

ملتقى وطني عن بعد حول: دور التجارة الالكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر
المحور الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

عنوان المداخلة:

الإطار المفاهيمي والتصوري حول التجارة الالكترونية -دراسة تحليلية-

من اعداد الباحثين:

الدكتورة: لبنى محمادي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

Loubnamah5@gmail.com

الدكتورة: خيرة زقيب

جامعة غرداية

zeguibkheira@gmail.com

الملخص:

تعد التجارة الالكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول كي تواكب البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات ممثلة في زيادة الاهتمام بالتجارة الالكترونية، ونتيجة لذلك فإن أهمية البحث تتجسد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الالكترونية وخصائصها وإمكانية تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بنية تحتية قوية. يتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على مفهوم وطبيعة التجارة الالكترونية باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عولمة الاقتصاد، والتعرف على واقع حجم التجارة الالكتروني العربية وإمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى القيام بدراسة نظرية تحليلية حول إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية مبرزا أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها.

Résumé :

Le commerce électronique est l'une des caractéristiques de l'économie de la connaissance et l'une des applications les plus élémentaires des technologies de l'information et de la communication, dont les pays doivent s'occuper pour suivre le rythme de l'environnement moderne et des évolutions qu'il impose, représenté dans Par conséquent, l'importance de la recherche s'incarne dans la tentative du chercheur d'identifier la nature du commerce électronique, ses caractéristiques et la possibilité de l'appliquer et d'en bénéficier compte tenu de la disponibilité d'une infrastructure solide.

L'objectif général de l'étude est d'identifier le concept et la nature du commerce électronique comme l'un des développements récents de la mondialisation de l'économie, et d'identifier la réalité de la taille du commerce électronique arabe et la possibilité de bénéficier de ses avantages, en plus de mener une étude théorique et analytique sur les avantages et les inconvénients du commerce électronique, en soulignant les défis et les problèmes les plus importants qui empêchent son application et travaillent pour le traiter

تمهيد:

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الالكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنت دورا "رئيسا" ومهما "كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الالكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية. وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الالكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

حيث تعتبر التجارة الالكترونية مظهرا من مظاهر التطور التكنولوجي المتسارع الذي شهده العالم في العقود الماضية، حيث تعد من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرا، والتي تمكنت في فترة وجيزة من النمو والانتشار والتحول إلى أحد معالم الاقتصاد الجديد.

ونظرا لما يكتسبه هذا الموضوع من أهمية حاولنا ضبط دراستنا حول الإطار المفاهيمي العام للتجارة الالكترونية.

ولمعالجة هذا الموضوع تم طرح إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما المقصود بالتجارة الالكترونية؟ وما هي أبرز خصائصها وأشكالها؟.

لدراسة هذا الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

1- ماهية التجارة الإلكترونية؛

2- خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية؛

3- دراسة نظرية تحليلية عن إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية.

المحور الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

من أجل التعرف أكثر على مفهوم التجارة الإلكترونية سيتم دراسة مفاهيم شاملة ومتنوعة عنها من قبل الخبراء الاقتصاديين والفقهاء والمنظمات الدولية، أي يتم التطرق إلى توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية من عدة مناهير سوف نذكرها في ما يلي.

1- تعريف التجارة الإلكترونية من قبل المنظمات الدولية

عُرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها "عبارة عن عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات، وذلك من خلال شبكة اتصال" وقد قسمتها إلى ثلاث مراحل أساسية وهي مرحلة الدعاية والبحث، مرحلة الطلب والسداد وأخيرا مرحلة التسليم.¹

2- التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

اكتفى جانب من الفقه بتعريف التجارة الإلكترونية في مفهومها الضيق مقتصرًا على الأنشطة التجارية حيث عُرفت بأنها " عقد الصفقات التجارية والسلع والخدمات عبر الشبكة الدولية للاتصالات عن بعد".²

3- التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

عُرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون 05/18 في نص المادة 06 منه أنه "النشاط الذي يقوم بموجبه مورّد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".³

4- مناهير تعريف التجارة الإلكترونية

¹ مصطفى هنشور وسيمية، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، 2016/2017، ص: 47.

² باما إبراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة أدرار، المجلد 05، العدد 2019، ص: 03.

³ مصطفى هنشور وسيمية، مرجع سبق ذكره، ص: 50.

يوضح الجدول التالي مناظير تعريف التجارة الإلكترونية من خلال دراسة جميع مستخدميها.⁴

الجدول رقم 01: يوضح مناظير التجارة الإلكترونية

المنظور	التعريف
الاتصالات	هي وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الأنترنت أو عبر أي وسيلة تقنية.
الأعمال التجارية	هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.
الخدمة	هي أداة موجهة لإشباع رغبات المؤسسات والمستهلكين والمدراء في تخفيض تكلفة الخدمات والإسراع من تقديم هذه الخدمة، والرفع من كفاءتها.
الأنترنت	أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية من خلال شبكة الأنترنت.
المجتمع	هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (أفراد ومؤسسات) للتعلم والتبادل فيما بينهم.

المصدر: - الاتحاد الدولي للاتصالات، "الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام- 2009 الدول العربية"، متوفر على الموقع الإلكتروني: www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D- : IND-RPM.AR-2009-PDF-A.pdf

من خلال الجدول نستنتج أن التجارة الإلكترونية تشمل على عدة متعاملين أهمها المؤسسات، الأفراد والحكومة.

بعد عرض أهم التعريفات الواردة بشأن التجارة الإلكترونية يمكننا استنتاج مايلي:

- اعتماد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات وعلى رأسها شبكة الأنترنت لإتمام مختلف نشاطاتها وعملياتها؛

- تحطيم التجارة الإلكترونية لكل القيود الزمانية والمكانية المعرقة لحركة التعاملات التجارية وعدم بقائها حبيسة مكان أو بلد معين.

المحور الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية وأنواعها⁵:

⁴ محمود سحنون، التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، مجلة الإقتصاد والمجتمع، العدد 03، جامعة قسنطينة، 2005، ص: 22.

⁵ - محمد المؤلف، خبير تقنية المعلومات والتسويق الرقمي، خصائص التجارة الإلكترونية، الرابط الإلكتروني على الموقع Marketing Dot Limited Digital Solutions <https://marketing.limited>

التجارة الإلكترونية باختصار هي عملية البيع والشراء عن طريق شبكات الإنترنت سواء من خلال الهاتف المحمول أو جهاز الكمبيوتر، مع توفير وسائل الدفع الإلكتروني، الشحن، والتوصيل إلى باب البيت، فهو يتميز بالعديد من المميزات على عكس التجارة التقليدية التي تتم في الأسواق والمحلات التجارية وغيرها. فمجال التجارة الإلكترونية بشكل عام انتشر بشكل كبير في الفترة الأخيرة على مستوى العالم؛ نظرًا لأهميته وتوفيره لكثير من الوقت والجهد والأموال .

أولاً-أنواع التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من الأنواع الخاصة بالتجارة الإلكترونية، ولكننا سنذكر الآن أهمهم:

- B2B أو Business To Business: هي تجارة تتم بين مؤسستين تجاريتين، حيث تتم معاملتهما للبيع والشراء عن طريق شبكات الإنترنت.
- B2C أو Business To Customer: هي تجارة تتم بين الشركة والعميل.
- فعلى سبيل المثال: إذا كنت شخصًا تمتلك موقعًا إلكترونيًا أو شركة تجارية وتقوم بوضع منتجاتك أو خدماتك على الإنترنت، فأنت شخص يرغب في الشراء أو التواصل مع الشركة يستطيع فعل ذلك من خلال وسائل التواصل الإلكترونية المختلفة لكم لشراء المنتج أو الخدمة المعروضة بكل سهولة.
- G2C أو Government To Customer: هي عملية تجارية تتم بين الحكومة والعميل من خلال تقديم الحكومة لخدمات إلكترونية مختلفة يستطيع العميل استخدامها والاستفادة منها والدفع إلكترونيًا أيضًا من خلال وسائل الدفع الإلكترونية المختلفة.
- التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر (P2P) (Peer-to-Peer)⁶: يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنت على تبادل المعلومات، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها. وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث Chatting بصور كتابية وسمعية ومرئية .
- التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال Commerce Mobile: يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال

⁶ - نعيمة بجاوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد السادس، جوان 2017، ص 185.

بشبكة الانترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء.

- التجارة الالكترونية من المستهلك إلى الإدارة Consumer-to-Administration C2A، حيث ينطوي هذا النوع من التجارة الإلكترونية على جميع المعاملات الإلكترونية بين الأفراد والإدارات الحكومية، مثل: التعليم: التعليم عن بعد، نشر المعلومات...الخ.

الضمان الاجتماعي: نشر المعلومات المتعلقة بهذا المجال، عمليات الدفع...الخ.

الضرائب: من تقديم الإقرارات الضريبية والمدفوعات وغير ذلك.

القطاع الصحي: حجز المواعيد الطبية، المعلومات والنشرات التوعوية حول الأمراض، دفع تكاليف خدمات الرعاية الصحية...الخ.⁷

وحسب مصفوفة Coppel الموضحة في الجدول رقم(1) التي توضح تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات، فإن التجارة الإلكترونية يمكن أن يتسع مفهومها عبر الزمن ويمتد ليشمل الإمكانيات التالية⁸:

الجدول رقم(2) يوضح: تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات

التعاملات	تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات
أجهزة الحكومة مع بعضها	التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها مع البعض G2G، كأن تؤجر وزارة ما ممتلكات خاصة بها هيئة حكومية باستعمال أحد الوسائط الإلكترونية
أجهزة الحكومة و المنشآت	التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المنشآت G2B، ومن أمثلتها ما يتعلق بالضرائب والأوضاع النقدية والمالية التي تنشرها الحكومة على الانترنت؛
أجهزة الحكومة والمستهلكين	التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المستهلكين G2C، كتقديم خدمات معينة للمستهلكين من طرف الحكومة على الشبكة؛
المنشآت والأجهزة الحكومية	التعاملات فيما بين المنشآت والأجهزة الحكومية B2G كأن تقدم المنشآت عروضها في المناقصات الحكومية من خلال شبكة الانترنت؛
المنشآت مع بعضها البعض	التعاملات فيما بين المنشآت بعضها مع البعض B2B، تتمثل في مختلف المبادلات التي تنشأ بين المنشآت وتتم عبر الانترنت أو من خلال الوسائط الإلكترونية الأخرى؛

⁷ - مقدمة حول التجارة الالكترونية: مفهومها، أنواعها، ومميزاتها، نقلا على الرابط الإلكتروني : <https://www.for9a.com/learn/>

⁸ - بن وارث حكيمة، دور واهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة - مع الإشارة للعالم العربي-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناهجت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن المهدي ام البواقي، الجزائر، 2008/2007، ص 41-42(بتصرف).

المنشآت و المستهلكين	التعاملات فيما بين المنشآت و المستهلكين B2C ، كقيام المنشآت بعرض مختلف منتجاتها للجمهور عبر الانترنت؛
المستهلكين والحكومة	التعاملات فيما بين المستهلكين والحكومة C2G ، كقيام المستهلكين بدفع الرسوم تلقاء خدمات معينة من خلال الانترنت؛
المستهلكين والمنشآت	التعاملات فيما بين المستهلكين والمنشآت C2B كالمشاركة في مزادات تقيمها المنشآت على الانترنت؛
المستهلكين مع بعضهم البعض	التعاملات فيما بين المستهلكين أنفسهم C2C وخير دليل على ذلك المواقع التي أنشأتها شركة Ebay.com التي تمكن المستهلكين من تبادل عدد غير محدود من السلع والخدمات.

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على المرجع: بن وارث حكيمة، 2008، ص 41-42(بتصرف).

ثانياً- خصائص التجارة الإلكترونية⁹:

هناك العديد من الفوائد والمميزات التي تجعل مفهوم التجارة الإلكترونية عنصر جذاب لأي رائد أعمال يبحث عن مجالات جديدة لزيادة دخله على المدى البعيد أو لإنشاء مشروع خاص به بعيداً عن العمل التقليدي الروتيني، فإليك بعض من تلك الخصائص:

1- **توفير المصاريف الخاصة بالشركة:** عند التفكير في إنشاء شركة على أرض الواقع، فسيكون عليك توفير الكثير من السيولة والأموال التي ستحتاج إليها لتجهيز العديد من الأشياء قبل البدء بشكل فعلي مثل: الإيجار، الديكور، الأجهزة، بالإضافة إلى رواتب الموظفين، لكن إذا أعدت النظر في الأمر وفكرت في إنشاء متجر إلكتروني أو موقع إلكتروني للمنتج أو الخدمة التي تقدمها أولاً، فستجد إن التكلفة والميزانية بشكل عام التي قد وضعت لمشروعك سوف تقل إلى النصف تقريباً، فإ إنشاء موقع إلكتروني يعتبر أرخص بكثير من إنشاء شركة تجارية تقليدية على أرض الواقع.

2- **التواصل الفعال مع العملاء:** فقد تحدثنا سلفاً عن الميزة التي تقدمها فكرة التجارة الإلكترونية في تخطيها لعنصري الزمان والمكان؛ وبالتالي يسهل التعامل مع العديد من الشركات سواء المحلية أو العالمية بكل سهولة ويسر.

3- **ميزة التنوع:** من أهم المميزات التي توفرها التجارة الإلكترونية هي كونها سوق كبير ومفتوح، فهناك الكثير من المجالات والأسواق التي تستطيع التواصل معها تبعاً لمشروعك بشكل سهل وبسيط؛ وفقاً للتنوع المذهل

⁹ - محمد المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 185.

للمنتجات والخدمات الموجودة على الإنترنت؛ فذلك يسمح لك بالمقارنة والتدقيق لاختيار العروض المناسبة لك ولشركتك.

4- **توفير الوقت والجهد:** توفر التجارة الإلكترونية الكثير من الوقت والجهد، فأنت لست مضطراً للسفر أو التحرك من مكانك حتى تستطيع إتمام صفقة ما أو شراء منتج معين. فمن خلال نقرة واحدة تستطيع أن تشتري ما تريد من خلال بطاقات الائتمانية أو عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة على حسب بلدك.

5- **زيادة الأرباح:** يساعد التسويق الإلكتروني عن طريق شبكة الإنترنت في توفير العديد من الفرص لعرض المنتجات أو الخدمات التي تقدمها، سواء على متجرك الإلكتروني أو حتى من خلال مواقع خاصة بالتجارة الإلكترونية مثل Ebay, Etsy وغيرها في مختلف أنحاء العالم¹⁰، مع ميزة تواجدهم بشكل مستمر ودائم على الإنترنت. كل تلك المميزات تعود بالإيجاب على منتجاتك من خلال: زيادة الأرباح الخاصة بالشركة، زيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بك، سهولة استقطاب عملاء جدد من جميع أنحاء العالم. يساعد التسويق الإلكتروني عن طريق شبكة الإنترنت في توفير العديد من الفرص لعرض المنتجات أو الخدمات التي تقدمها، سواء على متجرك الإلكتروني أو حتى من خلال مواقع خاصة بالتجارة الإلكترونية مثل ebay, Etsy وغيرها في مختلف أنحاء العالم.

ويمكن اجمال بعض الخصائص التجارية الإلكترونية في الجدول (3) الآتي:

النوع	الخصائص
-الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية	إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعا او خدمات على الإنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال الى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب شركة حتى لو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل الى اسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم كلها.

¹⁰ - مدونات، اهداف ومميزات التجارة الالكترونية، نقلا على الرابط الالكتروني: <https://www.elnooronline.net>

- الطابع المتداخل	أصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقة التقليدية والإلكترونية مباشرة على الإنترنت هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي يفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية
- غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية	اتمام صفقة تجارية كاملة يتم دون تبادل مستندات ورقية وهذا ما يسمى خلق مجتمع اللاورقية.
- عدم الكشف عن هوية المتعاملين	أشكالها: - التجارة الإلكترونية بين المنظمات- التجارة الإلكترونية بين المنظمات والمستهلك. - التجارة الإلكترونية بين المستهلكين- تطبيقات التجارة الإلكترونية بين النظراء- التجارة الخلوية/ تتم بالاتصال الجزئي- التجارة الإلكترونية التعاونية/ يتم التعاون بشكل مباشر

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على المرجع: ريم هند، التجارة الإلكترونية، 2021، ص172(بتصرف)

ثالثا-متطلبات التجارة الإلكترونية¹¹:

أ- البنية التحتية للإلكترونية: وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي والفاكس والهاتف، الحواسيب الألية وبرامج التطبيقات والتشغيل وخدمات الدعم الفنية ورأس المال البشري.

ب- توفر الكوادر البشرية: ويمثل هذا الجانب مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في اي مجتمع، وتشمل الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكة الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية التي لها عالقة بالتجارة عبر الإنترنت.

ج- التشريعات وانظمة التجارة الإلكترونية: تتمثل في الاطار القانوني الذي يتضمن استمرارها وحماية حقوق الاطراف المتعاملة فيها، وإيجاد الادوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية والبريد الإلكتروني والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع او كانت بين اطراف دول مختلفة.

المحور الثالث: دراسة نظرية تحليلية عن إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية هي نوع من التعاملات التجارية يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل الإلكترونية المقدمة بين الأطراف المعنية، حيث أن حركات البيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن التجارة الإلكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق الكتروني

¹¹ - بوجاني عبد الحكيم، ريم هند، التجارة الإلكترونية، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الخاص: ديسمبر 2021، ص173.

يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات والوسطاء-السماسرة- والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنت فالمشاركين في الأسواق الالكترونية من بائعين ومشتريين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرضون البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع بعضهم البعض. وفي الواقع التطبيقي فأن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من وسائل الدفع، وكذلك إنشاء متاجر افتراضية أو مجال البيع على الانترنت، والقيام بأنشطة التوريد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها كل تكون عبر الانترنت. تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من المزايا منها سرعة وسهولة الاتصالات وإمكانية إبرام الصفقات التجارية الإلكترونية بين الأطراف المتعددة في مجالات التجارة والخدمات والمعاملات المالية مما يوفر الوقت والتكلفة، كما تشوبها عدة عيوب تعرقل عملياتها.¹²

وسوف نوجز فيما يلي أهم مزايا التجارة الإلكترونية:

- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة؛
- الاستهداف الشخصي؛
- قلة التكاليف؛
- السرعة في إنجاز العملية التجارية؛
- عالمية التجارة الإلكترونية؛
- حرية الاختيار؛
- دعم القطاعات التكنولوجية؛
- وجود الوسيط الإلكتروني.

على الرغم من مزايا التجارة الإلكترونية غير المحدودة إلا أنه من المخاطر والعيوب ما يهدد هذا النوع من التجارة وسوف نختصرها فيما يلي:

- صعوبة إثبات حجية المستندات الإلكترونية؛
- ارتباطه بالسيادة الوطنية للدول والحفاظ على القيم والممتلكات؛

¹² عبد اللطيف الزاوي، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، جامعة الوادي، 2022/2021، ص:13. (بتصرف).

- عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وصعوبة الوثوق فيهم.

ويمكن اجمال معوقات التجارة الإلكترونية في ¹³: الشكل الموالي يوضح : معوقات التجارة الإلكترونية



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على المرجع المذكور في التهميش(بتصرف)

يمكن القول أنه نظرا لكون التجارة الإلكترونية تؤدي إلى مشاكل قانونية جديدة التي لم تواجه التجارة التقليدية فإنه يتعين التصدي لها وإيجاد حل لها، وضرورة البحث عن إطار قانوني جديد للتعامل مع الجوانب الجديدة لتقنيات الاتصال المتطورة.

خاتمة:

مجال التجارة الإلكترونية هو مجال كبير وبحره واسع، فأى ما كان مجالك فأنت تستطيع أن يكون لك مكان علي منصات التواصل الاجتماعي والإنترنت بشكل عام لإظهار مشروعك الخاص، فالسوق الإلكتروني هو سوق مفتوح للجميع ولا يتقيد بمكان أو زمان أو حتى لغة. فلا تتردد في أن يكون لمشروعك الخاص مكان على الإنترنت، فليس

¹³ - غوار عفيف، محاضرة : التجارة الإلكترونية واقتصاد المعلومات، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران احمد بن بلة، ص3.

هناك مجالاً للشك في أن فكرتك تستحق النشر والدعم، والتجارة الإلكترونية ستكون هي أنسب الحلول للانتشار وتحقيق الأرباح في وقت قصير.

إن مجال التجارة الإلكترونية هو بحر واسع، فأياً كان نشاطك التجاري فأنت بحاجة لكي يكون لك مكان على شبكات التواصل الاجتماعي، للوصول إلى عملائك في أي مكان وفي أي وقت، تحقيقاً ل أهداف التجارة الإلكترونية.

المصادر والهوامش:

1. مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، 2016/2017، ص: 47.
2. باما إبراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة أدرار، المجلد 05، العدد 02، 2019، ص: 03.
3. مصطفى هنشور وسيمة، مرجع سبق ذكره، ص: 50.
4. محمود سحنون، التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، مجلة الإقتصاد والمجتمع، العدد 03، جامعة قسنطينة، 2005، ص: 22.
5. محمد المؤلف، خبير تقنية المعلومات والتسويق الرقمي، خصائص التجارة الإلكترونية، الرابط الإلكتروني على الموقع <https://marketing.limited> Marketing Dot Limited Digital Solutions.
6. نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد السادس، جوان 2017، ص 185. بن وارث حكيمة، دور واهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة - مع الإشارة للعالم العربي-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجنت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن المهدي ام البواقي، الجزائر، 2007/2008، ص 41-42 (بتصرف).
7. محمد المؤلف، نفس المرجع السابق، ص 185.
8. مدونات، اهداف ومميزات التجارة الإلكترونية، نقلا على الرابط الإلكتروني: <https://www.elnooronline.net>.

9. بوجاني عبد الحكيم، ريم هند، التجارة الإلكترونية، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الخاص: ديسمبر 2021، ص173.
10. عبد اللطيف الزاوي، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، جامعة الوادي، 2022/2021، ص:13.(بتصرف).
11. غوار عفيف، محاضرة : التجارة الإلكترونية واقتصاد المعلومات، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران احمد بن بلة، ص3.