم ولا يتقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الإلكتروني⁽²⁾.

1- تم تصفح الموقع يوم 19/02/2020 على الساعة 12:30 <http://www.admal.com/vb/t13213-html>

2- نفس المرجع

عوامل أخرى⁽¹⁾:

- انعدام لمس المنتجات في بعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها .
- الكثير من الأمور القانونية لم يتم حلها بعد في التجارة الإلكترونية خصوصا بالأمور التي تتعلق بالقرصنة.
- التجارة الإلكترونية مازالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغيير السريع الكثير من الناس تود أن ترى شيئا ثابتا قبل الاستثمار فيه.
- لا يوجد عدد كافي من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مريحا.
- التجارة الإلكترونية قد تسبب انهيار علاقات الناس مع بعضها البعض.
- الدخول على الانترنت ما زال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعه الاتصال ما زالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

4- مقومات التجارة الإلكترونية:

- يمكن للتجارة الإلكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية، تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها، ومن تلك المقومات:
- أ- وجود بنيه تحت كافيته للخدمات المالية، لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي، وتمكينه من دعم عمليات التجارة الإلكترونية والتوسع في نظم الدفع الإلكتروني لاسيما بطاقات الائتمان و تيسير إبرام المعاملات المالية المأمونة على الشبكة⁽²⁾.

1- مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 206 - 207

2- مصطفى رشدي شيجه، اتفاقات التجارة الدولية العالمية في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002،

ب- نشر الوعي العلمي وثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية، لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل، الأمر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال، وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء⁽¹⁾.

ت- توافر بنيه تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع، بحيث يمكنها النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية⁽²⁾.

5- أنظمة الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية و التشريعات و الأنظمة للتجارة

الإلكترونية:

أن انظمه الدفع الإلكتروني ظهرت كنتيجة لتطور التكنولوجيا وكحل للمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت هذه الأنظمة الحديثة في الانتشار بسرعة لم تتمكن الأنظمة التقليدية من تحقيقها، ويقصد بالدفع الإلكتروني على انه مجموعه الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشبكات الإلكترونية والبطاقات الذكية⁽³⁾.

3-1- **التسديد نقدا عند الاستلام:** سميت هذه الفترة بالمرحلة البدائية للتجارة الإلكترونية، ويعتبر التسديد نقدا من الأساليب الأولى التي استخدمت في بدايات ظهور التجارة الإلكترونية، يقوم الموقع

1- هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 22.

2- نفس المرجع، ص 22 - 23

3- منصورى الزين، وسائل وانظمه الدفع والسداد الإلكتروني: "عوامل الانتشار وشروط النجاح"، الملتقى الدولي الرابع

حول عصرا نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، 2011، ص 02

التجاري بعرض كل المعلومات الخاصة بالسلع المعروضة للبيع وعند تحديد الزبون السلعة أو السلع المراد اقتنائها مباشرة عن طريق الانترنت يتم تسديد ثمن السلع المشتراة نقدا عند الاستلام⁽¹⁾.

3-2- الدفع باستخدام البطاقات البنكية: وهي تعرف أيضا باسم النقود البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية مغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر كارد تمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي ATM كما تمكنه أيضا من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقدمه يريده من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ ماليه كبيره قد تتعرض للسرقة أو الضياع⁽²⁾.

أ- البطاقة الائتمانية: أداه مصرفيه للوفاء بالالتزامات، مقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والبنوك كبديل النقود، لدفع قيمه السلع والخدمات المقدم لحامل البطاقة، مقابل توقيعيه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك المصدر للبطاقة عن طريق البنك الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع⁽³⁾.

ب- بطاقة الدفع: هي بطاقات بلاستيكية تستعمل للحصول على النقود والسلع والخدمات، كما تستعمل في أجهزة الصراف الآلية، وهي تستعمل للسحب في الحدود المسموح بها كما تستعمل للاستعلام عن

1- فريد النجازف، الاقتصاد الرقمي "الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات"، ط1، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007،

2- أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة، 2009، ص ص 242-243

3- فريد النجازف، مرجع سبق ذكره، ص 486.

الرصيد لإيداع مبالغ، تحويل أرصدة، طلب كشف الحساب و هي تعتمد على وجود أرصده فعليه للعميل في البنك.

ث- بطاقة الصرف البنكي (الشهري): وتعرف أيضا بطاقة الخصم الشهري، يتم المحاسبة شهريا مع حامل البطاقة عن طريق إرسال البنك المصدر لها إلى حاملها كشف بالحساب الشهري يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وكذلك سحباته النقدية من آلات السحب النقدي أو البنوك مع ضرورة أن يكون ذلك ضمن الحد الأقصى للبطاقة⁽¹⁾.

3-3- الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية: رسالة الكترونية مؤمنة وموثقة وهو يحمل توقيع الكتروني يرسلها مرسل الشيك إلى مستلمه الذي يقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت يقوم البنك بتحويل قيمة الشيكات إلى حساب المستفيد وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو بإعادته إلكترونيا ليكون دليلا انه قد تم صرفه فعلا⁽²⁾.

3-4- الدفع باستخدام البطاقات الذكية: البطاقة الذكية هي بطاقة البلاستيكية في حجم بطاقة الائتمان تحتوي على شريط ممغنط يحمل شريحة(رقاقة)الالكترونية أو أكثر، ففي عبارة عن حاسب إلي صغير الحجم مزود بذاكره مصاحبه تسمح بتخزين كميه كبيره من المعلومات تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها⁽³⁾.

1- عبد الهادي النجاذع، النقود المصرفية: "آليات تداولها الجديد في أعمال المصارف من الجهتين القانونية والاقتصادية"، ط1، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002 ، ص ص 27- 30

2- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية والعولمة، منظمه العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999 ، ص 65.

3- عبد الخالق السيد احمد، التجارة الإلكترونية والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 103

3-5- الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: يقوم العميل بشراء النقود الإلكترونية من البنك المصدر لها ثم يقوم بتحميل هذه النقود على حاسبه الشخصي وتكون عبارة عن نقود ذات فئات صغيرة القيمة لكل منها رقم خاص بها أو علامة خاصة من طرف البنك المصدر لها، وبالتالي تحل محل العملات العادية و تكون بنفس القيمة المحددة عليها و تسمى بـ: "tokens"⁽¹⁾.

6- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية⁽²⁾:

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر الانترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكه الانترنت أو عبر البريد الإلكتروني وشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجارياً عبر شبكه الانترنت وتشمل أيضاً هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية والجرائم و تحديد مفهوم الضرر و الإلتلاف الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الإلكترونية وما هي صيغته الإيجاب والقبول إلكترونياً. ومن أهم المبادئ التي تتضمنها هذا الإطار ما يلي⁽³⁾:

1- رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص ص 65- 66

2- محمد عبد العليم صابر، التسويق والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 179.

3- محمود محمد جاسر، حماية حقوق الملكية الفكرية والنمو الاقتصادي في مطلع القرن القادم، مجله آفاق اقتصادية، دولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة 21 العدد 84، 2000، ص ص 146 - 148

(1) يجب إعلان الانترنت منطقه تجاره حرة بحيث لا تفرض فيها أية رسوم عندما تستخدم في تبادل السلع والخدمات.

(2) يجب تجنب الأحكام واللوائح التنظيمية غير المرنة في عمليات الدفع الإلكتروني والعمل على دراسة كل قضية على حده مع تطوير نظم الدفع التي لا تزال ناشئة.

(3) يجب التوصل إلى قانون تجاري دولي موحد لتبسيط التجارة الإلكترونية وتشجيعها، بحيث تكون الأطراف المتعاملة قادرة على التعامل وفق شروط متفق عليها، ولكن في إطار قواعد عامه تتمتع بالقبول العام.

(4) يجب حماية حقوق الملكية الفكرية حتى يطمئن البائعون إلى أن حقوقهم لن تسرق وهو ما يستجوب تدعيم الاتفاقيات الدولية في هذا الشأن.

(5) من الضروري تأمين الخصوصية في بيئة الانترنت حتى يطمئن المتعاملون في السوق الإلكتروني إلا أن معلوماتهم الخاصة لن تصل إلى أيدي الدخلاء .

(6) يجب توفير الأمان، خاصة من خلال تشفير البيانات ذات التهميه مثل بطاقات الائتمان وتفاصيل العقود والتوقيعات.....الخ ، ولكن ينبغي في الوقت ذاته حماية الأمن الداخلي للدولة بحيث لا يتحول التشفير إلى ستار يحتمي به المجرمون والإرهابيون ومن والأهم.

المبحث الثالث: التجارة الإلكترونية في الجزائر

1- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر⁽¹⁾:

مما لا شك فيه أن الجزائر بعيدة على التطور الحاصل في مجالات (عديدة) اعتماد التجارة الإلكترونية كنظام رقمي متقدم، لكن الحقيقة هو أن الجزائر بعيدة كل البعد عن هذا الميدان، فعدم تجسيد أي معطيات حول الموضوع لدى وزارة التجارة بعكس حقيقة التجارة الإلكترونية بالجزائر ولحد هذه اللحظة التي تقوم فيها بهذه الدراسة لا توجد أي دراسات مستقبلية حول إمكانيه اعتماد هذه التجارة في البلاد، بل لا توجد حتى التفكير في البحث عن النقص الناجم عن عدم اعتماد التجارة الإلكترونية فكيف سيتم التطرق لأساليب تطويرها، حتى أن استخدام الانترنت في الجزائر يكاد يتوقف عند المراسلات الشخصية أو بعض الاهتمامات الباحثين الذين يريدون إثراء بحوثهم بواسطة المادة العلمية.

وانطلاقا من الطرح السابق سوف ندرج واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وذلك بالتطرق إلى معوقاتها، اقتراح أساليب لنشرها وما هي الفوائد والمكاسب التي سوف تعود بها على الاقتصاد الجزائري حال استخدامها.

1- باهي سامية، التجارة الإلكترونية كأداة للتعاون الاقتصادي، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير الطارف، 2014/2015، ص 67.

2- وسائل التجارة الإلكترونية في الجزائر⁽¹⁾:

لكي يستطيع الاقتصاد الجزائري الانفتاح على عالم التجارة الإلكترونية لابد من القضاء على الأساليب التي عطلت اعتماد التجارة الكتروني وذلك لا يتحقق إلا إذا تم الأخذ بجمله الوسائل التي نستطيع حصر أهمها في النقاط التالية:

- إرساء قواعد تكوينيه في الإعلام الآلي تدخل التجارة الإلكترونية ضمن البرامج التكوينية على كل المستويات بما فيها التعليم العالي حيث يمكن إحداث فرع في التجارة الدولية تحت اسم التجارة الإلكترونية وان تدرس كماده أساسيه في تقنيات التسويق والتجارة بصفه عامه.
- ضرورة حوصلة قطاع الاتصال وفتح باب المنافسة فيه حتى تتخفف تكلفه استخدام الانترنت وبالتالي المساهمة في انتشار القافه الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية.
- التفكير في الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وإدخالها ضمن قواعد القانون للتجارة وغيرها من القوانين المتصلة بها.
- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيات المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة من المجتمع بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها.
- تطوير أساليب الدفع الإلكتروني لدى مختلف المراكز الائتمانية وكذا اعتماد نظام الشبكات الإلكترونية المصرفية.

1- بوحده خير الدين، دور التجارة التكنولوجية في ترقية مناخ الأعمال، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم التسيير، جامعه الشاذلي بن جديد الطارف، 2017، ص ص 40 - 42.

- التفكير في قوانين حماية المستهلك الجزائري وهذا للتخوف من مخاطر التجارة الإلكترونية خلال الأساليب والسبل السابقة.

يمكن تسهيل خلق تجارة إلكترونية في الجزائر لكي تتحقق لابد من⁽¹⁾:

✓ اعتماد الدقة أثناء التنفيذ.

✓ السرعة في التنفيذ وعدم الإهمال

✓ و السبب في ذلك وانتشار هذا النظام حيث يتطور بطريقه متطورة وهذا ما يؤدي إلى اتساع الفجوة، كما أن التماطل في استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر سيزيد ها تراجعا وتلفا على عجله التطور والنمو الاقتصادي الثقافي المتسارع على بقية الدول المتقدمة.

3-تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر والفوائد المستقبلية للتجارة الإلكترونية على

الاقتصاد الجزائري:

تتمثل التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر في ما يلي:

3-1- مستوى التطور التكنولوجي واستخدام شبكات الاتصال والمعلومات: أن مشاركة الجزائر في سوق التجارة الإلكترونية الواعد تحتاج إلى بنية معلوماتية كبيره ومتطورة سواء كان على مستوى شبكات الاتصال أو على مستوى مكنته الأعمال والمهام، ولقد بدأت الدول المتطورة في الاستخدام المكثف

1- نفس المرجع السابق، ص 42.

للسائل التكنولوجية وإمكانات شبكات الاتصال المتطورة بصوره مكثفه، تحقق لها الريادة المستمرة في هذا المجال⁽¹⁾:

- ما زالت الكثافة الهاتفية للهاتف الثابت لكل مائة مواطن في الجزائر اقل من مثيلاتها في الدول المتقدمة، و تمثل هذه الفجوة احد أهم التحديات الأساسية أمام الاقتصاد الجزائري للحاق بثوره المعلومات واستخدام التجارة الإلكترونية في دول العالم المتقدم إلى أكثر من 80 خط لكل 100 مواطن في الجزائر.
- أن جميع مؤسسات الأعمال في الجزائر أصبحت مطالبه أكثر من أي وقت مضى بالتفكير في كيفية تبني نماذج لاستخدام شبكات الإعلام و الاتصال، وخاصة شبكه الانترنت بوصفها اكبر سوق عالمي.

3-2- ضرورة توافر المرونة والفاعلية للمنتجين والمنتجات⁽²⁾:

- ✓ التكيف بمزيد من المرونة مع التغيرات في رغبات المستهلكين.
- ✓ سرعه الاستجابة بالنسبة للشركات والمستهلكين.
- ✓ تقصير دوره حياه المنتج.
- ✓ وجود مزيد من الشفافية على مستوى الأسواق يتطلب هذا التحول والذي يمثل تحديا يواجه مؤسسات الأعمال في الجزائر، سواء كانت إنتاجية أو خدماتية أن تتسم بالمرونة والفاعلية.

1- مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية: "التقرير الاستراتيجي العربي تكنولوجيا المعلومات كما تطل التنمية والتكامل العربي"، القاهرة، 2000، ص 34.

2- نفس المرجع،

3-3- المنافسة العالمية حتى في السوق المحلية:

فتحت التجارة الإلكترونية الباب على مصراعيه عبر الحدود الإقليمية وبالتالي فقد تحولت المنافسة من نطاق محلي إلى نطاق عالمي وتضع المنافسة العالمية مؤسسات الأعمال الجزائرية أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس وعلى هذه المؤسسات (العام منها والخاص) أن تفهم طبيعة هذا التحدي وان تضع خططا لمواجهةته⁽¹⁾.

3-4- ضرورة توافر البيئة الملائمة لنمو و ازدهار التجارة الإلكترونية:

يرتبط نمو وازدهار التجارة الإلكترونية بتوافر بيئة محفزة لذلك ويشمل ذلك العناصر الآتية⁽²⁾:

- ✓ البيئة التشريعية والقانونية الملائمة لاحتياجات التجارة الإلكترونية.
- ✓ البيئة المالية المناسبة لأساليب الدفع الإلكتروني والاستخدام المكثف لوسائل الدفع الحديثة لبطاقات الائتمان والنقود الإلكترونية.
- ✓ البيئة الثقافية المناسبة من حيث تحديات اللغة والتراث والثقافة.
- ✓ الموارد البشرية المؤهلة والقادرة على العمل في مجالات التجارة الإلكترونية المتخصصة.
- ✓ بيئة أداء الأعمال وقدرتها على التوافق مع تحديات نمط وأساليب و نماذج العمل الجديدة.
- ✓ كفاءة وفعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقدرتها على الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية

1- الجنيهي منير محمد، الجنيهي ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص

ص11-12

2- نفس المرجع، ص ص 13 - 14

✓ وجود النظم القياسية والمعيارية لكافة الأنشطة والمنتجات والتي تتضمن التعاملات وتحفظ حقوق المستهلك.

3-5- الفوائد المستقبلية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري⁽¹⁾:

إن تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر سوف يحقق لها في المستقبل مكاسب حقيقية لطالما سعت الحصول لها، منها:

(1) فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تعاني من مشكل صعوبة النفاذ إلى أسواق عالميه نتيجة صغار حجمها وانخفاض مواردها وبالتالي فإن مؤسسه الصغيرة غير المعروفة على المستوى المحلي يمكن لها أن تفتح آفاق أوسع على المستوى العالمي.

(2) استفادة من الخدمات والسلع التكنولوجية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدره تنافسية.

(3) تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن المنتجات الجزائرية تجد طلبا لها في السوق العالمي لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.

(4) تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني المختلفة.

(5) تفادي المشاكل الإدارية مثل بين المكلفين بالضريبة والإدارة الجبائية فيما يتعلق بالتخلف عن تقديم التصريحات الجبائية أو دفع مستحقات حيث يمكن أن يتم ذلك بسهولة عن طريق شبكة الانترنت أو الدفع الإلكتروني.

1- باهي سامية، التجارة الإلكترونية كأداة للتعاون الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 73.

6) سهوله الوصول إلى المستهلك وشريحة كبيره من المستهلكين المحليين.

7) إعطاء نفس جديد للتجارة الإلكترونية خاصة ونحن مقبلون على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

المبحث الرابع: دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية:

1- دور الأنترنت عن التجارة الإلكترونية:

لقد ساهم انتشار شبكه الأنترنت في العالم إلى تطور التجارة الإلكترونية فخرجت التجارة الإلكترونية في إطارها الوطني إلى الدولي وأصبحت القطاعات الاقتصادية الممارسة للتجارة الإلكترونية تقوم بتسويق منتجاتها وإبرام صفقاتها عبر العالم من خلال شبكه الأنترنت وسنبرز ذلك من خلال العناصر التالية⁽¹⁾:

أ- سمات التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت:

عدم وجود علاقة مباشره بين طرفين العملية التجارية حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكه الأنترنت وبالرغم من أن هذا النموذج ليس جديدا حيث شاهدت التجارة الاستخدام المكثف⁽²⁾:
✓ لوسائل الاتصال (تليفون فاكس مراسلات)، إلا أن ما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجه عاليه من التفاعلية وبغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة الإلكترونية.

1- رأفت رضوان، العالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية والإدارية، القاهرة، 1999، ص 17.

2- نفس المرجع، ص 17 - 18

✓ التفاعل الجمعي أو المتوازي أو بمعنى آخر إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه حيث يستطيع احد أطراف المعاملة إرسال رسالة الكترونية إلى عدد غير معروف من المستعملين في نفس الوقت ودون الحاجة إلى أعاده إرسالها في كل مرة.

✓ حيث توفر شبكة الانترنت إمكانية هائلة لتفاعل الجماع فمن خلالها يمكن عقد ملتقيات وندوات بين المشتركين دون أن يعرف بعضهم البعض.

✓ توفر التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، إمكانية تسليم السلع غير مادية ودفع مستحققاتها عبر الانترنت باستخدام مختلف وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة، إمكانية الاستفادة من مزايا التبادل الإلكتروني والوثائق بأقل تكلفه وأعلى كفاءة.

ب- الاستثمار بواسطة الانترنت: تطور الاستثمار الإلكتروني أو الاستثمار عبر الانترنت مع تطور الشبكة العالمية التي مهدت لظهور سماسة الانترنت وأتاحت الفرصة للحصول على مقدار هائل من المعلومات مما ساعد على الاستثمار دون الحاجة إلى النصائح واستشارات سماسة الأسواق المالية، ومع الوقت تحولت الشبكة من أداة بحث إلى أداة الإتمام العمليات حيث لم يقتصر الأمر على المصارف الكبرى وشركات السمسرة الإلكترونية بل أن بيوت السمسرة التقليدية أيضا اتجهت نحو إنشاء خطوط اتصال (one line) لتقديم خدمات وإتاحة الفرصة للمستثمرين ليقوموا بفتح حسابات الإلكترونية وإرسال طلبات البيع والشراء عبر الانترنت⁽¹⁾.

1- محمد صالح الحناوي، جلال إبراهيم العبد، الاستثمار في الأسهم والسندات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص

يساعد الاستثمار عبر شبكة الانترنت على تحقيق الأهداف التالية⁽¹⁾:

- شراء وبيع الأوراق المالية عبر الانترنت.
- استغلال الفرص الاستثمارية من المواقع الإخبارية والتي لم تكن متاحة لصغار المستثمرين قبل ظهور شبكة الانترنت.
- غير انه على المستثمر المالي عبر الانترنت أن يكون قادرا على إجراء المعاملات الاستثمارية عبر شبكة الانترنت.

2-خط الاستثمار عبر الانترنت:

- يحتاج الاستثمار عبر الانترنت إلى خطة استثمارية مدروسة توضح طريقه وتوظيف الاستثمارات، لذلك فان خطة الاستثمار عبر الانترنت لابد أن تشمل العناصر التالية⁽²⁾:
- الحصول على المعلومات والبيانات الاستثمارية اللازمة لعروض الأسعار وأدوات تقويم واختيار الأسهم وتقارير القطاعات المختلفة من أسواق وتوقعات الإيرادات.
 - اختيار الاستثمارات التي تتوافق مع أهداف المستثمر المالية ومستوى المخاطر التي يكون على استعداد لتحملها ونمط الاستثمار المرغوب فيه.
 - متابعه إدارة وتسيير المحفظة الاستثمارية وإعادة تقييمها بشكل منتظم من حين لآخر بغرض اتخاذ القرارات المناسبة لإجراء التغييرات اللازمة وبالاعتماد على المعلومات المتاحة عبر الانترنت. وتحذر الإشارة إلى أن المواقع على الانترنت التي تقدم قواعد وبيانات أسعار السندات والأوراق المالية الأخرى

1- نفس المرجع السابق، ص ص 362- 363

2- دوج جيدلاش، الاستثمار عبر الانترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 278

تسمى بـ "وحدات خدمه عروض الأسعار" وتقوم بتقديم هذه الخدمة إلى الملايين من المشتركين يوميا مقابل أسعار مباشره من البورصة من أي موقع آخر تقدم العروض للأسعار وتطالب البورصة بأسعار باهظة لتلك البيانات الحديثة.

- رغم كل ما يحققه الاستثمار عبر الانترنت من مزايا إلا أن هناك عدة مشاكل ولعل أهمها زيادة حجم تكلفه الاستثمارات بطريقه غير مباشره، تعقد عمليات التداول في معظم الحالات.

3-امن المعاملات التجارية على شبكه الانترنت:

تتميز صفقات التجارة الإلكترونية بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع والمشتري مما يؤدي إلى وجود بعض المخاطر المعرقله لهذا النوع من التجارة و المتعلقة بأمن وسريه المعلومات التي تبادلها بين هذين الطرفين، فالمعلومات أثناء تدفقها عبر شبكه الانترنت يمكن أن تحول ويقرأ محتواها خصوصا المعلومات المالية(أرقام الحسابات وأرقام بطاقات الائتمان)، كما يمكن أن تتعرض مواقع المؤسسات إلى عمليه الاختراق والتخريب من طرف لصوص الانترنت (internet haclors)، مما أدى إلى ضرورة اللجوء إلى مجموعه من المعايير والأنظمة والتي توفر السرية والأمن والخصوصية لتعاملات التجارة الإلكترونية، وسنورد فيما يلي أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان نقل الأمن للمعلومات:

أولا: التشفير: إذا تم تبادل المعلومات بين طرفين في شكل نص واضح، فبإمكان أي شخص قراءه هذا النص وتغيير محتواه واستغلاله، ولتفادي أخطار قرصنه المعلومات يتم اللجوء إلى تقنية تصبح بمقتضاها المعلومات المرسله غير قابله للفهم من قبل الغير وهذه التقنية يطلق عليها التشفير⁽¹⁾.

1- سميح ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكره ماجستير غير منشورة، كليه العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير جامعه منتوري، قسنطينة 2010/2011، ص ص 81 - 85

التشفير هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومه، ثم فك الشفرة بعد وصولها إلى وحده خدمه الويب الآمنة، أي أن التشفير هو واستبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها.

ثانيا: التوقيع الإلكتروني:

هو ملف رقمي (شهادة رقمية) تصدر عن هيئة متخصصة مستقلة معترف بها مثل: مكاتب التوثيق القانونية، ويوفر درجة عالية من التامين والخصوصية والتأكد من شخصيه المرسل، ومن أشكال التوقيع الإلكتروني: التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني (باستخدام جهاز سكاينر) إلا أن لها عدة معوقات وذلك لسهولة التزوير، التوقيع باستخدام الخواص الذاتية وهذا النوع من التوقيع يعتمد على الحواس الطبيعية للفرد: البصمة الشخصية، مسح العين البشرية، التحقق من مستوى ونبره الصوت، خواص اليد البشرية⁽¹⁾.

ثالثا: الشهادات الرقمية:

هي عبارة عن وثائق الكترونية تثبت هوية المستخدمين عبر شبكه الانترنت ويتولى إصدار هذه الشهادات جهة موثوق فيها يسمى سلطه إصدار الشهادات، تحتوي كل شهادة رقميه يتم إصدارها على معلومات مهمة تتعلق بمالكها وبالسلطة التي أصدرت هذه الشهادة مثل: اسم حامل الشهادة، المفتاح العام لحامل الشهادة، اسم سلطه الإصدار، الشهادة الرقمية، رقم متسلسل، تاريخ الإصدار، مده صلاحية الشهادة، ومثال على ذلك المؤسسة العالمية المانحة للشهادات الرقمية عبر أطراف معتمده وهي تصدر ثلاث أنواع من الشهادات الرقمية: شهادات التعريف الرقمية على مستوى الأفراد شهادات التعريف

1- عجالي دلال، التجارة الإلكترونية، مذكره ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعه الحاج

الأخضر، باتنة، 2008/2007، ص ص 18-19

الرقمية على مستوى مزودات (خادم) الويب المستخدمة في مواقع التجارة الإلكترونية، شهادات التوقيع الرقمية تستخدم في توقيع الرسائل الإلكترونية⁽¹⁾.

رابعاً: نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة:

إن المشكل الرئيسي الذي تعاني منه التجارة الإلكترونية هو مشكل تأمين الدفع والأخطار التي قد تترتب عنه، فالدفع الإلكتروني باعتباره عملية مصرفية متعددة الأطراف ومفتوحة على فضاء دولي، يمكنها أن يتعرض إلى صور عديدة من الاعتداءات والتي تخلق لدى المشتري هاجس ضمان وتأمين عملية شراء السلع عبر الانترنت كذلك للبائع الذي يرغب في ضمان قدره الزبون على التسديد ولذلك تم التفكير في اللجوء إلى وسائل آمنة حديثه قادرة على جعل الدفع أكثر فعالية وأكثر سرية وكذلك أكثر قدره على حماية المستهلك وضمن حقوق البائع ومن بين أهم هذه الوسائل نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة⁽²⁾.

تعريف نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة:

هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعه كبيره من الشركات العالمية للاتئمان كفيزه (visa) وماستر كارد (master card)، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الاتئمانية) أثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار والبنوك ويستطيع هذا البروتوكول ضمان أمن المعاملات المالية للبطاقات الاتئمان خلال إصدار شهادات رقمية للمستهلكين و التجار تشهد

1- صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكره ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير تخصص استراتيجية، جامعة وهران، 2014، ص 82.

2- عجالى دلال، مرجع سبق ذكره، ص 20.

بصحته وهو يتم أثناء قيامهم بمعامله التجارة ويتم الاحتفاظ بها في برمجيات المحفظة الإلكترونية والتي تحتوي بالإضافة إلى شهادة set معلومات أخرى مثل البطاقة الائتمانية وتاريخ انتهائها، حيث يتم تخزين هذه المحفظة على كمبيوتر المستخدم ليتم استعمالها للقيام بعملية الدفع عبر الانترنت في أي وقت⁽¹⁾.

خامسا: تقنيه طبقة الفتحات الآمنة:

هذه التقنية طورت من طرف شركة نيت سكيب التي ساعدت على زيادة الثقة في التجارة الإلكترونية ومستوى الأمان فيها مما جعلها أساس التجارة الإلكترونية في العالم حيث قامت معظم الشركات المنتجة لمتصفحات الانترنت بالأخذ بها وتزويد متصفحاتها بهذه التقنية و (SSL) برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنت بطريقه آمنة بحيث لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل والمستقبل لان قوه تشفيرها تكون قويه ويصعب فكها وهي تختلف عن طرق التشفير الأخرى في أمر واحد وهو انه لا يطلب من مرسل البيانات تشفير المعلومات التي يريد حمايتها فقط، عليه التأكد من أن البروتوكول المستخدم بالقوة المطلوبة.

و من خطوات استخدام برنامج (SSL): يقوم الموقع بالتقدم إلى إحدى الهيئات المستقلة التي تصدر شهادة رقميه تثبت هوية وصحة الموقع بعد التأكد الهيئة من نشاط وحسن سيره هذا الموقع تقوم بإصدار شهادة رقميه له تدون فيها معلومات خاصة بالموقع مثل: اسم الشركة وتاريخ إصدار وانتهاء الشهادة وكذلك يتم إصدار المفتاح العام والخاص للموقع، عن دخول زائر الموقع (المشتري) للصفحة الآمنة التي يدخل فيها البيانات والمعلومات للشراء يقوم المتصفح المزود بهذا البرنامج بالجهاز الخادم الآمن للموقع

1- سمييه ديمش، مرجع سبق ذكره، ص 80.

الذي يطلب منه: الشهادة الرقمية، مصدرها، تاريخ انتهائها للتأكد من مصداقية الموقع. وبعد التأكد يقوم المتصفح بإعلامك بالتطابق أو عدمه و وبعض الملاحظات أن وجدت⁽¹⁾.

سادسا: الجدران النارية:

عبارة عن برمجيات هدفها الأساسي تأمين الحماية الكافية لمعلومات الشركة والقضاء على كل عمليات الاختراق والتدمير التي تتعرض لها ملفات وخوادم الويب من خلال إقامة حجز بين شبكه الانترنت والشبكة الداخلية للمؤسسة، ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول و الخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم وغير المسجلين ولتجنب خطر الفيروسات والبرامج الدخيلة، وتقوم حوائط المنع بإدارة عملية النفاذ إلى الموقع أو الشبكة من خلال ثلاث طرق أساسيه: طريقه إتاحة العام وغلق الخاص، طريقه حوائط المنع المزدوجة وطريقه الفصل المطلق للخدمات⁽²⁾.

سابعا البصمة الالكترونية:

هي بصمه رقمية يتم اشتقاقها وفق خوارزميات معينه تدعي دوال أو اقترانان التمويه وتقوم هذه الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد البصمة(رسالة صغيرة)تمثل ملف كامل أو رسالة (سلسله كبيره) وتتكون البصمة الالكترونية للرسالة من بيانات لعمل طول ثابت بين 128 و 160(Bits) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير وهذه البصمة تميز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقه إذا تم التغيير ولو بمقدار Bits في الرسالة هذا يؤدي إلى بصمة أخرى مختلفة تماما أو تتميز البصمات عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأتها والتي لا يمكن فك شفراتها إلا

1- صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 77 - 78

2- عجالي دلال، مرجع سبق ذكره، ص 19.

باستخدام المفتاح العام، وتحذر الإشارة بان استخدام خوارزميه البصمة الالكترونية أسرع من عمليه التشفير اللامتائل لهذا فان البصمة الإلكترونية تستخدم كثيرا في إنشاء التواقيع الرقمية⁽¹⁾.

ثامنا: هيئه الاعتماد

تقوم بإصدار شهادة تحقيق الشخصية الالكترونية مع كل معامله رسالة تتضمن بيانات عن المرسل من ونسخه من مفتاحه العام وتاريخ انتهاء صلاحية شهادة تحقيق الشخصية الالكترونية⁽²⁾.

تاسعا: دور شبكة الإنترنت في التجارة الإلكترونية؟

تقوم شبكة الإنترنت بدور أساسي ومهم في التجارة الإلكترونية (لا وجود للتجارة الإلكترونية دون وجود شبكة الإنترنت)⁽³⁾:

- من خلال شبكة الإنترنت، البحث عن الخدمات أو البضائع، والوصول إليها بكل سهولة.
- من خلال شبكة الإنترنت، من الممكن الحصول على المنتجات الرقمية، بسرعة وسهولة.
- معظم وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية تتم من خلال شبكة الإنترنت.
- تُتيح شبكة الإنترنت، عرض المنتجات على المواقع الإلكترونية، بطريقة جذابة.
- تعد شبكة الإنترنت من أهم مصادر الحصول على المعلومات التجارية، عن المنتجات حسب أنواعها، إذا كان منتج صناعي أو استهلاكي أو تقني.

1- صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مرجع سابق، ص 81

2- سمييه ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مرجع سابق، ص 80

3-تسويق ما وأعمال www.e3arabi.com تم تصفح الموقع يوم 06 سبتمبر 2020 على الساعة 16.00.

- تعتبر شبكة الإنترنت من أهمّ الوسائل في خدمة التسوق، عبر مواقع خاصة بالتسوق، ونستطيع من خلال هذه الخدمة شراء الأغراض، من خلال التسوق عبر شبكة الإنترنت، والدفع بطريقة إلكترونية، وأنّ عمليات التسوق الإلكتروني عملت على توفير الكثير من الجهد والعناء على الناس

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على الظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الإلكترونية، وإزالة الغموض عنها باستعراض ومعرفة ما هي هذه التجارة وأهم أشكالها وانعكاساتها الايجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية، والوصول إلى اكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف وكذلك المستهلكين الذين أضحي بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقره زر.

ومما لا شك فيه أن التطور السريع للتجارة الإلكترونية ككل ظاهره يفرض مجموعه من التحديات التي تسعى الهيئات والمنظمات الوطنية لإيجاد السبل الكفيلة بتذليلها، كما يقدم هذا التطور مجموعه من المزايا لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وتوسيع انتشارها والاستفادة من مزاياها.

الفصل التطبيقي
عرض وتحليل نتائج
الدراسة الميدانية

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية المستخلصة من أداء الاستثمار والتي رصدت الباحثة بياناتها على مستوى عينة من موظفي مؤسسة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر (الطرف)، وفي آخر الفصل تم تقديم حوصلة لأهم النتائج العامة التي توصلت إليها كإجابة على التساؤلات التي تم طرحها في إشكالية هذه الدراسة.

المحور الأول: عرض وتحليل البيانات العامة المتعلقة بالمبحوثين:

يتناول هذا الجزء من الفصل التطبيقي أهم المعطيات التي تشكل خصائص عينة الدراسة تتمثل

هذه الخصائص في المتغيرات التالية: الجنس، السن، التخصص في المهنة، الخبرة المهنية.

الجدول رقم 02: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس / التكرارات
40%	08	ذكر
60%	12	انثى
100%	20	المجموع

من خلال هذا الجدول المبين أعلاه لعدد أفراد العينة حسب متغير جنس العمال للوكالة التجارية

لاتصالات الجزائر والتي تمت بها الدراسة توضح بأن نسبة الإناث تقدر بـ 60% في حين أن نسبة

الذكور يقدر بـ 40% ويمكننا تفسير ذلك بناء على أن نسبة الإناث مرتفعة في المؤسسة نظرا لأن

الذكور لديهم حاجز الخدمة الوطنية الذي يُعتبر أكبر عائق يواجههم في بداية مساهمهم المهني.

الجدول رقم 03: متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
40%	08	30-20
50%	10	40-31
10%	02	41 فما فوق
100%	20	المجموع

يبين لنا الجدول رقم (03) والذي يوضح متغير السن لدى عينه البحث أن فئة من 31-40 سنة احتلت الصدارة بنسبة 50% تليها فئة من 20-30 سنة جاءت المرتبة الثانية بنسبة 40% ثم فئة 40 فما فوق قدرت نسبتها 10% بالمئة وبالتالي تتسم عينة الدراسة بانتمائها حسب متغير السن لفئة من 31-40 سنة، هذا التفاوت راجع إلى الكفاءة في انتقاء مفردات العينة للمؤسسة.

الجدول رقم 04: يبين متغير التخصص في المهنة:

النسبة المئوية	التكرارات	التخصص في المهنة
10%	02	إطار سامي
70%	14	عامل متوسط
20%	04	عامل اشراف
100%	20	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (04) والذي يوضح توزيع العينة حسب متغير التخصص في المهنة، نلاحظ أنّ أغلبية أفراد العينة ينتمون لفئة عامل المتوسط بنسبه 70% وتلها نسبه 20% والتي تمثل عامل إشراف وتليها إطار سامي بنسبه 10%.

الجدول رقم 05: يبين متغير الخبرة المهنية:

النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة المهنية
10%	02	1-4 سنوات
30%	06	5-9 سنوات
50%	10	10-14 سنوات
10%	02	15 فما فوق
100%	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يبين متغير الخبرة المهنية لدى العمال من عينة البحث أنّ أغلبية العينة للخبرة المهنية من 10-14 سنوات بنسبة 50%، وتليها 5-9 سنوات بنسبة 30%، وتليها من 1-4 سنوات بنسبة 10% وتمثلها 15 فما فوق بنسبة 10% بنسب متعادلة، يمكننا تفسير ذلك على أنّ عمال المؤسسة لديهم خبرة وكفاءة مهنية تجعل من الوكالة التجارية "اتصالات الجزائر" مؤسسة تُرضي زبائنهم بتوفيرها مختلف السلع والخدمات التي تهتم المواطن بالدرجة الأولى.

المحور الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالدور الإيجابي للإنترنت:

يتناول هذا الجزء من الفصل التطبيقي أهم المعطيات التي تبين الدور الإيجابي للإنترنت وتتمثل هذه البيانات في اعتماد المؤسسة على الإنترنت بكثرة، موقع المؤسسة على الإنترنت، بالإضافة إلى عدد الطلبات التي يستقبلها الموقع يوميا، وأكثر السلع والخدمات طلبا من طرف المستهلك عبر الإنترنت للمؤسسة بالإضافة إلى تشجيع المؤسسة للأفراد على استخدام شبكة الإنترنت واعتمادها بكثرة على البريد الإلكتروني في التعاملات.

الجدول رقم 06: يبين اعتماد المؤسسة على الإنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
100%	20	نعم
00%	00	لا
100%	20	المجموع

يتضح في الجدول أعلاه الذي يبين اعتماد المؤسسة على الإنترنت بنسبة 100%، أي اعتماد كل مفردات عينة الدراسة على شبكة الإنترنت عند مزاولة مهامهم في المؤسسة وهذا مؤشّر على أهمية وضرورة توفر شبكة الإنترنت في الوكالة التجارية "اتصالات الجزائر" لِمَا لها من خصائص تجعل منها تقنية أكثر من مهمة للعمال في المؤسسة.

الجدول رقم 06-أ: يبين أسباب اعتماد المؤسسة على الأنترنت بكثرة:

النسب المئوية	التكرارات	التكرارات	الفئات
65%	13		المؤسسة تعتمد على الأنترنت لتقديم خدماته للمستهلك
35%	07		تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت لتسهيل عملية التبادل الاقتصادي
100%	20		المجموع

يتبين لنا من الجدول رقم 6-أ أسباب اعتماد المؤسسة على الأنترنت بكثرة حيث نلاحظ أن اعتماد المؤسسة على الأنترنت لتقديم خدمات للمستهلك احتلت المرتبة الأولى بنسبة 65% وتليها اعتماد المؤسسة على شبكة الأنترنت لتسهيل عملية التبادل الاقتصادي بنسبة 35%، وهذا راجع إلى أن تقنية الأنترنت تتميز بالسرعة في اكتساب واكتشاف المعلومات وسرعة تداولها بين الأشخاص وهذا ما يوضح لنا ربحي مصطفى عليان: "تمكنا من الوصول إلى المعلومات في أي وقت، رصيد هائل من المصادر المختلفة، اشتمال الأنترنت على آلاف المجالات والنشرات الإخبارية الإلكترونية، اتصال مباشر لباحثين والعلماء في جميع التخصصات، تسهيل الخدمات من خلال البريد الإلكتروني، السرعة في إعداد الموارد لنشرها إلكترونياً"⁽¹⁾.

1- ربحي مصطفى عليان، طرق جمع المعلومات والبيانات لأغراض البحث العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع،

الجدول رقم 07: يبين طبيعة موقع المؤسسة على الأنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
50%	10	الإعلان والإشهار للسلع والخدمات
20%	04	سوق لتلاقي الباعة والمشتريين
30%	06	تجارة إلكترونية عبر الأنترنت
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن موقع المؤسسة عبر الأنترنت يبرز من خلال الإعلان والإشهار للسلع والخدمات بنسبة 50% في حين نسبة التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت 30% أما عن فئة سوق تلاقي الباعة والمشتريين جاءت بنسبة 20% في المركز الأخير.

وعليه يمكن القول أن الموقع الذي تعتمد عليه المؤسسة يكون من خلال الإعلان والإشهار للسلع والخدمات وكذلك تجارة إلكترونية عبر الأنترنت حيث تستفيد المؤسسة كثيرا من الشبكة في تحقيق الربح المادي من خلال الإشهار والتعريف والتسويق.

الجدول رقم 08: عدد الطلبات التي يستقبلها موقع المؤسسة في اليوم:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
10%	02	طلبة واحدة في اليوم
20%	04	من 2-10 طلبات في اليوم
40%	08	من 11-20 طلبية في اليوم
30%	06	أكثر من 20 طلبية في اليوم
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم 08 متغير عدد الطلبات التي يستقبلها موقع المؤسسة في اليوم حيث نجد في المرتبة الأولى عدد الطلبات من 11-20 بنسبة 40% وتليها بنسبة 30% أكثر من 20 في المرتبة الثانية وتليها من 2-10 بنسبة 20% وتليها طلبية واحدة في اليوم بنسبة 10% والتي جاءت في المركز الأخير، وهذا إن دلّ على شيء إنّما يدلّ على أنّ هناك ضغط على المؤسسة التي تستقبل عدّة طلبات في اليوم.

الجدول رقم 09: يوضح مدى توفير الأنترنت للكثير من الامتيازات التجارية لصالح المؤسسة:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
90%	18	نعم
10%	02	لا
100%	20	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (09) أنّ نسبة 90% من عينة الدراسة ترى الأنترنت توفر الكثير من الامتيازات التجارية لصالح مؤسسة اتصالات الجزائر، في حين أنّ نسبة 10% من المبحوثين وهي نسبة جد ضعيفة تنفي ذلك.

وهذا ما أكدّه محمد صالح الحناوي من خلال مزايا الأنترنت في المجال التجاري على النحو التالي⁽¹⁾:

- ✓ بيع وشراء الخدمات أو المنتجات أو المعلومات غير مقيدة بمكان أو زمان محدد فيمكن البيع أو الشراء طوال اليوم وليس لساعات محددة يوميا.
- ✓ سهولة انشاء منصات البيع والشراء ويتمثل ذلك في خطوات محدودة مثل رفع للصور وتحديد لبيانات المنتج وتحديد الأسعار وطرق الشحن المتعددة.
- ✓ تحديد وسيلة الدفع المناسبة للمنافسة على الأسواق.

1- محمد صالح الحناوي، الاستثمار في الأسهم والسندات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003-2004، ص88

✓ إن إدخال شبكة الأنترنت في مختلف مواقع الإنتاج والعمل والمؤسسات والشركات والمنازل أدى إلى زيادة الإنفاق والاستهلاك على مختلف السلع والمنتجات المعروضة التي تطرحها المؤسسات العالمية عبر الشبكة.

✓ توفير الوقت والجهد تفتح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم وطيلة اليوم ودون أي عطلة ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار لشراء منتج معين كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت ولا يتطلب شراء المنتجات أكثر من النقر على المنتج وإدخال بعض المعلومات على البطاقة الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل: استخدام النقود الإلكترونية.

✓ حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيادة مختلف أنواع المحلات على الأنترنت بالإضافة إلى ذلك فهي تزود الزبائن بمعلومات الكاملة على المنتجات حول مواصفاتها وأسعارها وصيانتها ومقارنتها بغيرها من السلع المتاحة وإمكانية تجربة بعض السلع المعلن عنها: مثل برامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع الشركات العالمية خارج النطاق المحلي.

الجدول 10: يبين أكثر السلع والخدمات طلبا من طرف المستهلك عبر الأنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
20%	04	مودام
20%	04	بطاقة تعبئة
60%	12	ايصال المستهلك بشبكة الأنترنت
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (10)، والذي يبين أكثر السلع والخدمات طلبا من طرف المستهلك عبر الأنترنت حيث ترى نسبة 60% من أفراد عينة الدراسة أن إيصال المستهلك بشبكة الأنترنت احتلت الصدارة، في حين جاءت السلع والخدمات المطلوبة من قبل المستهلك والمتمثلة في بطاقة التعبئة، والمواد خلفها بنسبة متساوية قدرت بـ20%.

هذا التفاوت راجع إلى أن قيمة إيصال شبكة الأنترنت أقل بكثير من شراء مواد أو شراء بطاقة تعبئة، ولهذا يقوم المستهلك بطلب السلعة الأقل قيمة والتي تقدم أحسن خدمة.

الجدول رقم 11: يبين مدى تشجيع المؤسسة للأفراد على استعمال شبكة الأنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
100%	20	نعم
00%	00	لا
100%	20	المجموع

يبين الجدول أعلاه مدى تشجيع المؤسسة للأفراد على استعمال شبكة الأنترنت، حيث تظهر أن نسبة 100% من أفراد العينة أكدوا بأن مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم بتشجيع الأفراد على استعمال شبكة الأنترنت.

ويكون هذا مؤشر على أن الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر تعتمد اعتمادا كليا على مداخيلها من استعمال الأفراد لشبكة الأنترنت.

الجدول رقم 12: يوضح مدى اعتماد المؤسسة على البريد الإلكتروني في التعاملات:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
85%	17	نعم
15%	03	لا
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (12) والذي يوضح مدى اعتماد مؤسسة اتصالات الجزائر بالطرف على البريد الإلكتروني في التعاملات، حيث يؤكد 85% من المبحوثين أن المؤسسة تعتمد بكثرة على البريد الإلكتروني في التعاملات، في حين أن نسبة 15% من أفراد عينة الدراسة تنفي ذلك.

وهذا دليل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر الطرف تعتمد كثيرا على البريد الإلكتروني وذلك لتسهيل التعامل مع زبائنهم.

وهذا ما يُقر به محمد فهمي طالبة بأن: "البريد الإلكتروني من أكثر خدمات الأنترنت يمكن لأي مستخدم إرسال واستقبال خطابات إلكترونية من وإلى شخص متصل بالأنترنت، وأسس المقصود بالخطابات هنا الخطابات الشخصية فقط ولكن أي شيء آخر يكون في ملف أو نص ويشمل ذلك الإعلانات المجالات الإلكترونية"⁽¹⁾.

1- محمد فهمي طالبة، الأنترنت طريقة المعلومات السريعة، مطابع المكتبة الحديثة، القاهرة، 2000م، ص25.

المحور الثالث: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

يتناول هذا الجزء من الفصل التطبيقي أهم المعطيات التي يتبين التجارة الإلكترونية وتتمثل هذه البيانات في: موقع الربح للمؤسسة من التجارة الإلكترونية، إحصائيات المؤسسة حول التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى العراقيل التي تواجهها التجارة الإلكترونية وتطور التجارة الإلكترونية مستقبلا وأهم القوانين التي تنظم التجارة الإلكترونية مستقبلا بالإضافة إلى تطور التجارة الإلكترونية له علاقة بالاقتصاد الرقمي.

الجدول رقم 13: يبين موقع الربح للمؤسسة من التجارة الإلكترونية:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
70%	14	نعم
30%	06	لا
100%	20	المجموع

من خلال الجدول رقم 12، والذي يبين موقع الربح للمؤسسة اتصالات الجزائر-الطارف- من التجارة الإلكترونية حيث أن نسبة 70% من عينة الدراسة أجابوا بنعم فيما يخص الربح للمؤسسة من التجارة الإلكترونية، في حين أن نسبة 30% من المبحوثين تنفي ذلك.

نستنتج من خلال ذلك أن التجارة الإلكترونية مريحة لمؤسسة اتصالات الجزائر-الطارف-، وذلك من خلال ما توفره شبكة الأنترنت من امتيازات ما يجعلها تسهل عملية الترويج والإعلان الإشهارات التجارية.

الجدول رقم 14: يوضح إحصائيات المؤسسة حول التجارة الإلكترونية:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
65%	13	نعم
35%	07	لا
100%	20	المجموع

يبين لنا الجدول رقم (14)، والذي يوضح إحصائيات المؤسسة حول التجارة الإلكترونية حيث تظهر أن نسبة 65% من أفراد العينة أكدوا بأن هناك إحصائيات حول التجارة الإلكترونية في حين أن نسبة 35% يفندون ذلك.

الجدول رقم 15: يبين العراقيين التي تواجهها التجارة الإلكترونية:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
25%	05	ضعف شبكة الأنترنت
50%	10	القرصنة
25%	05	عدم تمكن المستهلك من الأنترنت
100%	20	المجموع

توضح لنا بيانات الجدول رقم (15) العراقيين التي تواجهها التجارة الإلكترونية، حيث أن نسبة 50% من أفراد عينة الدراسة يرون أن القرصنة هي أكبر العقبات التي تواجهها التجارة الإلكترونية تليها

وينسب متساوية 25% من المبحوثين يرون ضعف شبكة الأنترنت، وعدم تمكن المستهلك من الأنترنت هي من بين العراقيل التي تواجهها التجارة الإلكترونية.

وهذا ما أكده "كريستيان كرامليس بأن التجارة الإلكترونية تواجه عدة عراقيل منها⁽¹⁾:

✓ حالات الخداع والغش التي قد تحصل في بعض المعاملات التجارية والتي تعطي الناس تصورا سيئا عن التجارة الإلكترونية.

✓ التمسك بالطرق البدائية بالتسوق والشراء والتي تعتمد على معاينة البضائع وفحصها قبل الإقبال على شرائها.

✓ غياب الخبرة أو حتى المعرفة في مجال التجارة الإلكترونية لدى الموظفين بالدرجة الأولى ولدى الزبائن أيضا مما يعيق إتمام التجارة الإلكترونية.

✓ غياب الثقة بالمعاملات والعقود التي تبرم إلكترونيا.

✓ غياب الوعي لدى المستهلك في الاستفادة من التجارة الإلكترونية أو كيفية استخدام الموارد المتاحة لذلك.

✓ عدم توفير بنية تحتية جيدة تساعد على التبادلات التجارية الإلكترونية، ومن الأمثلة على ذلك، رداءة شبكة الأنترنت وعدم توافر شركات آمنة لنقل بضائع عبر حدود الوطن.

✓ غياب السرية أثناء تبادل المعلومات بين الشركات الموزعة والناقلة للبضائع.

1- كريستيان كرامليس، الاستثمار عبر الأنترنت، ط2، الدار العربية، بيروت، 1998، ص78.

الجدول رقم 16: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية مستقبلاً:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
90%	18	نعم
10%	02	لا
100%	20	المجموع

تبين بيانات الجدول أعلاه، مدى تطور التجارة الإلكترونية مستقبلاً، حيث أن نسبة 90% من عينة الدراسة أجابوا بنعم، أما فيما يخص الإجابة بـ لا فقد كانت النسبة بـ 10%.

نستنتج من خلال ذلك أن أغلب المبحوثين أكدوا على أن التجارة الإلكترونية ستتطور مستقبلاً، وهذا يعود إلى عدة اعتبارات وأهمها، أننا في عصر التكنولوجيا والرقمنة التي أصبحت المحرك الأساسي لاقتصاد الدول.

الجدول رقم 17: يبين تلقي التجارة الإلكترونية دعماً من الدولة:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
75%	15	نعم
25%	05	لا
100%	20	المجموع

من خلال الجدول رقم (17)، والذي يبين تلقي التجارة الإلكترونية دعماً من الدولة، حيث أن نسبة 75% من المبحوثين أجابوا بنعم، أما فيما يخص الإجابة بـ "لا" فقد جاءت بنسبة قدرت بـ 25%، يدل

على أن أغلبية أفراد عينة الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر تقر بتلقي التجارة الإلكترونية دعماً من الدولة كونها مؤسسة عمومية.

الجدول رقم 18: يوضح وجود قوانين تنظيم التجارة الإلكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالطرف:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
75%	15	نعم
25%	05	لا
100%	20	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (18)، التي توضح وجود قوانين تنظم التجارة الإلكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر -الطرف- حيث أن نسبة 75% من أفراد عينة الدراسة أجابوا "بنعم"، أما 25% فأجابوا بـ "لا"، وهذا ما يفسر أن أغلب المبحوثين يقرون بوجود قوانين تنظم التجارة الإلكترونية بالمؤسسة.

الجدول رقم 18-أ: يبين القوانين التي تنظم التجارة الإلكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالطرف:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
40%	06	قوانين خاصة بالشركة
40%	06	قوانين لضبط التجارة
20%	03	قانون تقني من أجل حماية موقع الأنترنت في المؤسسة.
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (18-أ)، والذي يبين القوانين التي تنظم التجارة الإلكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر -الطرف-، حيث أن المبحوثين وينسب متساوية قدرت ب 40% يؤكدون على وجود قوانين خاصة بالشركة، وقوانين لضبط التجارة، تليها نسبة 20% من المبحوثين، تؤكد على وجود قانون تقني من أجل حماية موقع الأنترنت في المؤسسة.

نستنتج من خلال ذلك أن عينة الدراسة تقر بوجود قوانين خاصة بالشركة وقوانين لضبط التجارة، بالإضافة إلى وجود قانون تقني من أجل حماية موقع الأنترنت في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 19: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية من خلال علاقتها بالاقتصاد الرقمي:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
90%	18	نعم
10%	02	لا
100%	20	المجموع

يبين الجدول أعلاه مدى تطور التجارة الإلكترونية من خلال علاقتها بالاقتصاد الرقمي، حيث تظهر أن نسبة 90% من أفراد العينة ترى تطور التجارة الإلكترونية، يتم من خلال علاقتها بالاقتصاد الرقمي، في حين أن نسبة 10% منهم تنفي ذلك، وهذا مؤشر على أهمية العلاقة التي تربط التجارة الإلكترونية بالاقتصاد الرقمي.

وهذا ما يؤكد "إبراهيم بختي" بأن: التجارة الإلكترونية الرقمية نوعية جديدة من الاقتصاديات التي تخرج عن المسار التقليدي، لتتحول إلى آخر ذي بعد تكنولوجي يستلزم في الأساس فهما لكيفية الاستغلال الأمثل لهذه الوسيلة الإلكترونية وذلك من خلال: دوافع التحول تختلف باختلاف طبيعة ونشاط المؤسسات⁽¹⁾.

1- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 47.

المحور الرابع: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالطرق والآليات المستخدمة على الأنترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية:

يتناول هذا الجزء من الفصل التطبيقي أهم الطرق والآليات المستخدمة على الأنترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية وتتمثل هذه البيانات في وجود طرق تستخدمها المؤسسة لترويج المنتجات وطرق الدفع المعتمدة عبر موقع الأنترنت وكيفية تقديم الخدمات بالإضافة إلى وجود حماية لموقع المؤسسة عبر الأنترنت وضرورة استخدام المؤسسة لشبكة الأنترنت في المجال التجاري بالإضافة إلى مدى تطور التجارة الإلكترونية من البنية التحتية للاتصالات، ومدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين.

الجدول رقم 20: يوضح وجود طرق تستخدمها المؤسسة لترويج منتجاتها:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
100%	20	نعم
00%	00	لا
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم (20)، الطرق التي تستخدمها الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر في الترويج لمنتجاتها، حيث أن نسبة 100% من أفراد عينة الدراسة تؤكد بوجود طرق للترويج لمنتجاتها، وهذا ما سنتطرق إليه في الجدول الموالي.

الجدول رقم 20-أ: يوضح كيفية ترويج المؤسسة اتصالات الجزائر لمنتجاتها:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
80%	16	الأنترنت
15%	03	الفيسبوك
05%	01	تويتر
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (20-أ)، والذي يبين كيفية ترويج الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر لمنتجاتها، حيث أن نسبة 80% من المبحوثين يؤكدون أن ترويج مؤسستهم لمنتجاتهم تتم عبر الأنترنت، في حين أنه نسبة 15% منهم يرون أن الترويج لمنتجات المؤسسة يتم عبر الفيس بوك، وهناك نسبة قليلة جدا من عينة الدراسة والتي تقدر بـ 5% يرون أن مؤسستهم تعتمد على اليوتيوب.

من خلال ما سبق نستنتج أن الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر تعتمد بنسبة كبيرة على الأنترنت في الترويج لمنتجاتها، وتعتمد بنسبة أقل على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر).

الجدول رقم 21: يوضح الطرق الدفع المعتمدة من قبل المؤسسة عبر موقع الأنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
20%	04	نقدا
15%	03	حوالة بريدية
65%	13	تحويلات الكترونية
100%	20	المجموع

تبين لنا معطيات الجدول (21) طرق الدفع المعتمدة من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر -الطارف- عبر موقع الأنترنت، حيث تشير نسبة 65% من أفراد العينة أن مؤسستهم تعتمد على التحويلات الإلكترونية في طريقة الدفع، في حين ترى نسبة 20% من المبحوثين طريقة الدفع المعتمدة من قبل مؤسستهم تتم نقدا، أما 15% منهم تشير إلى أن طريقة الدفع في مؤسستهم تتم عبر الحوالات البريدية. نستنتج من خلال ذلك أن مؤسسة اتصالات الجزائر تتم طرق الدفع لديها في تبادل السلع والخدمات بنسبة كبيرة مقارنة بالتحويلات الإلكترونية.

الجدول رقم 22: يوضح كيفية تقديم المؤسسة للخدمات:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
15%	03	مجانا
65%	13	عن طريق العملاء
20%	04	المشتري يستلم مباشرة
100%	20	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (22) كيفية تقديم المؤسسة للخدمات، حيث أن نسبة 65% من أفراد العينة تشير إلى أن مؤسستهم تقوم بتقديم الخدمات عن طريق العملاء، تليها نسبة 20% من المبحوثين ترى بأن المؤسسة تقدم خدماتها مباشرة مع المشتري، تليها نسبة 15% من المبحوثين يرون أن مؤسستهم تقدم خدماتها مجاناً.

نستنتج أن الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر تقوم بتقديم خدماتها بنسبة كبيرة عن طريق العملاء.

الجدول رقم 23: يوضح مدى وجود حماية لموقع المؤسسة عبر الأنترنت:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
80%	16	نعم
20%	04	لا
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم (23) مدى وجود حماية لموقع الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر عبر الأنترنت، حيث أن نسبة 80% من المبحوثين تؤكد على أنه يوجد حماية لمؤسستهم عبر موقع الأنترنت، في حين تنفي نسبة 20% منهم ذلك، وهذا مؤشر على أهمية مؤسسة اتصالات الجزائر، التي يجب حماية موقعها على الأنترنت.

الجدول رقم 24: يوضح ضرورة استخدام المؤسسة لشبكة الأنترنت في المجال التجاري:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
90%	18	نعم
10%	02	لا
100%	20	المجموع

تبين بيانات الجدول رقم (24) ضرورة استخدام الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطarf- لشبكة الأنترنت في المجال التجاري، حيث أن نسبة 90% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بنعم، في حين تنفي نسبة 10% منهم ذلك، وهذا مؤشر على أن الأنترنت أصبحت ضرورية في المجال التجاري بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر، وعليه يمكننا القول أن التكنولوجيا أصبحت حتمية للمؤسسة في المجال التجاري.

الجدول رقم 25: يوضح مدى تطور التجارة الإلكترونية من البنية التحتية للاتصالات من وجهة نظر موظفي المؤسسة اتصالات الجزائر الطارف:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
100%	20	نعم
00%	00	لا
100%	20	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (25) الذي يبين مدى تطور التجارة الإلكترونية من البنية التحتية للاتصالات من وجهة موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر -الطارف-، حيث أن نسبة 100% من المبحوثين أجابوا بنعم، وبالتالي يمكننا القول أن تطور التجارة الإلكترونية يكون عن طريق تطور البنية التحتية للاتصالات.

الجدول رقم 26: يوضح مدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات / التكرارات
90%	18	نعم
10%	02	لا
100%	20	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (26) مدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين، حيث أن نسبة 90% من عينة الدراسة أجابوا بنعم، في حين تتفي نسبة 10% من الباحثين ذلك، وهذا ما سنتطرق إليه في الجدول الموالي.

الجدول رقم 26-أ: يوضح مدى مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الإقتصاديين:

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
38.88%	07	تسهيل المبادلات عبر الشبكة سوى كانت معلومات أو مبادلات تجارية رقمية.
38.88%	07	تسهيل التجارة والخدمات
22.22%	04	خلق فرص الاستثمار
100%	20	المجموع

من خلال الجدول رقم 25-أ، والذي يبين مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين، تأتي في الصدارة وينسب متساوية تقدر بـ 88,38% من الباحثين يرون أن الأنترنت تساهم في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين من خلال تسهيل المبادلات التجارية عبر الشبكة سوى كانت معلومات أو مبادلات تجارية رقمية، وتسهيل التجارة والخدمات، تليها ونسبة 22,22% يرونها في خلق فرص الاستثمار وهذا دليل على أن الأنترنت لها دور كبير في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين.

خامسا: النتائج العامة للدراسة:

يضم هذا الجزء من البحث عرضا لأهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية والتي تم من خلالها دراسة دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية على عينة من عمال الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطارف- ونستعرضها في المحاور التالية كإجابة عن التساؤلات الفرعية للدراسة.

1- خصائص وسمات عينة الدراسة:

- تتميز عينة الدراسة بوجود فرق بين الجنسين (ذكر-أنثى)، حيث ظهرت نسبة الإناث أكثر من الذكور.
- تتميز عينة الدراسة بعدم وجود فرق واضح بين فئتي السن من (31-40)، (20-30) بنسبة ضئيلة.
- تتميز عينة الدراسة بكفاءتها المهنية، وهذا يرجع بالفائدة على الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطارف- من جهة ومن جهة أخرى على الزبائن هذا الأخير يستفيد من سلع وخدمات في مستوى تطلعاته.

2- الدور الإيجابي للأنترنت:

- تعتمد الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر -الطارف- على الأنترنت بنسبة 100%، لما له من خصائص ومميزات تسهل من خلالها لعمال المؤسسة التعامل مع الزبائن (تسهيل التجارة الإلكترونية)، فهي تعتمد بنسبة كبيرة على البريد الإلكتروني في التعاملات التجارية.

- تتميز طبيعة موقع المؤسسة على الأنترنت بالإعلان والإشهار للسلع والخدمات، حيث تستفيد المؤسسة كثيرا من شبكة الأنترنت في تحقيق الربح المادي من خلال الإشهار والتعريف والتسويق، كما توفر شبكة الأنترنت الكثير من الامتيازات التجارية لصالح مؤسسة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر.
- يعتبر إيصال المستهلك بشبكة الأنترنت أكثر السلع والخدمات طلبا من طرفه عبر الأنترنت، فوكالة اتصالات الجزائر تعتمد اعتمادا كليا على مداخيلها من استعمال الأفراد لشبكة الأنترنت.

3- التجارة الإلكترونية:

- تتميز أرباح مؤسسة اتصالات الجزائر من التجارة الإلكترونية من خلال ما توفره شبكة الأنترنت من امتيازات، في المقابل يقر عمال مؤسسة اتصالات الجزائر -الطarf- بتلقي التجارة الإلكترونية دعما من الدولة.
- يقر أغلب عمال مؤسسة اتصالات الجزائر -الطarf- بوجود قوانين تنظم التجارة الإلكترونية وقوانين لضبط التجارة، في المقابل يقر أغلب عمال مؤسسة اتصالات الجزائر -الطarf- إن العراقيل التي تواجهها التجارة الإلكترونية هي القرصنة.
- يتم تطور التجارة الإلكترونية من خلال علاقتها بالاقتصاد الرقمي.

4- الطرق والآليات المستخدمة على الأنترنت لتسهيل عملية التجارة الإلكترونية:

- تعتمد الوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر -الطarf- في الترويج لمنتجاتها بنسبة كبيرة على الأنترنت، فأهم طرق الدفع المعتمدة من قبل المؤسسة عبر موقع الأنترنت تتم بالتحويلات الإلكترونية وبالتالي أصبحت الأنترنت ضرورية في المجال التجاري بالنسبة للوكالة التجارية

لاتصالات الجزائر -الطارف-، حيث أن التكنولوجيا أصبحت حتمية في المجال التجاري، لذلك يقر أغلب المبحوثين بوجود حماية لمؤسستهم عبر موقع الأنترنت.

- تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بتقديم خدماتها عن طريق العملاء، في المقابل تعتمد مساهمة الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الاقتصاديين على تسهيل المبادلات عبر الشبكة سواء كانت معلومات أو مبادلات تجارية رقمية وتسهيل التجارة والخدمات، فتطور التجارة الإلكترونية يكون عن طريق تطور البنية التحتية للاتصالات.

خاتمة

اعتبرت التجارة الإلكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة، كما ساهمت في زيادة حجم التحقيقات النقدية بشكل ملفت للاهتمام، فهذه التجارة مبنية على الفعالية والسرعة وتقوم على شبكة الانترنت في الغالب، و ما يميز التجارة الإلكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي أو الجديد، هذا الاقتصاد الذي يعتمد في هيكله على عدة هيئات منها الحكومات الإلكترونية، المصارف الإلكترونية، والأسواق المالية الإلكترونية والشركات الإلكترونية.

ولشبكة الانترنت العالمي التي أنتجتها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا رئيسيا في التجارة الإلكترونية، كأكبر شبكة معلومات عالمية تدور من خلالها جميع العمليات الاقتصادية من مفاوضات وصفقات وبيع وشراء وتسويق وتبادل للأموال، لدرجة أنها تصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة دول العالم في المستقبل.

من أجل جعل دراستنا علمية أكثر، قمنا بتدعيمها بمجموعة من الاقتراحات والتوصيات والتي نوجزها فيما يلي:

✓ تحديث وسائل الدفع وجعلها إلكترونية، فيمكن تحسين الخدمة المصرفية المقدمة من خلال تطوير وسائل الدفع الإلكترونية.

✓ إصدار قوانين وتشريعات لضمان نجاح عملية التحول إلى استعمال الانترنت والتجارة الإلكترونية في كل الأنشطة الاقتصادية.

✓ الاهتمام بتأهيل العنصر البشري لتطوير التجارة الإلكترونية وتطوير استعمال شبكة الانترنت لِمَا له دور في إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاقتصاد الوطني بسرعة وكفاءة.

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً: القواميس والمعاجم:

1. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1995.

ثانياً: الكتب العربية:

2. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

3. أحمد حامد، عالم الكمبيوتر والإنترنت، منشورات عالم القراءة، مصر، د.ت.

4. أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة، 2009.

5. أسامة بدري محمد العاني، اعتراف مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، فيس بوك، انستقرام، تويتر، لينك اديس، الاردن، عمان، ، 2016.

6. إياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، عمان، 2003.

7. بسام نور، التجارة الإلكترونية، ط1، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2003.

8. بوعلام بن حمودة، المفتاح قاموس عربي أبجدي بسيط، ط2، دار الأمة، الجزائر، 1996.

9. الجنيهي منير محمد، الجنيهي ممدوح محمد، الشركات الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.

10. جودت أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والإنترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003.

11. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته طرق إحصائية، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.

12. حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة، الرياض، 2004.

13. حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.

14. حمدي أحمد عبد العزيز، التعليم الإلكتروني، ط1، دار الفكر، 2008.

15. خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال: "نشأتها وتطورها"، طو، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001.

16. دوج جيدلاش، الاستثمار عبر الإنترنت، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2001.

17. رأفت رضوان، العالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية والإدارية، القاهرة، 1999.
18. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية والعولمة، منظمه العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999.
19. ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014
20. ربحي مصطفى عليان، طرق جمع المعلومات والبيانات لأغراض البحث العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
21. الرفاعي أحمد حسين، مناهج البحث العلمي، ط4، دار وائل للطباعة والتوزيع، عمان، 2005.
22. زياد القاضي، مقدمة إلى الأنترنت، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
23. زين الدين محمد عبد الهادي، محركات البحث على الأنترنت، إبييس كوم، للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
24. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية القاهرة 2005.
25. شوقي العلوي، رهانات الأنترنت، المؤسسة العلمية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2006.
26. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث الجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003.
27. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية المفاهيم و التجارب: "الأبعاد التكنولوجية المالية التسويقية والقانونية"، الدار الجامعية، مصر، 2003.
28. طه طارق، التسويق والتجارة الالكترونية، الإصدار الثاني، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005.
29. عامر إبراهيم فتحي وإيمان فاضل السمراني، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
30. عبد الخالق السيد احمد، التجارة الالكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
31. عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث والأنترنت، دار الفكر العربي، مصر، 2004
32. عبد الفتاح مراد، المكتبات الالكترونية والرقمية وشبكة الانترنت، الدار الجامعية، جامعه عين شمس، جمهورية مصر العربية، 2004
33. عبد الله بوجلال، الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1994
34. عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2001.

35. عبد الهادي النجازع، النقود المصرفية" آليات تداولها الجديد في أعمال المصارف من الجهتين القانونية و الاقتصادية، ط1، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002
36. علي محمد احمد أبو العز، التجارة الالكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
37. علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة الإنترنت، القمر الصوتي الرقمي، الميلتيمديا، دار القومية العربية للثقافة والنشر، السودان، د.ت
38. عودة أحمد سليمان وزميله، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، ط2، دار الأمل للطباعة والتوزيع، بيروت، 2000.
39. غالبا عرض النواسية، خدمات المستفيدين من المكتبات ومركز المعلومات، دط، دار الصفاء، عمان، 2000.
40. فاروق سيد حسن، الأنترنت وبنكية المعلومات العالمية، ط1، دار هلا للنشر والتوزيع، مصر، 2006.
41. فاروق سيد حسن، موسوعة الأنترنت الشبكة الدولية للمعلومات، ط1، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997.
42. فاروق سيد حسين، الأنترنت شبكه المعلومات الدولية، دار هلا للنشر القاهرة 2002.
43. فرح منصور، التجارة الالكترونية في الوطن العربي: " الوضع الراهن والآفاق"، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي: "الواقع والطموح"، ط1، عمان، 2002.
44. فريد النجازف، الاقتصاد الرقمي "الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات"، ط1، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007.
45. كريستيان كرامليس، الاستثمار عبر الأنترنت، ط2، الدار العربية، بيروت، 1998.
46. كندر لي يا، الامان على الانترنت، ترجمة: هاني أحمد زاجي يبين الأفكار الدولية بيروت 2005 .
47. ماجد سالم طريان، هل الانترنت والصحافة الالكترونية، الدار المصرية اللبنانية القاهرة 2008.
48. ماطغي يوسف، اقتصاديات الاعمال الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
49. محمد العقاب، الأنترنت وثورة المعلومات، ط1، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

50. محمد العقاب، مجمع الإعلام والمعلومات ماهيته وخصائصه، دار الهومة، الجزائر، 2003.
51. محمد صالح الحناوي، جلال إبراهيم العيد، الاستثمار في الأسهم والسندات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
52. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب القاهرة 2007.
53. محمد عبد العليم صابر، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
54. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999.
55. محمد علي حواتي، العرب والعولمة شجون الحاضر وغموض المستقبل، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004.
56. محمد علي شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، مكتبة الاشعاع الاسكندرية 2002.
57. محمد عمر الحاجي، الأنترنت: "إيجابياته وسلبياته"، ط1، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2002.
58. محمد فهمي طالبة، الأنترنت طريقة المعلومات السريعة، مطابع المكتبة الحديثة، القاهرة، 2000م.
59. محمد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
60. مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية: " التقرير الاستراتيجي العربي تكنولوجيا المعلومات كما تطل التنمية والتكامل العربي"، القاهرة، 2000.
61. مصطفى رشدي شичه، اتفاقات التجارة الدولية العالمية في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.
62. مصطفى يوسف، اقتصاديات الأعمال الالكترونية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م.
63. معن عمر الخليل، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص360.
64. مي العيد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، لبنان، 1999.
65. ناهد عبد زيد الدليمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
66. نبيل صادق، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الإجتماعية، دار الثقافة المصرية، مصر، 1983.

67. نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004.
68. هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
69. الوادي محمود، المعرفة والإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010.
70. وليد سلامه عبد الفتاح التيمي، الشبكات المحلية والانترنت، طبعه 1، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد القاهرة 2007.
71. ياسين قرناي، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2019.
- ثالثا: الملتقيات:
72. منصور الزين، وسائل وانظمة الدفع والسداد الإلكتروني: "عوامل الانتشار وشروط النجاح"، الملتقى الدولي الرابع حول عصرا نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، 2011.
- رابعا: الرسائل الجامعية:
73. باهي سامية، التجارة الإلكترونية كأداة للتعاون الاقتصادي، مذكره ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير الطارف، 2014/2015.
74. بوحدادة خير الدين، دور التجارة التكنولوجية في ترقية مناخ الأعمال، مذكره ماستر غير منشورة، كلية العلوم التسيير، جامعه الشاذلي بن جديد الطارف، 2017.
75. خلايفية كريمة: دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكره مكملة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2011-2012.
76. سميه ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكره ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير علوم التسيير جامعه منتوري، قسنطينة 2010/2011 .

77. صراع كريمة: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2013-2014.

78. عجالي دلال وآخرون، التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعه الحاج الأخضر، باتنة، 2008/2007.

79. مزغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، "دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية" رسالة غير منشورة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.

خامسا: المجالات:

80. أحمد أبو زيد، الأنترنت... الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية، مجلة الكتاب العربي والمعرفة وصناعة المستقبل، 61، جوان 2005.

81. أحمد محمد الصالح، حياة على شاشة الأنترنت، مجلة العربي، 515، جوان 2001.

82. جمال سليمان، مجله النبأ، اقتصاد المعرفة، العدد 20، 2009.

83. الشافعي جلال، التجارة الإلكترونية والضرائب، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد 198 أول يونيو/ 2004 .

84. مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المعهد العربي للدراسات، عمان 2001.

85. مجلة الدعوة، أسبوعية إسلامية شاملة، العدد 1559، السعودية، 1997.

86. محمود محمد جاسر، حماية حقوق الملكية الفكرية والنمو الاقتصادي في مطلع القرن القادم، مجله آفاق اقتصادية، دولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة 21 العدد 84 ، 2000.

87. نور الدين بومهرة، الأنترنت مفهوما وتجلياتها والآثار المترتبة عن إستخدامها، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، 12، الجزائر، جوان 2005.

سادسا: المواقع الإلكترونية:

88. تسويق ما وأعمال www.e3arabi.com يوم 06 سبتمبر 2020 على الساعة 16.00.
89. تسويق ما وأعمال www.e3arabi.com يوم 06 سبتمبر 2020 على الساعة 16.00.
90. عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني: www.tombplat.com يوم 2019/12/26 على الساعة 13.30.
91. يوم 19/02/2020 على الساعة 12:30 <http://www.admal.com/vb/t13213-html>
92. يوم 19/02/2020 على الساعة 12:30 <http://www.admal.com/vb/t13213-html>

الملاحق



UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID - ELTARF

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف-

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علم الاجتماع



UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID - ELTARF

تخصص: علم اجتماع الإعلام والاتصال

استمارة بحث حول

دور الأنترنت في تسهيل عملية التجارة الإلكترونية

دراسة ميدانية بالوكالة التجارية لإتصالات الجزائر - الطارف-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

إشراف الدكتور

أونيسي خالد

إعداد الطالبة:

بوعاليت منية

ملاحظة:

أن المعطيات المتحصل عليها من خلال الاجابة عن أسئلة الاستمارة لن تستعمل إلا في إطار البحث العلمي الأكاديمي وهي معلومات سرية لن يتم توجيهها الى اي غرض شخصي آخر الرجاء وضع علامة (x) في المكان المناسب وشكر مسبقا

السنة الجامعية: 2019-2020

المحور الأول: الحالة الإجتماعية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 20-30 30-40 40 فما فوق
- 3- التخصص في المهنة: عامل سامي عامل متوسط عامل إشراف
- 4- الخبرة المهنية: من 1 إلى 4 سنوات من 5-9 سنوات من 10-14 سنة 5 سنوات فما فوق

المحور الثاني: الدور الإيجابي للإنترنت:

- 5- هل تعتمد مؤسستكم على الإنترنت بكثرة؟ نعم لا
إذا كانت الإجابة بنعم أذكر كيف يتم ذلك؟.....
- 6- هل موقعكم على الإنترنت هو موقع ل:
 - الإعلان والإشهار للسلع والخدمات
 - سوق لتلاق الباعة والمشتريين
 - تجارة إلكترونية عبر الأنترنت
- 7- كم عدد الطلبات التي سيتقبلها موقعكم في اليوم؟
 - طلب واحد في اليوم
 - من 2-10 طلبات في اليوم
 - من 11-20 طلب في اليوم
 - أكثر من 20
- 8- هل توفر لكم الأنترنت الكثير من الامتيازات التجارية؟ نعم لا
- 9- ماهي أكثر السلع والخدمات طلبا من طرف المستهلك عبر الأنترنت؟
 - مودام

- بطاقة تعبئة
- إيصال المستهلك بشبكة الأنترنت
- 10- هل تشجعون الأفراد على إستعمال شبكة الأنترنت؟ نعم لا
- 11- هل تعتمدون بكثرة على البريد الإلكتروني في التعاملات؟ نعم لا .

المحور الثالث: التجارة الإلكترونية:

- 12- هل موقعكم حول التجارة الإلكترونية مربح؟ نعم لا
- 13- هل لديكم إحصائيات حول التجارة الإلكترونية؟ نعم لا
- 14- ماهي العراقيل التي تواجهها التجارة الإلكترونية؟
 - ضعف شبكة الأنترنت
 - القرصنة
 - عدم تمكن المستهلك من الأنترنت
- 15- حسب رأيك هل ستطور التجارة الإلكترونية مستقبلا؟ نعم لا
- 16- هل تلقت التجارة الإلكترونية دعما من الدولة؟ نعم لا
- 17- هل هناك قوانين تنظم التجارة الإلكترونية في مؤسستكم؟ نعم لا
- إذا كانت الاجابة بنعم ماهي هذه القواعد؟
- 18- هل تطور التجارة الإلكترونية من له اقتصاد الرقمي؟ نعم لا

المحور الرابع: الطرق والآليات المستخدمة على الأنترنت لتسهيل التجارة الإلكترونية:

- 19- هل هناك طرق تستخدمونها لترويج منتجاتكم؟ نعم لا
- إذا كانت الإجابة بنعم هل تقوم بذلك الترويج عبر:

- الأنترنت

- الفايسبوك

- التويتير

20- ماهي الطرق الدفع المعتمدة عبر موقع الأنترنت؟

- نقدا

- حوالة بريدية

- تحويلات الكترونية

21- كيف يتم تقديم الخدمات؟

- مجانا

- عن طريق العملاء

- المشتري يستلم مباشرة

22- هل هناك حماية لموقعكم عبر الأنترنت؟ نعم لا

23- هل ترى من الضروري استخدام شبكة الأنترنت في مجال التجاري؟ نعم

لا

24- حسب وجهة نظرك هل تطور التجارة الالكترونية من البنية التحتية

للإتصالات؟ نعم لا

25- هل تساهم الأنترنت في توثيق الصلة بين المتعاملين الإقتصاديين؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم أذكر كيف ذلك؟



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

Université Chadli Bendjedid- El Tarf

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

Faculté des sciences sociales et humaines

قسم علم الاجتماع

Département de Sociologie

ok pour faire un stage



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

الطارف في: 08/08/2014

المرجع رقم: 264

السيد / مدير المؤسسة

السيد / رئيس قسم علم الاجتماع

الموضوع: طلب إذن بدخول المؤسسة لإنجاز بحث علمي ميداني

نحن رئيس علم الاجتماع بجامعة الطارف نلتبس منكم التفضل بالسماح للطلبة الآتية أسماؤهم:

بوعاليه صبيح

بدخول مؤسستكم مع الالتزام بنظامها الداخلي وإجراءاتها التنظيمية والقانونية قصد إجراء بحث ميداني لمذكرة

التخرج (ليسانس / ماستر علم الاجتماع)

تحت عنوان: دور الانترنت في تسهيل عملية التجارة الالكترونية

دراسة ميدانية بمؤسسة: جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

وذلك لفترة من أجل أن لا تتحمل المؤسسة المستقبلة أي تبعات مالية

وأخيرا نلتبس منكم في هذا الإطار تسهيل مهامهم ذات الصلة بالبحث العلمي.

تقبلوا منا فائق التقدير و الاحترام

توقيع الطلبة

رئيس قسم علم الاجتماع



جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
رئيس قسم علم الاجتماع بالتكليف
الدكتور: إدريس لعبيدي



رأي و توقيع المؤسسة المستقبلة

طوايبه مكي

ملاحظة:

تسلم نسخة الى المؤسسة المستقبلة

تحفظ الطالب (ة) بنسخة ثانية