



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم: التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم الاقتصاد وعلوم تسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم التجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

بعنوان:

تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تحت إشراف الدكتورة: عتيق خديجة

من اعداد الطالب: توهامي سيف الدين

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتور: نور الدين عبد الله رئيسا

الدكتور: شويرفات عبد القادر ممتحن

الدكتورة: عتيق خديجة مشرفة

الموسم الدراسي: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الشكر والتقدير:

الحمد لله رب العالمين، والعاقبة للمتقين، والصلاة والسلام على عبده ورسوله وخليته وصفوته من خلقه نبينا وإمامنا وسيدنا محمد بن عبد الله، وعلى آله وأصحابه ومن سلك سبيله واهتدى بهداه إلى يوم الدين. أما بعد:

نتقدم بخالص الشكر الى من كان لهم الفضل في تعليمنا وبلوغنا هذا المقام:

أساتذتنا الكرام ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة " عتيق خديجة " التي كانت لها بالغ الاثر في إثراء هذا العمل من خلال قبول الإشراف علينا وتوجيهاتها السديدة رغم الظروف التي مررنا بها الشكر موصول إلى لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل وإثراءه ولا يفوتني شكر كل اساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، خاصة قسم العلوم التجارية.

وهذا الشكر موصول الى كل من كانت له يد العون في هذا العمل من قريب او بعيد فلهم منا جزيل الشكر مع تمنياتنا لهم بالتوفيق والنجاح.



أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدي ووالدتي الذين تعبوا

من أجلي للوصول لهذه المرحلة بفضل الله تعالى وإلى

إخوتي كل الأهل والأحباب ولله الحمد والمنة.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع ومدى تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال مقومات البنية التحتية والتشريعية التي تمكن من تبني هذا النوع من التجارة، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن هناك جهود تبذل وإجراءات تعتمد من أجل النهوض بالاقتصاد الرقمي في الجزائر وقد شهدت المواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة وزيادة في إقبال على بعض المواقع التجارة الإلكترونية ولكن يظل غياب الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني هو مشهد القائم.

الكلمات المفتاحية: تجارة إلكترونية؛ إنترنت؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ دفع إلكتروني؛ تسويق إلكتروني؛ موقع الإلكتروني.

Abstract :

This study aims to diagnose the current situation and the extent of development of e-commerce websites in Algeria through the infrastructure and legislative factors that enable the adoption of this type of commerce. The study concludes that efforts and measures have been taken to promote the digital economy in Algeria, and e-commerce websites in Algeria have witnessed significant growth in recent years and an increase in the popularity of some e-commerce platforms. However, the lack of trust in electronic payment methods remains a prevailing concern.

Keywords: e-commerce, internet, information and communication technology, electronic payment, e-marketing, website.

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
المقدمة العامة.	أ - ز
الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية	
مقدمة الفصل.	1
المبحث الأول: مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية	
المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية وخصائص التجارة الإلكترونية	3-1
المطلب الثاني: نشأة التجارة الالكترونية وظهورها	4-3
المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية أشكالها وأنماطها	7-4
المبحث الثاني: فوائد وتحديات التجارة الإلكترونية	
المطلب الأول: فوائد التجارة الالكترونية	10-8
المطلب الثاني: تحديات التجارة الإلكترونية	11-10
المطلب الثالث: عوامل نجاح التجارة الالكترونية	13-11
المبحث الثالث: متطلبات اللازمة لإقامة التجارة الإلكترونية	
المطلب الأول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الإلكترونية	14-13
المطلب الثاني: متطلبات العامة لتطبيق تجارة الإلكترونية	16-14
المطلب الثالث: مراحل للوصول إلى اتفاق بين الأطراف وإتمام التعاقد الإلكتروني	17-16

18-17	خلاصة الفصل.
	الفصل الثاني: مواقع التجارة الالكترونية وعملية إنشائها والعوامل نجاحها وفشلها
20	مقدمة الفصل.
	المبحث الأول: ماهية مواقع التجارة الالكترونية
21-20	المطلب الأول: تعريف مواقع التجارة الالكترونية
25-22	المطلب الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية
26-25	المطلب الثالث: متطلبات حماية معلومات الزبائن بالمواقع التجارية
	المبحث الثاني: عملية بناء مواقع تجارة إلكترونية وعوامل نجاحها وفشلها
35-26	المطلب الأول: عملية بناء مواقع تجارة إلكترونية
38-35	المطلب الثاني: عوامل أساسية مؤثرة في نجاح الموقع الإلكتروني
42-38	المطلب الثالث: أسباب فشل المواقع الإلكترونية وطرق تجنبها
42	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: تطور مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر
46-45	مقدمة الفصل.
52-46	المبحث الأول: البنية التحتية للانترنت في الجزائر

66-53	المبحث الثاني: مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر
67	خلاصة الفصل
70-68	الخاتمة العامة
75-71	قائمة المراجع والمصادر

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول الأول	يوضح عدد مستخدمي شبكة الانترنت بالجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023	48
الجدول الثاني	يبين متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:	50
الجدول الثالث	يبين ترتيب الجزائر من حيث سرعة وجودة شبكة الانترنت منذ سنة 2018 الى سنة 2023	51

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل الأول	يوضح عدد مستخدمي شبكة الانترنت بالجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023	49
الشكل الثاني	يبين متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة	50

52	يبين ترتيب الجزائر من حيث سرعة وجودة شبكة الانترنت منذ سنة 2018 الى سنة 2023	الشكل الثالث
----	---	--------------

المقدمة

مقدمة :

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة التي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية ذات الارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

والتجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث الأول هو " التجارة " والتي تشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما الثاني " الإلكترونية " فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط لتجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت.

وظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين 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 وبرز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

ان امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكانها 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 استخداماً للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية.

ولكل تجارة إلكترونية ناجحة موقع إلكتروني متميز وهو عبارة عن صفحات إلكترونية يمكن تصفحها باستخدام الحاسوب عند الاتصال بالإنترنت. واليوم سنعرفك

الى هذه المواقع الالكترونية وأنواعها، والتي تغطي كل أنواع الخدمات والموضوعات التي قد تهتم الإنسان أينما كان.

ولا يخفى أن العرب وخاصة الجزائر دخلت المجال متأخرة وانتشار الفكر وتطوره يأخذ وقتا على حسب البلد وعقلية شعبه ولهذا قمنا قمنا بطرح الإشكالية التالية:

- ما مدى تطور المواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

- ماهي التجارة الالكترونية وماهي مميزاتها؟

- كيف تساهم الانترنت كبنية تحتية للتجارة الالكترونية؟

- ماذا تمتلك الجزائر من مقومات لتبني هذا النوع من التجارة؟

فرضيات الدراسة:

- تعتبر الانترنت اهم وسائل تبادل السلع والخدمات في التجارة الالكترونية.

- تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر يتوقف على ايجاد بنية تحتية تكنولوجية حديثة.

- التعجيل بإيجاد منظومة تشريعية مساندة للتطورات الحاصلة في مجال التجارة الالكترونية يضيف أكثر حركية في المجال المالي.

أسباب اختيارنا للموضوع:

إن من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار ودراسة هذا الموضوع ما يلي:

1. الرغبة الشخصية في اختيار ودراسة هذا الموضوع.

2. دراسة تطور الذي وصلت إليه الجزائر في مواقع التجارة الالكترونية، والمزايا التي تحققها لاقتصاداتها.

أهمية الموضوع:

يستمد البحث أهميته من أهمية موضوع التجارة الإلكترونية في العالم، حيث أصبحت مؤثرة في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أين كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات، ولذلك اهتمت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصاداتها وبيئتها للتحويل إلى اقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية والعمل على الاستفادة القصوى منها.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتبين تأثيرها على المجال التجاري.

- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية.

_ تعرف على مدى تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

حدود البحث:

حدود مكانية سوف يقتصر تطبيق الدراسة التحليلية على أشهر مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

حدود زمنية ستطبق الدراسة الميدانية في العام الدراسي 2022.2023

حدود موضوعية سوف تقتصر الدراسة الحالية تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المنهج البحث:

للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفيًا عند التعرض المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، هو تحليليًا لنتائج الدراسات والابحاث التي تعرضت لهذا الموضوع، وتتجسد الاستعانة بالمنهج الاحصائي من خلال توظيف بعض مقاييس ومؤشرات التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات والاتصالات، وترجمة الاحصائيات المتعلقة بالبحث.

هيكل البحث:

من خلال الأسئلة والفرضيات المطروحة وتحليل هذا الموضوع والإجابة على الأسئلة المطروحة وتحليلها، اعتمدنا المنهج الوصفي ولقد قمنا بتقسيم البحث إلى مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة.

الفصل الأول: يتضمن هذا الفصل بنية التجارة الالكترونية وهو تحت عنوان عموميات التجارة الالكترونية وينقسم إلى ثلاثة مباحث.

الفصل الثاني: تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية المواقع التجارية الإلكترونية وكيفية إنشاء موقع والعوامل المساهمة في نجاحه أو فشله وهو تحت عنوان مواقع التجارة الالكترونية وعملية إنشائها.

الفصل الثالث: يتضمن هذا الفصل تطور مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر وهذا الفصل يحمل عنوان تطور مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر، واختتمنا البحث بإعطاء ملخص عام عن البحث.

وكذا عرض النتائج التوصل إليها مع تقديم جملة من الاقتراحات، بالإضافة إلى الإجابة على الفرضيات التي قمنا بطرحها سابقا.

صعوبات الدراسة :

- تأخر عملية تبني و تطبيق التجارة الالكترونية في العديد من دول العالم بما فيها العربية، مما يجعل السلسلة الزمنية للمعطيات قصيرة وغير كافية لإجراء تحليل عميق للظاهرة ومعرفة اتجاهاتها العامة .
- عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن حالة التكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، وغياب مؤشرات واضحة لقياس مدى تقدم الجزائر في تبني هذه التكنولوجيات .
- عدم اهتمام الجهات الخاصة بتنظيم التجارة في البلاد بالبحث في وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، بغية توفير دراسات وإحصائيات ولو كانت بسيطة حول وضعية هذه التجارة .

- اقلبية مواقع المؤسسات الجزائرية هي مواقع ساكنة، لا تستعمل كوسيلة للتفاعل مع جمهور واسع، فقد باءت كل محاولاتنا بالفشل للحصول على اجابات عن مختلف انشغالاتنا المتعلقة بمدى تطبيقها للتجارة الالكترونية.

الدراسات السابقة:

دراسة قحماز صفاء سنة 2015: بعنوان التجارة الإلكترونية كأداة تنافس في الأسواق العالمية دراسة حالة على السعودية ومصر والإمارات.

هدفت الدراسة إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية ودراسة ما تخلفه من قدرة تنافسية بين الدول وخاصة الدول العربية إزاء هذه الظاهرة، ومعرفة ما إذا وصلت الدول العربية إلى التنافس في مجال التجارة الإلكترونية أو مازالت تتخبط في التشريعات والقوانين التي سنتها عن هذه الظاهرة، وعموما تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على الدول العربية التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية.
2. التعرف على الموقع التنافسي الذي تحتله بعض الدول العربية.
3. تحليل ودراسة التجارة الإلكترونية في الدول العربية وأهم التحديات التي تواجهها.
4. التطرق إلى مدى اعتماد الدول العربية على التجارة الإلكترونية لتحقيق وتحسين قدرتها التنافسية.

النتائج المتوصل إليها:

□ التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانت مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

□ للتجارة الإلكترونية عدة شروط يجب توفرها لخلق بيئة يمكن ممارستها فيها بكل سهولة ويسر وتمثل في القوانين والتشريعات التي تنظمها وكذلك توفير بنية تحتية تكنولوجية وخاصة توفير

- الانترنت وأيضاً كوادراً بشرية التي لها الخبرة في هذا المجال.
- إن التعامل بالتجارة الالكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشأ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة كما تساعد الأفراد على خيار أجود المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذا النوع من التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.
- يختلف مفهوم التنافسية على ثلاث مستويات حيث نجد أن تنافسية المؤسسة تختلف عن تنافسية القطاع وكلاهما يختلفان عن تنافسية الدولة.
- تتعدد مجالات التنافس حيث يمكن التنافس بالوقت، الجودة، التكلفة، التنافس بالتكنولوجيا، وكذا التنافس بالأسعار، وهناك عدة مؤشرات لقياس التنافسية تختلف هي الأخرى باختلاف مستوى التنافس.
- تمثل زيادة الحصة السوقية والتطور التكنولوجي في مختلف القطاعات هي فرص وإيجابيات تفرزها التجارة الالكترونية للتنافس والتواجد على المستوى الدولي.
- تمتلك الدول العربية من المقومات المادية والتقنية ما يؤهلها لأن تكون رائدة في مجال التجارة الالكترونية.
- على الرغم من الجهود المبذولة من قبل بعض الحكومات العربية لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مازالت الفجوة الرقمية حاصلة بين الغرب والعرب، الأمر الذي يهدد الشركات العربية لأن تتبوأ مكانة مرموقة ووضع تنافسي جيد.
- حققت بعض الدول على غرار الإمارات والسعودية ومصر معدلات قياسية وترتيب متقدم في توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- المعدل العربي العام لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا زال بعيداً عن المعدل العالمي المطلوب.

- ثمة ثورة تنتشر بوتيرة متوسطة في العالم العربي في مجال التجارة الالكترونية، فقد عرفت بعض المبادرات الرامية إلى الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الالكترونية وتسريع عملية تبني تطبيقاتها.
- مازال حجم التجارة الالكترونية في الدول : السعودية، مصر، الإمارات، لم يساهم في زيادة حجم صادراتها والتي تعتبر مؤشر لتنافسيتها في الأسواق العالمية.
- دراسة كامش محمد ياسين بعنوان التجارة الالكترونية دراسة حالة الجزائر سنة 2016 / 2015**
- هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتبيين تأثيرها على المجال التجاري.
 - التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية.
 - تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها.
 - عرض بعض السبل الكفيلة بالنهوض بهذا النشاط التجاري والحديث في الجزائر
- النتائج المتوصل إليها:

- أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة والآنية، والمعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الإنتاج.
- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري.

رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة

أساسية للتجارة الالكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي إلى مختلف القارات وأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة الانترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العالقة بين هؤلاء الأطراف.

تطبيقات التجارة الالكترونية في أوائل السبعينات من خلال التحويل الالكتروني للأموال، وبعدها التبادل الالكتروني للبيانات ثم توسعت التجارة الالكترونية في سنوات التسعينات من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات والأنشطة التي تمارسها الشركات بواسطة وسائل الاتصالات الالكترونية. فالتجارة الالكترونية التي تقتصر على عملية امتلاك موقع على شبكة الانترنت فقط، بل تمتد إلى الإعلان الالكتروني، النشر الالكتروني، شراء الأسهم والسندات الصيرفة الالكترونية، الاستشارات الطبية والقانونية..

دراسة كلاش إيمان بعنوان التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في الدول العربية سنة 2017

هدفت هذه الدراسة إلى:

1. التعريف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم وهي التجارة الالكترونية.

2. إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الالكترونية في العالم العربي.

النتائج المتوصل إليها:

من خلال تحليلنا لمختلف الجوانب المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والتجارة الالكترونية وأفاق تطورها

في الدول العربية عامة والجزائر، مصر والمغرب خاصة، توصلنا إلى النتائج التالية:

1. ضرورة توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية أهمها البنية التحتية المتمثلة في قطاع المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسيب الآلية، وانتشار استخدام الإنترنت، إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الإنترنت وأهمية توفر كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات.

2. ضعف مؤشر الاتصالات، كالخطوط الهاتفية الثابتة والنقالة وتكلفة الاتصال وفترات الانتظار للحصول على خدمات هاتفية في كثير من دول العربية لاسيما الأقل نموا رغم أهميته في دعم التجارة الإلكترونية.

3. تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة أساسية في مختلف أنحاء العالم.

4. تواجه بعض الدول العربية بعض العقبات والتحديات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية، ومما عوائق تقنية وتكنولوجية كالوعي التكنولوجي، إضافة إلى العقبات القانونية لمشكلات الدفع التقنية والمواقع الوهمية.

3. تحديد ومعرفة أهم الصعوبات التي تواجه الدول العربية في استخدام التجارة الإلكترونية.

4. التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ومقارنة بدول أخرى (مصر والمغرب).

دراسة فائق شبرة فاطمة سنة 2018 بعنوان واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتبين تأثيرها على المجال التجاري.
- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية.
- إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة والعالم العربي خاصة واستعراض بعض المجهودات الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة

الإلكترونية، وهذا بغية استخلاص الغير من التجارب الناجحة.

- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها.

- عرض بعض السبل الكفيلة بالنهوض بهذا النشاط التجاري والحديث في الجزائر. وأسفرت نتائج الدراسة إلى:

* أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة والآنية، والمعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الإنتاج.

* يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما هي إلى استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصال تفيا لمجال التجاري.

* التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة الانترنت، الإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العالقة بين هؤلاء الأطراف.

* تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وزيادة معدلات استخدامها في مختلف أنحاء العالم.

* اختلاف درجة إدراك مكاسب التجارة الإلكترونية والتجاوب معها من بلد لآخر، فقد ارتكز الحجم الأكبر من هذه التجارة العالمية لدى دول العالم المتقدم، أما الدول العربية فلا تزال متخلفة عن ركب التعاملات الإلكترونية ومبتدئة في هذا المجال.

دراسة تباني أمل تحت عنوان: واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر

السنة الجامعية: 2019. 2020 أهداف الدراسة: هدف هذه الدراسة التعرف على الجديد الذي جاءت به التجارة الإلكترونية، وما الذي ميزها عن الأسلوب التقليدي في المبادلات التجارية وملاذا لقيت هذا الراجح الكبري لدى الافراد ومختلف المنشآت، والوقوف ايضا على حالة الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اليت تلعب دورا كبيرا في زيادة القدرة التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية وكذلك حصر السبل الكفيلة لتمكني الافراد من الاستفادة من هذه التطبيقات، واقراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات والعقبات التي تفرضها التجارة الإلكترونية في الجزائر.

النتائج المتوصل إليها:

- ان التجارة الالكترونية من المواضيع الحديثة في العامل، بالرغم من هذا اصبحت ممارستها امر طبيعي في الدول المتقدمة، وهي تعرف تقدما تلو الآخر في مدى استعمالها، اما في الجزائر فهي ضعيفة مقارنة بدول الجوار كتونس والمغرب، وجد ضعيفة مقارنة بدول العامل، وهذا راجع الى مجموعة من العوائق والصعوبات في المجال التشريعي، تكنولوجيا، ثقافية، والتي سبق ذكرها لذلك التجارة الإلكترونية في الجزائر لازالت في المرحلة التجريبية.
- تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في جمال الاهتمام بتطور تكنولوجيا مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في المجال الأنترنت وازدياد عدد مستخدميها، لم يلزمه تطور في تطبيقات التجارة الالكترونية، فأغلب الدراسات التي اجريت حول استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر، اظهرت ان هذه الاستخدامات لم يتجاوز بعد المستوى البدائي، الذي يشمل أنشطة إعلان والترويج للحصول على المعلومات انعدام الإحصائيات حول موضوع التجارة الالكترونية، ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول:

عموميات حول التجارة

الإلكترونية

تمهيد:

ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في أبريل من عام 1995 ولم تكن المصطلحات التجارية تعرف شيئاً أسمه التجارة الإلكترونية قبل هذا التاريخ فهذا المصطلح أخذ طريقه الى الانتشار بعد تحويل الأشرف على شبكة الإنترنت من (الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة) الى القطاع الخاص.

حيث أصبح بالأمكان تقديم الخدمات التجارية على شبكة الإنترنت وأصبحت هذه الخدمات متزايدة بوتائر سريعة فاقت كل التصورات الموجودة وأصبح مصطلح التجارة الإلكترونية متداولاً في الاستخدام العادي ليعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة المعلومات والاتصالات وتكنولوجيتها.

فأخذت التجارة الإلكترونية تنتشر لتدني تكاليف العمليات التجارية بواسطتها. وساهمت التجارة الإلكترونية في تعزيز الثقة في الأسواق من خلال تزويد البائع والمشتري بالأسعار والنوعية وشروط التسليم، وهي الآن من أفضل الأدوات الفاعلة في إدارة الأعمال التجارية العالمية، مما شكل منها ميزة حيث أنها أوجدت وسائل تجارية توافق عصر المعلومات، كما أنها ساعدت على الدخول الى الأسواق العالمية وتحقيق أعلى الأنشطة التجارية لاغية الحدود والقيود أمام الدخول الى الأسواق التجارية.

كما انها ساهمت في تلبية خيارات المستهلك ببسر وسهولة وساعدت على تطور الأداء التجاري والخدمي. (علي، 2012)

المبحث الأول: مفاهيم وتصورات حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول الى أحد أهم معامل الاقتصاد الجديد.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، ومن ثم فقد أصبحت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد. (عمر، 2021)

وقد عرفت العديد من الهيئات والمؤسسات نذكر منها:

تعريف منظمة التجارة العالمية:

تناولت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية من زاوية كونها عملية إنتاج وتوزيع وبيع وترويج المنتجات من خلال شبكة اتصال ومن ثم شمل هذا التعريف جميع الأنشطة عن العلاقة ذات الطابع التجاري من توريد أو تبادل أو بيع سلع أو إنفاق توزيع أو تمثيل تجاري أو الوكالة بعمولة وإن كان هذا التعريف قد أغفل الخدمات بكافة أنواعها. (عمر، 2021)

تعريف الاتحاد الأوروبي:

عرّف التجارة الإلكترونية بأنها كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدي وبين الإدارات الحكومية كذلك تسليم السلع والخدمات بشكل مادي أو معنوي. (عمر، 2021)

تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ APEC :

ذي عرّفها بأنها أي شكل من أشكال صفقات التجارة الخدمية والسلعية التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية سواء بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر أو بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر ومن ثم تناول العريف فكرة الوكيل الإلكتروني. (عمر، 2021)

تعريف التجارة الإلكترونية بشكل شامل:

يعني بالتجارة الإلكترونية بصفة عامة على أنها:

كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري، ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة اجمالية أو بصفة جزئية، كالترويد بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقاً، وسواء مت التسديد الكترونياً بصك ورقي نقداً عند التسليم أو بطريقة أخرى. (أمل وسعدة، 2019.2022، صفحة 3)

خصائص التجارة الإلكترونية: تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية نذكر منها:

- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية حيث تتميز التجارة الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونياً.
- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية حيث تساهم بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين طرفين على وجه السرعة دون الحاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين وذلك لتوفير الجهد والوقت والمال.
- عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين حيث تتيح للمنشأة التجارية إدارة معاملتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم دون أن يؤثر ذلك على الأداء، حيث أنه لا يمكن معرفة كافة المعلومات الأساسية عن الطرفين كما هو الحال في التعاملات التقليدية.
- تسليم المنتجات إلكترونياً حيث أتاحت تسليم بعض المنتجات إلكترونياً أي التسليم المعنوي للمنتجات وكذلك بعض الخدمات كالاستشارات الطبية وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة وهذا لأنه لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب.
- وجود الوسيط الإلكتروني حيث يوجد وسيط بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الإلكترونية لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة.
- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة. (صفاء، 2015، الصفحات 4-5)

المطلب الثاني: نشأة التجارة الإلكترونية وظهورها

- أولاً: نشأة التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات و المعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في العامل ، فأول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية

، كان في من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال 1970 بداية طريقة الإلكترونية من منظمة لأخرى و لكن هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات و الشركات المالية الكبرى الى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل و ارسال الوثائق أصبحت معظم الشركات الكبيرة و المتوسطة لها موقع الكتروني 1995 الإلكترونية و منذ امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات 1999 وفي الأعمال لموظفي هذه الشركات .(أمل و سعدة، 2019.2022، الصفحات 3-4)

ثانيا: ظهور التجارة الإلكترونية

اعتمدت بداية التجارة الإلكترونية على تبادل المستندات التجارية بين الشركات خلال فترة الستينات من خلال استخدام شبكات الحاسوب البدائية ، فقد كان الموردون والعملاء يتبادلون المستندات ؛ كالفواتير ونماذج الطلبات التجارية وتأكيد الشحن ، باستخدام تقنية تبادل البيانات الإلكترونية والتي يمكن من خلالها لنظام الحاسوب الخاص بشركة معينة تبادل البيانات مع حاسوب شركة أخرى، وقد كان لكل شركة نظامها الخاص نظامًا يطلق عليه (ANSI) وفي عام 1979 ابتكر المعهد الأمريكي للمعايير الوطنية (X12 ASC) وهو نظام عالمي لمشاركة البيانات وخاصة التجارية منها عبر الشبكات الإلكترونية وبذلك كان هذا النظام الخطوة الأولى لبداية انطلاق التجارة الإلكترونية لكن ليس بمسماها الحالي ويعود الفضل في ذلك للمخترع الإنجليزي مايكل ألدريتش لكن كانت البداية الفعلية للتجارة الإلكترونية في منتصف الثمانينات حين طُورت الأنظمة الحاسوبية بحيث أصبح بإمكان المستخدمين شراء السلع من 110 متجرًا عبر الإنترنت وبالرغم من عدم تحقيقه النجاح الكافي إلا أنه كان أحد الأمثلة الأولى على بداية التجارة الإلكترونية التي نعرفها اليوم. (الهالات، 2022)

المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية أشكالها وأنماطها

أفرزت التجربة العملية لانتهاج سياسات التجارة الإلكترونية إن كان من قبل القطاع الحكومي أو القطاع الخاص عن العديد من أنماط استخداماتها فقد تراوحت ما بين استخدامات قطاع الشركات والقطاع الحكومي والمستهلكين فضلا عن ظهور طرق أخرى لتطبيقها غير الطرق الاعتيادية التي نشأت عليها (باستخدام الحاسوب وشبكة الانترنت الدولية) ولكن المهم هو ان تتعرف الجهة المستخدمة لها في اي مجال يمكنها الاستفادة أكثر في

هذا النوع من التجارة، حيث هناك فئات تناسبها تطبيقات التجارة الإلكترونية أكثر من غيرها

فالسوق التجارية في ظلها تشمل على أنواع مختلفة للتعامل وأطراف مختلفة للمتعاملين مما أظهرت أنماط للتجارة الإلكترونية للأنواع الأكثر أهمية وثقلا ونصيبا في اجمالي هذه التجارة ومن ثم أنواع أقل مشاركة ونصيبا فيها وهي:

أولاً: التجارة الإلكترونية من قطاع الشركات إلى قطاع الشركات (B-to-B) أو (B2B)

والبعض يسميها (قطاع الأعمال الى قطاع الاعمال) وكثيرة هي التطبيقات والفعاليات التجارية فكانت هناك تطبيقات الكترونية لهذا النمط من التجارة يمكن تسميتها بـ (أسواق الإلكترونية التي تتضوي تحت هذه الحملة الإلكترونية) فمنذ أن عرفت البشرية التجارة والناس بين بائع ومشتري يتبادلون المواقع وإن اختلفت المعايير في الكم والنوع والكيف وكل واحد منا يعرف أن هناك سوق جملة في مدينته وإن اختلفت تسمياته حتى داخل الدولة الواحدة إلا أن أسواق الجملة من مشارق الارض الى مغاربها: تجمع منها عوامل مشتركة كبيرة اهمها:

- قلة عدد المحلات فيها بالمقارنة مع أسواق المستهلكين.

- روادها قليلون معظمهم تجار أصلا.

- تتميز صفقاتها بالمبالغ الكبيرة التي تتجاوز عادة حد النفقات الاعتيادية.

- لزبون فيها يعرف تماما ما الذي يبحث عنه ولديه مواصفات محددة لما يود شراءه.

هذا الواقع نفسه يمكن تخيله في أسواق الجملة الإلكترونية أسواق دلالة على المبادلات التجارية التي فيها عادة والتي تقتصر على الشركات فيما بينها لذلك نجد قليلا هذا النوع من المواقع من على شبكة الإنترنت إذا ما تمت مقارنته مع مواقع التجارة الإلكترونية الباقية الموجهة مثلا للمستهلكين والتي يكون ظرفها تاجر ومستهلك وذلك لكون المواقع أعلاه لا يرتادها سوى التجار فهي تظهر تماما كسوق الجملة التقليدي الذي عرفته البشرية منذ نعومة اظفارها وتشمل أمثلة هذا النمط من التجارة المتاجرة عبر شبكة الانترنت بصورة مباشرة في السلع المختلفة مثل الصلب والبلاستيك والكيمياويات ونطاق الترددات المستخدمة في إرسال

المعلومات عبر الشبكة (تبادل المعلومات والبيانات) كما تشمل أيضا التحالفات بين شركات صناعة السيارات وصناعات الطيران والفضاء وحتى شركات البيع بالتجزئة (المفرد) .

ثانيا: التجارة الإلكترونية من قطاع الشركات إلى قطاع المستهلكين

كما يسميها البعض نمط التجارة الإلكترونية بين التاجر (شركة أو مؤسسة) والمستهلك وتعني بيع السلع والخدمات من الشركات إلى المستهلك أو تعاملاتها التجارية من خلال بيع التجزئة الإلكترونية (البيع بالمفرد) للمستهلك حيث يطلق عليها البعض تسمية التسوق (Shopping Electronique) الإلكتروني.

وقد انتقلت ظاهرة الأسواق التقليدية من المجتمع الاعتيادي إلى شبكة الانترنت حيث تم انشاء أعداد كبيرة من المواقع التسويقية على الشبكة لتكون بمثابة سوق واسعة تباع بالتجزئة تشكيلة واسعة من السلع والخدمات للمستهلكين قد تتراوح ما بين الملابس والأجهزة الإلكترونية والأفلام والأقراص المدمجة والكثير من الخدمات المختلفة التي تخدم المستهلكين بشكل أو بآخر وبما أن المستهلكين هم أكثر الرواد الذين يرتادون شبكة الانترنت.

لذا فإن هذا النوع من الأسواق قد انتشر بشكل كبير فمن الممكن القول بأن التجار الأكثر ربحا في هذا النوع هم التجار الذين لازالوا في عملهم الذي يخاطب المستهلكين بصورة كاملة ويهتمون بكيفية الوصول إلى تحقيق نسب جيدة من العوائد من خلال استخدام خبراتهم في التجارة التقليدية وتوظيفها في هذا النمط الجديد من التجارة.

ثالثا: التجارة الإلكترونية من قطاع الشركات إلى قطاع الحكومة (B-to-G) (B2G)

ويشمل هذا النمط من التجارة جميع التعاملات التي تخص الشركات ومدى تعلقها بالأجهزة الحكومية كما ينضوي تحت هذا النمط من التجارة المشتريات الحكومية الإلكترونية من السلع المختلفة من الشركات فضلا عن الأعمال والتعاقدات التي تخص أعمال الحكومة حيث يتم عن طريق هذا النمط من التجارة طرح المناقصات الخاصة بالأعمال الحكومية المختلفة للمشاركة بها من قبل الشركات.

رابعا: التجارة الإلكترونية من قطاع الحكومة إلى قطاع الحكومة (G To G) أو (G2G)

حيث تشمل التعاملات التجارية الإلكترونية تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية ولكنها يمكن أن تشمل أعمالاً ذات طابع تجاري كأن تؤجر هيئة الاوقاف أراضي معينة لهيئات حكومية أو تؤجر بنايات الى دوائر حكومية وهكذا.

خامساً: التجارة الإلكترونية من قطاع الحكومة إلى قطاع الشركات (G To B) أي (G2B)

وفي هذا النمط من التجارة الإلكترونية حيث تستخدم الحكومة شبكة انترنت لتبادل المعلومات مع الشركات منها المعلومات الخاصة بالضرائب التجارية والضرائب الجمركية وما الى ذلك من معلومات.

سادساً: التجارة الإلكترونية من قطاع الحكومة إلى قطاع المستهلكين (G To C) أي (G2C)

وفي هذا النمط من التجارة يتم تبادل المعلومات بين الأجهزة الحكومية وبين المستهلكين وكذلك يشمل هذا النمط الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للمواطنين كالخدمات التعليمية او الثقافية والطبية او لتزويد لباحثين المتخصصين بفرع علمي معين بالإحصائيات والبيانات.

سابعاً: التجارة الإلكترونية من قطاع مستهلك إلى قطاع مستهلك (C To C) أي (C2C)

يستخدم هذا النمط عندما يبيع مستهلك الى مستهلك آخر سلعة ما بصورة مباشرة.

ثامناً: التجارة الإلكترونية من شخص مستقل إلى شخص مستقل (P To P) أي (P2P)

يطلق عليها التجارة الإلكترونية من (النظير الى النظير) وهذا النمط يمكن مستخدمي الشبكة ان يتشاركون في ملفات الكترونية معينة على الحاسوب بشكل مباشر بدون الالتجاء الى برامج البحث في شبكة الانترنت فمثلا شخص لديه ملف أو برنامج الكتروني معين سبق وأن اشتراه يقوم ببيعه الى شخص آخر واحتمال أن يكون بسعر أقل من الشركة الأصلية الصانعة لهذا الملف او البرنامج وبالمطبع دون ترخيص منها وغالبا ما يتم ذلك في حالة الملفات الموسيقية وبشكل مباشر بدون أي تدخل او تحويل من طرف ثالث كوسيط الكتروني وقد سعى بعض المستثمرين المغامرين الى انشاء مواقع على شبكة الانترنت تعمل على تسهيل عملية المشاركة والاتصال بين اطراف هذا النمط من التجارة الإلكترونية ومساعدتهم في البحث.(القوشجي، 2022)

المبحث الثاني: فوائد وتحديات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: فوائد التجارة الإلكترونية

إن الهدف الأساسي وراء اندفاع الأطراف المختلفة لاستغلال تقنية الإنترنت لدعم التبادل التجاري وما يخلق عنه مجموعة من المزايا والمنافع المختلفة التي يحققها هذا الأسلوب ومن هنا نذكر مجموعة من المزايا التي تخلقها التجارة الإلكترونية.

أولاً: الفوائد بالنسبة للمؤسسات

اتحاد وسائل التجار توافق عصر المعلومات:

- ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام نظم الحاسوب ومواقع الإنترنت، تعد الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال وفي كلا الميادين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة، وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسويق.

- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية

- حيث ألغت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وهي بهذا تحقق ما تهدف إليه الاتفاقيات التجارية الدولية ولكن دون قدر يذكر من الجهود والمفاوضات لأن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف.

تسهيل عملية نيل رضا الزبون:

وذلك من خلال الاتصال الفعال، ومن خلال إتاحة العرض جيد للخيارات والمقارنات والمعاملات الدقيقة المتكاملة عن المنتجات، الأمر الذي قد يؤدي إلى اكتساب إخلاص للزبائن للاسم التجاري وهذا بحد ذاته ميزة تنافسية.

تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: حيث تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعتبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، وتوفر التجارة الإلكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى فيما يدعى التجارة الإلكترونية في الشركات إلى شركات.

تسوق أكثر فعالية وأرباح أكثر: يتحقق ذلك من خلال اعتماد المؤسسات على الإنترنت في التسويق و يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أسواق العالم بدون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة، مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني أرباح. تحقيق وفر كبير في التكاليف: من خلال استبدال محلات التجزئة والمكاتب المادية ببناء مواقع على لـأنترنت وتشمل هذه التكاليف نفقات الصيانة والتجهيز والديكور وأجور عدد كبير من العاملين. (صفاء، 2015، الصفحات 12-13)

ثانيا: الفوائد بالنسبة للمستهلك

- توفير الوقت والجهد حيث تكون الأسواق مفتوحة بشكل دائم، ولا يتطلب الأمر سوى النقر على الفأرة وتعبئة البيانات.
- زيادة خيارات المستهلك للشراء والمقارنة من شركات متعددة ومتباعدة جغرافيا.
- تبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات عبر المجتمعات الإلكترونية على الإنترنت كالمنتديات مثلا أو عن طريق تقييم المنتجات.
- سرعة وسهولة الحصول على السلعة في حالة بعض السلع الرقمية مثل الكتب الإلكترونية.
- إمكانية الحصول على المعلومات الكاملة عن المنتجات دون أي ضغوط من الباعة وفي وقت أسرع.
- سهولة المشاركة في المزادات الإلكترونية بحيث يتمكن المستهلكون من خلالها الحصول على منتجات فريدة والتي لا يمكن الحصول عليها تقليديا إلا بسفر إلى مسافات بعيدة.
- الحصول على أسعار منافسة وذلك لانخفاض تكلفة التسويق بالنسبة للبائع.

ثالثا: الفوائد بالنسبة للمجتمع

- التجارة الإلكترونية تسمح للفرد أن يعمل في منزله، حيث تقلل الوقت المتاح للتسوق، مما يؤدي إلى تقليل الازدحام المروري ويقود إلى تخفيض نسبة تلوث الهواء.
- تسمح برفع مستوى معيشة المجتمع، بحيث تسمح بعض البضائع أن تباع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع باقتناء تلك البضائع.

- تسمح للناس أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية، وتمكن أيضا من الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.
- التجارة الإلكترونية تسير توزيع الخدمات العامة مثل: الصحة، التعليم، الخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى. (صفاء، 2015، الصفحات 13-14)

المطلب الثاني: تحديات التجارة الإلكترونية

تُعدّ التجارة الإلكترونية من أسرع الأعمال نموًا في السنوات الأخيرة، من المتوقع أن تصل مبيعات سوق التجارة الإلكترونية إلى 6.54 تريليون دولار أمريكي في 2023، بما يساوي ضعف مبيعات عام 2019 ورغم ذلك تواجه التجارة الإلكترونية تحديات عليها التعامل معها للوصول إلى ذلك المستقبل الباهر.

صعوبة استهداف العميل الأمثل

تُعدّ خطوة استهداف الشريحة المثالية من العملاء، إحدى معوقات التجارة الإلكترونية التي تواجهها كثير من المتاجر.

عدم الاحتفاظ بولاء العملاء

بعد الوصول إلى العميل المثالي، من الممكن فقدانه في أي وقت سواء لانجذابه إلى منافس آخر، أو مروره بتجربة سيئة في متجر أو غير ذلك.

صعوبة العثور على المنتج المثالي

المنتج هو المادة الأساسية التي تجذب العميل، ورواجها يحرك العمل إلى مزيد من النجاح والإنجاز، هناك متاجر عالمية كـ أمازون وعلي بابا تحتوي على كل المنتجات التي يحتاجها أي عميل. (أشرف، 2022)

تحدي اختراق وسرقة البيانات

من أشهر تحديات التجارة الإلكترونية المحتمل أن يواجهها عدد كبير من المتاجر الإلكترونية اليوم، هي عملية اختراق وسرقة بيانات ومعلومات العملاء التي يتضمنها المتجر الإلكتروني.

تحدي إرجاع المنتجات واسترداد الأموال

بالتأكيد سوف تتعرض علامتك التجارية لهذا الموقع، وهو رغبة عميل في إرجاع المنتج بعد شرائه لأسباب ترجع إليه مثل أنه لم يوافق توقعاته عن المنتج، أو المقاس أو الحجم غير مناسب له، إلخ من أسباب إرجاع المنتجات.

تحدي جيل الألفية الجديدة

جيل الألفية هو الجيل الذي ولد بدء من منتصف التسعينات حتى أوائل العشرينات، وهذه الفترة كانت بداية انجراف التكنولوجيا والتطور الرهيب الذي حدث في عالم الإنترنت في جميع أنحاء العالم، حتى في الدول النامية والفقيرة باتت على اتصال مع شبكات الإنترنت وبالفعل كان خلال سنوات قليلة أصبح العالم كله كقرية واحدة.

يشتهر جيل الألفية بأنه أكثر جيل استهلاكي من ضمن الأجيال السابقة، وقد كان لهذه النتيجة الكثير من المقومات التي ساعدت في ظهورها.

ولد هذا الجيل في عصر التكنولوجيا لهذا ليس من العدل أن يحاكم وحده على التضخم الاستهلاكي والشرائي، فالتطور التكنولوجي الذي عاصره هذا الجيل كان سبب في تمدد محتواه المعرفي للإدراك الكثير من الأمور خاصة فيما يتعلق بشبكات الإنترنت.

وأحد أهم هذه الأمور الملحوظة هو اتباعه لمشاهير السوشيال ميديا وينساق وراء آرائهم وتجاربهم بدون أي تفكير منهجي.

ويعد هذا من أشهر التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية اليوم وهو الاستعانة بأي من مشاهير ومؤثرين منصات التواصل الاجتماعي للقيام بحملات تسويق منتجات التجارة الإلكترونية للترويج عما يقدمونه من منتجات وخدمات محاولة منهم لجذب انتباه هذا الجيل خاصة إذا كان من ضمن شريحة الجمهور المستهدف للعلامة التجارية. (Nasser, 2022)

المطلب الثالث: عوامل نجاح التجارة الإلكترونية

أولاً: موقع إلكتروني متوافق مع الهواتف الذكية

يؤكد الحجم الهائل للأشخاص الذين يستخدمون الأجهزة المحمولة للبحث عن معلومات عن المنتجات وإتمام عمليات الشراء عبرها، إلى ضرورة الوقوف على تصميم موقع إلكتروني متوافق مع الجوال العملاء يشتركون بشكل مباشر وغير مباشر -

باستخدام أجهزتهم المحمولة وإذا لم يكن لديك موقع ويب متوافق مع الجوّال، فأنت بذلك تفقد قطاعًا كبيرًا من العملاء.

يُمكنك الموقع المتوافق مع الجوّال من ضمان حصول المستخدمين على أفضل تجربة تصفح ممكنة سهلة وممتعة، واكتساب ميزة تنافسية على منافسيك في السوق. في هذا الصدد، تحتاج إلى تصميم هيكل موقع يمكن للمستخدمين التنقل فيه بسهولة عبر الأجهزة الذكية المحمولة، يمتلك القدرة على عرض صور المنتجات والمعلومات بوضوح، كما يجب أن يكون المسار من الصفحة الرئيسية، إلى وصف المنتج، إلى صفحة الدفع بسيطًا وسلسًا، تذكر أن العملاء لا يمكنهم شراء شيء من متجرك الإلكتروني من هواتفهم المحمولة إذا كان من الصعب القيام بذلك.

ثانيًا: التسويق بطريقة احترافية

التسويق بطريقة احترافية واحد من الأسباب المهمة للنجاح في التجارة الإلكترونية، سواء كنت في بداياتك في عالم التجارة الإلكترونية، أو ترغب في التوسع وزيادة العملاء وتحقيق المبيعات فإن الاطلاع على أحدث اتجاهات التسويق ووضع خطة تسويقية لأعمالك هو ضرورة وليست خيارًا. للوصول إلى جمهورك بطرق أكثر فاعلية ينبغي أن تطلع على اتجاهات التسويق التي يستخدمها منافسوك. (إبراهيم، 2022)

ثالثًا: ترك انطباع أول رائع

متسوقي اليوم أصبحوا على درجة كبيرة من الخبرة والذكاء ويعرفون ما إذا كانوا يحبون موقع الويب أم لا بلمحة واحدة وعادة ما يستمر هذا الانطباع الأول لذلك يعد تكوين انطباع أول جيد أمرًا ضروريًا للحصول على المزيد من العملاء في متجرك عبر الإنترنت في سبيل ذلك يجب أن تراعي عمل أفضل تصميم ممكن ولافت للنظر من أجل جذب الناس للدخول إلى موقع التجارة الإلكترونية الخاص بك والاستفادة منه.

رابعًا: تقديم خدمة عملاء قوية

تحدثنا في نقطة سابقة عن الانطباع الأول عن موقعك وكيف يدوم ذلك الانطباع ويؤثر بشكل كبير على ثقة العميل ومن أهم الأشياء أيضًا التي تعطي انطباعات أولى تدوم كثيرًا هي خدمة العملاء الجيدة فخدمة العملاء القوية قد تكون سنذك الأساسيات لتجارة ناجحة وعملاء مخلصين وفي نفس الوقت قد تنهي عمالك

بالكامل وتتسبب في خسائر كبيرة إن لم تكن مرضية بالنسبة للعميل وفي سبيل ذلك يجب قيام بعمل التالي:

- أجب على جميع استفسارات العملاء .
- تأكد من تلبية جميع احتياجاتهم في الوقت المحدد.
- اتباع طريقة ودية عند التواصل مع المشتريين. (Mokhtar, 2022)

المبحث الثالث: متطلبات اللازمة لإقامة التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الإلكترونية

أ/- زيادة القطاع الخاص: إن القطاع الخاص يملك آليات ونظم عمل تتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية، حيث أن هذه الأخيرة تقوم على إطلاق قدرات وطاقات مؤسسات الأعمال لتقديم خدمات جديدة ومتطورة للمستهلك تتيح لها التنافس على المستوى العالمي.

ب/- دور الحكومة دافع ومحفز: إن قيام الحكومة بتقليل تدخلها في كافة الأنشطة التجارية، عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة هو أهم محفز لكافة المؤسسات في المجتمع للإطلاق صوب التنمية والاستثمار .

ج/- البيئة التشريعية والقانونية الملائمة: إن مصالح الشركة والمنتجين والمستهلكين المتعاملين معها في إطار التجارة الإلكترونية، يقتضي تشريعات وقوانين التوازن بين هذه المصالح و يتم ذلك ببناء مناخ تشريعي و قانوني يخدم مقتضيات التجارة الإلكترونية وهذا ما يتطلب مشاركة كاملة بين الحكومة و قطاعات الأعمال و المستهلكين.

د/- إتاحة الفرص المتكافئة ودعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم، يفرض الاختلاف في مستويات التطور التكنولوجي والبنية الأساسية المطلوبة للتجارة الإلكترونية إقامة عدالة واستمرارية للتنمية، لإتاحة الفرص المتكافئة للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التجارة الإلكترونية لقطاعات العمل المختلفة، بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تحتاج إلى تشجيع ودعم واهتمام للتمكن من تبني التقنيات وتستخدمها لتحقيق مردود اقتصادي .

هـ /- الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وحمايته بتحقيق الخصوصية والسرية: مما لا شك فيه أن تحول الاقتصاد العالمي والانفتاح الهائل الذي تتيحه وسائل الاتصال التي ترتبط بالتجارة الإلكترونية يفتح الباب للتعامل مع ثقافات وعادات وتقاليد تختلف مع مبادئ وقيم المجتمع وهويته ولهذا يجب الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع من التأثير بهذه

الثقافات وانحلال ثقافته، كما يجب حماية المجتمع بتحقيق مستوى مناسب من الخصوصية والسرية اللازمة لتنفيذ المعاملات التجارية باستخدام وسائل وآليات التجارة الإلكترونية.

و/- حماية الملكية الفكرية: إن استخدام التجارة الإلكترونية، يرتبط بصفة مباشرة بمدى تطبيق نظم الحماية الفكرية وهذا اعتبارا للتطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الحديثة ومن المهم أن تدخل عناصر حماية الملكية الفكرية في إطار الالتزامات الدولية.

ي/- التعاون الدولي: إن نجاح وتطوير التجارة الإلكترونية، يتوقف على وجود تعاون وتنسيق بين كافة الجهات والمؤسسات والدول وهذه الأخيرة تقتضي تحقيق تعاون دولي ذات نتائج ملموسة وذلك بالتنسيق في الإجراءات والقوانين التجارية ووضع معايير قياسية للنظم الفنية كالتأمين والسرية بالإضافة إلى دعم مشاركة الدول النامية والدول الفقيرة في أنشطة التجارة الإلكترونية وتنسيق الجهود الدولية لمكافحة الجريمة والاستخدام السيئ لوسائل التجارة الإلكترونية. (كردي، 2011)

المطلب الثاني: متطلبات العامة لتطبيق تجارة الإلكترونية

يرتبط تطبيق التجارة الإلكترونية، بتوافر مجموعة من المتطلبات في المجالات المالية: والتشريعية والاجتماعية والسياسية والتقنية والتي سنشرحها في النقاط التالية:

أ/- المتطلبات المالية العامة: تشمل المتطلبات المالية العامة ثلاثة قضايا هامة تتمثل في:

- قضية الرسوم الجمركية والضرائب: وهي أهم موارد الدولة السيادية، تمكنها من تحقيق التوسع وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية والاستثمار وهنا نعكس اتجاهين:

الاتجاه الأول: اتجاه الدول النامية ودول أوروبا التي ترى أن العدالة هي أن يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الأنترنت والسلع التي يتم تسليمها بالأساليب التقليدية

الاتجاه الثاني: تتوجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة، حيث تدعو إلى إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية، التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الأنترنت بما فيها أعمال التسليم.

قضية التحول إلى نظم السداد والدفع الإلكتروني: هناك اتجاه عالمي نحو استخدام نظم السداد الإلكتروني وتحويل المجتمع من نظم السداد والدفع النقدي إلى نظم السداد والدفع: الحديثة لكن هذا يتطلب احتياطات لمنع وجود المخاطر

- الحد من المخاطرة سواء للشركات والأفراد

- ضمان الحماية الكافية ضد النشاط الإجرامي وانتهاك الخصوصية

- الوقاية من احتمال قيام وكالات التحقيق بتعقب سيولة السداد

قضية جهة إقرار المعاملات المالية الإلكترونية: إن الدراسات التي تمت في إطار الإشراف على نظم السداد الإلكتروني.

ب/ المتطلبات التشريعية: إن التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا ب :

- تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد.

- تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكم في الفصل في القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمات التقاضي والفصل في المنازعات.

- تنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية، من سرعة في إتمام المعاملات.

- قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين.

- توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة وهذا بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول والتي لا يمكن الفصل فيها لاختلاف القوانين بينها ولذا فإن تبني قواعد ونظم تجارية موحدة يمثل أحد أهم البدائل لتحقيق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول.

ج- المتطلبات الاجتماعية: إن تغير معايير النجاح والتميز في المنتج في إطار التجارة الإلكترونية واختلاف قياسها عما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب إعداد:

- برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعرفه وتوعيه بكل الجوانب التي تحتويها التجارة الإلكترونية من ميزات وأخطار

- إعداد برامج ودورات تدريبية لقطاعات الأعمال، لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية.
 - إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الأنترنت.
 - تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وذلك بالقيام بفتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية كتخصص قائم بحد ذاته.
 - د- تفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة:
- ويتم ذلك بمشاركة القطاع الخاص في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الإلكترونية والمساندة المباشرة وغير المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الإلكترونية، بالإضافة إلى توفير وإتاحة المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم.
- هـ- تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية .

تعتبر التجارة الإلكترونية باباً يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة، لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي و العالمي و لذا يجب تنمية هذه المؤسسات بتمكينها من استخدام تكنولوجيا المعلومات ، حيث قدراتها الخاصة لا تسمح لها بالدخول إلى هذا المجال إلى جانب إمكانية دعم الأنشطة المرتبطة بتنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية ، بإنشاء مراكز مجتمعية للتجارة الإلكترونية وربط تجمعات و مراكز الإنتاج الحرفي في مراكز الإنتاج بشبكة الأنترنت ، بالإضافة إلى بناء نماذج تجريبية للشركات الإنتاجية لاستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية .(محسن، 2019)

المطلب الثالث: مراحل للوصول إلى اتفاق بين الأطراف وإتمام التعاقد الإلكتروني

تتميز معاملات التجارة الإلكترونية بأنها تمر بمراحل متعددة للوصول إلى اتفاق بين الأطراف وإتمام التعاقد الإلكتروني، وتتجسد هذه الخطوات بحلقة سير تدور في فلكها التعاملات التجارية الإلكترونية، وذلك وفقاً للآتي:

أولاً - الارتباط بشبكة الإنترنت عن طريق إنشاء المواقع التجارية للتعامل مع الجمهور، والطلب من موردي الخدمات تخصيص عنوان للموقع، وتحديد المجال أو النطاق الذي يُسمح فيه بمباشرة النشاط، ويتم تسجيل العناوين بشكل مركزي، وكذلك فإن أسماء النطاق يجري تسجيلها، سواء المحلية أو الدولية، في جداول خاصة بها.

ثانياً - نشر الموقع التجاري على شبكة الإنترنت والوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء عن طريق الإعلانات التجارية.

ثالثاً - تبادل رسائل البيانات الإلكترونية مع المستخدمين للشبكة والراغبين في إجراء المعاملات التجارية الإلكترونية، مثل البيع والشراء والتسويق وغيرها.

رابعاً - التأكد من صحة المعلومات والبيانات المقدمة من الأطراف على الخط وإيداع الوثائق الإلكترونية وتصديقها من الجهات المختصة.

خامساً - التزام البنوك الإلكترونية بتقديم خدمات الدفع الإلكتروني، وتأمين سداد المدفوعات الإلكترونية بالطرق المختلفة.

سادساً - تأمين الحماية القانونية للمستهلكين والمتعاملين والغير عند إبرام عقود التجارة الإلكترونية، وضمان تنفيذ التعاقدات التجارية الإلكترونية.

سابعاً - تأمين الحماية لحقوق الملكية الفكرية فيما يتعلق بالمواد التي يتم تناولها وتداولها عبر شبكة الإنترنت.

ثامناً - إتمام المعاملات الضريبية والجمركية ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية.

تاسعاً - تحديد الجهة القضائية المختصة بنظر المنازعات الناشئة عن عقود التجارة الإلكترونية أو الاتفاق على التحكيم لفض المنازعات، وتحديد القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية. (محسن، 2019)

خلاصة الفصل الأول:

للتجارة الإلكترونية دور فعال في وسط عالم تسوده المنافسة الشديدة وتتحصر فيه الأسواق المحلية وهذا لأننا في عالم شهد تحولات سريعة في عصر التبادل التجاري الإلكتروني، فقد أحدثت ثورة حقيقية في مجال التجارة العالمية، ويأتي هذا نتيجة التطور الهائل في الإنترنت التي قامت بإعادة صياغة الاقتصاد العالمي الجديد وبذلك تعتبر الإنترنت الدعامة الأساسية في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية لأنها تجمع من خلالها

جميع مراحل الضرورية لإتمام الصفقات التجارية من عرض للسلع والخدمات، وكذلك مفاوضات عن الأسعار وبذلك أصبح موقع مؤسسة برام العقود الإلكترونية وكذلك آليات السداد الإلكترونية بواسطة النقود الإلكترونية هو واجهتها الأولى الذي تحاول من خلاله استقطاب زبائنهم في شتى أنحاء العالم، وبذلك تجب على المؤسسة التي تريد مزاوله نشاطها التجاري على شبكة الإنترنت أن تأخذ بعين الاعتبار جميع معايير الجودة في إنشاء المواقع الإلكترونية.

الفصل الثاني:

مواقع التجارة الالكترونية

وعملية إنشائها والعوامل

نجاحها وفشلها

تمهيد الفصل:

تعد المواقع الإلكترونية في زمننا من لوازم أي مشروع تجاري لسيما مع انتشار الرهيب في استعمال الأنترنت في شتى مجالات لهذا فنجاح أي مشروع تجاري إلكتروني يرتبط بمدى جودة الموقع والتفاصيل التي تلعب دورا مهما في نجاح الموقع بعد توفيره من الله والتي سنتطرق إليها في هذا الفصل.

المبحث الأول: ماهية المواقع الإلكترونية

المطلب الأول: تاريخ المواقع الإلكترونية ومكونات الموقع الإلكتروني

يُعرّف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الملفات والموارد ذات الصلة التي يُمكن الوصول إليها عبر شبكة الويب العالمية، حيث تكون هذه الملفات والموارد مُنظمة ومُجمعة تحت اسم مجال واحد وتتنوع الملفات التي يُمكن تواجدها عبر الموقع الإلكتروني بين المُستندات، والصور، والنصوص، وغيرها من أنواع الملفات الأخرى، ولا يُشير اسم الموقع إلى تواجده في مكان مادي مُعين؛ حيث يتواجد الموقع الإلكتروني على ما يُعرف بخوادم الويب التي تنتشر فعليا في مواقع مُختلفة من العالم، ويُمكن أن يتكون الموقع الإلكتروني من ملف (HTML) أو الآلاف من الملفات ذات الصلة. يتم الوصول إلى الموقع الإلكتروني الموجود عبر شبكة الإنترنت باستخدام أحد مُتصفحات الويب المُتوفرة على جهاز المُستخدم، حيث يُدخّل عنوان (URL) الخاص بالموقع ضمن شريط عنوان المُتصفح للانتقال إليه، وفي حال عدم معرفة عنوان (URL) الخاص بموقع مُعين؛ فيُمكن البحث عن هذا الموقع باستخدام أحد مُحركات البحث الموجودة عبر شبكة الإنترنت وتجدر الإشارة إلى أن المواقع الإلكترونية تكون مملوكة من قِبل أفراد، أو شركات، أو مؤسسات مُعينة، كما تُدار من قِبل تلك الجهات.

تاريخ المواقع الإلكترونية:

يعود تاريخ ظهور أول موقع إلكتروني في العالم إلى السادس من شهر آب للعام 1991م، وذلك عندما أطلق عالم الفيزياء البريطاني تيم بيرنرز لي الموقع الإلكتروني (info.cern.ch) أثناء تطويره لشبكة الويب العالمية، حيث طوّر بيرنرز في وقت سابق مجموعة من التقنيات الرئيسية التي تُعتبر أساس ظهور شبكة الويب؛ كلغة ترميز النص التشعبي (HTML)، وبروتوكول نقل النص التشعبي (HTTP)، بالإضافة

إلى ما يُعرف بعناوين الويب (URLs)، ويجدر بالذكر أنّ هذه التقنيات جميعها طُوّرت باستخدام كمبيوتر (Next) الذي طُوّر من قبل ستيف جوبز.

رفض بيرنرز لي أن يُنسب له فضل اختراع شبكة الويب العالمية، وذلك من خلال رفضه لتسجيل براءة اختراع باسمه عقب اختراعها، حيث أراد من ذلك أن يكون هذا الاختراع العظيم بمثابة ملكية عامة للجميع ليتمكنوا من التطوير والتحسين عليه بشكل سريع، وشهد العام 1993م إصدار أول مُتصفح ويب يُمكن استخدامه من عامة الناس، والذي عُرف باسم (Mosaic)، كما شهدت الأعوام اللاحقة إطلاق العديد من المواقع المُختلفة؛ كموقع ياهو (Yahoo)، وموقع أمازون (Amazon)، وغيرها العديد من المواقع الأخرى. [٥] استمر ظهور المواقع الإلكترونية وإطلاقها بتسارع كبير جداً، حيث وصل عدد المواقع الإلكترونية الموجودة عبر شبكة الإنترنت في العام 2004م ما يُقارب 51 مليون موقع، وحالياً يتواجد عبر شبكة الإنترنت ما يزيد عن 1.7 مليار موقع إلكتروني مُختلف عبر شبكة الإنترنت، وفي كل يوم جديد يُطلق 570 ألف موقع جديد.

مكونات الموقع الإلكتروني :

تتضمن أغلب المواقع الإلكترونية بعض المكونات الرئيسية على الرغم من أنّه لا تُوجد أيّ قواعد مُلزمة لتلك المواقع بتحديد ما يجب أن يتضمنه الموقع الإلكتروني، وفيما يأتي بعض المكونات الرئيسية التي تتواجد في معظم المواقع الإلكترونية الموجودة عبر شبكة الإنترنت: الصفحة الرئيسية: بالإنجليزية: (بالإنجليزية: Home page)؛ وهي الصفحة الرئيسية عبر الموقع الإلكتروني؛ والتي يتم من خلالها الوصول إلى جميع الصفحات الأخرى الموجودة خلاله. الارتباطات التشعبية: بالإنجليزية: (بالإنجليزية: Hyperliens)؛ وهي روابط يتم الانتقال من صفحة إلى أخرى عبر الموقع من خلال النقر عليها. شريط التنقل: (بالإنجليزية: Navigation Bar)؛ وهو شريط عادة ما يظهر في جميع الصفحات الموجودة عبر الموقع، حيث يُمكن من خلاله التنقل سريعاً عبر شاشة صفحة مُعينة. التذييل: (بالإنجليزية: Footer)؛ وهو جزء يتواجد عادة في أسفل كل صفحة إلكترونية موجودة عبر الموقع، ويتضمن هذا الجزء معلومات عن الموقع؛ كسياسة الخصوصية، وإخلاء المسؤولية، وعناوين الاتصال الخاصة بمؤسسي الموقع، والعنوان الفعلي للشركة، كما يتضمن هذا الجزء أحياناً بعض الروابط الخارجية التي تُشير إلى مواقع مُماثلة وموارد خارجية عبر شبكة الإنترنت.

(الكسواني، ٢٠٢١)

المطلب الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية

1. مواقع التجارة الإلكترونية

هي مواقع يتم إنشاؤها وتصميمها خصيصًا بهدف بيع السلع من المنتجات والخدمات. وهناك العديد من تلك المواقع ترجع لعلامات تجارية شهيرة تمتلك بالفعل متجر تقليدي بالأسواق التجارية، أو مواقع ترجع لعلامات تجارية جديدة تبدأ في خطو أول خطواتها في مجال التجارة الإلكترونية والربح من الإنترنت.

أمثلة على مواقع التجارة الإلكترونية:

كما تناولنا أن هذا النوع من مواقع الويب يعد موقع إلكتروني تجاري يقدم المنتجات والخدمات في هيئة سلع، إذا كنت تتساءل عما هي أكثر المواقع زيارة؟ ستكون بالتأكيد هي مواقع التجارة الإلكترونية والبيع أونلاين. لذا سنتناول الأمثلة أيضًا في جزئين، الجزء الأول مواقع أو متاجر إلكترونية لبيع السلع من المنتجات، والجزء الثاني مواقع أو متاجر لبيع السلع من الخدمات.

موقع مزايا Mazaya

لم تبدأ كافة العلامات التجارية رحلتها التجارية عبر الإنترنت مثل أمازون Amazon، فهناك العديد من العلامات التجارية التي بدأت بإنشاء متجر فعلي لبيع المنتجات والخدمات الخاصة بها، ثم اتجهت نحو البيع على الإنترنت بعد التطورات المذهلة التي شهدتها التجارة الإلكترونية خاصة في الآونة الأخيرة.

وأحد تلك العلامات التجارية هي مزايا Mazaya وهي من أشهر العلامات التي تقدم منتجات مستحضرات التجميل والعطور والحلي في مختلف متاجرها في جميع أنحاء العالم قبل أن تتجه في الآونة الأخيرة لإنشاء موقع إلكتروني لبيع منتجاتها عبر الإنترنت.

مواقع الويب التجارية لبيع الخدمات.

• موقع اكسباند كارت ExpandCart

نوع آخر من أنواع المواقع الإلكترونية التجارية وهو مواقع بيع الخدمات مثل موقع منصة اكس باند كارت، يقدم موقع اكس باند كارت خدمة تصميم المتاجر الإلكترونية لجميع

الأفراد ورواد الأعمال وأصحاب العلامات التجارية الذين يرغبون في بدء عملهم التجاري عبر الإنترنت من خلال إنشاء متجر إلكتروني احترافي.

2. مواقع المدونات

أشهر المواقع الالكترونية لجني المال من الكتابة والتدوين.. المدونات هي من أقدم أنواع مواقع الإنترنت لربح المال من الكتابة.

وهي عبارة عن موقع يتم إنشائه خصيصًا بهدف نشر المحتوى والسماح للكتاب والمهتمين بالكتابة بنشر مقالات ومدونات ومشاركات خاصة بهم.

ويمكن أن يقوم بإنشاء هذه المدونات شخص لا يهتم بالكتابة مطلقًا بل هو يبحث عن فرصة للربح من أنواع مواقع الإنترنت وحينها يتيح الفرصة للعديد من الكتاب بممارسة هوايتهم خلال المدونة الخاصة به.

ولا يقتصر هدف المدونة على موضوع معين، بل يمكن أن تكون - سواء كانت نصائح سفر، أو نصائح مالية، أو مراجعات الكعك. غالبًا ما تتم كتابة المدونات بأسلوب غير رسمي أو حوار، لكن تعلم كيفية تحقيق الدخل من المدونات أصبح مشروعًا شائعًا للعديد من الكتاب.

أمثلة على مواقع المدونات

مدونة نون Nooun

موقع مدونة نون من المواقع المهمة بنشر محتوى معرفي متنوع بين الفن والسياسة والمجتمع بهدف الإشارة لأهمية دور المرأة في المجتمع ودعمها بكافة الأدوات والطرق المتاحة.

مدونة ساسة بوست

مدونة ساسة بوست من أشهر المدونات التي تنشر عدد كبير من مقالات وتقارير ودراسات لمجالات مختلفة ومتنوعة بين السياسة، والفن، وعلم النفس.

3. المواقع التعليمية

كما ذكرنا فيما سبق أن ليس هناك تصنيفات محددة لأي من أنواع المواقع الإلكترونية لكننا سوف نقوم بعرض أهم تلك الأنواع خاصة التي تسمح بفرص العمل وربح المال منها.

وأحد تلك المواقع هي المواقع التعليمية التي تقدم خدمات تعليمية وتربوية سواء كان المحتوى نصي أو مرئي.

وتعد مواقع الدورات التعليمية من أكثر الصور شيوعاً لهذا الأنواع من أنواع مواقع الويب، وفي حال امتلاكك لموقع من هذا النوع سوف تجني أرباح كثيرة من ورائه، نظراً لإقبال شريحة كبيرة اليوم من مستخدمي الإنترنت للدراسة عبر الإنترنت عن بعد.

أمثلة على المواقع التعليمية

المنتور Almentor

تقدم منصة المنتور Al mentor دورات تدريبية عديدة في مختلف المجالات مثل (التسويق، التجارة، التغذية، الإدارة، علم النفس) وهي تعد من أفضل أنواع المواقع الإلكترونية التعليمية في وقتنا هذا، لأنها تقدم خدمات بجودة عالية وبأسعار مناسبة لمختلف الفئات وخاصة الطلبة والمبتدئين في العمل المهني.

4. مواقع البورت فوليو أو مواقع السيرة الذاتية

لا يمكننا وصف أهمية التواجد عبر الإنترنت اليوم سواء كنت فرد أو شركة، فامتلاكك لموقع ويب على شبكات الإنترنت يمنح عملك ميزة تنافسية ومصادقية مذهلة.

وليس الهدف من إنشاء تلك المواقع البيع مباشرة فقط، بل يمكنك استخدامها في هدف أهم وهو توفير معلومات وبيانات حول مهاراتك الشخصية أو طرق الاتصال معك أو مع علامتك التجارية.

لذا يجب سواء كنت شركة أو شخص أن تقوم بتصميم موقع ويب يتضمن كافة بيانات الاتصال وأهم نقاط القوة وملخص عما يمكنك أن تقوم به.

5. المواقع الترفيهية

لا غنى عن أوقات الترفيه والتسلية، وخاصة في الآونة الأخيرة وأثناء قرار الحظر الاجتماعي والتزام كافة المواطنين بقضاء أغلب أوقاتهم في المنزل، حيث زاد الإقبال على مواقع التسلية والترفيه لمحاولة تخطي آثار الأزمة وتقضية أوقات ممتعة مع الأهل طوال فترة التباعد الاجتماعي.

وهذا كان سبب تحقيق العديد من مواقع التسلية والترفيه لأعلى معدلات تقدم وازدهار خلال هذه الفترة، إذ زاد الإقبال وزادت أعداد المشتركين بشكل مذهل.

ولأن المتعة والرفاهية لا تنتهي، سيكون مشروع تجاري ناجح إن قمت بتصميم موقع ويب لعرض مواد ترفيهية مثل الأفلام والعروض التلفزيونية، أو موقع لألعاب الفيديو. (Nasser، <https://expandcart.com/ar>، 2021)

المطلب الثالث: متطلبات حماية معلومات الزبائن بالمواقع التجارية

تتخذ الكثير من المواقع عدة إجراءات احترازية، بخلاف ما تتخذه من ترتيبات متعلقة بتكنولوجيا الحماية لأن معظم الزبائن يودون معرفة المزيد عن سرية تداول وتداول هذه المعلومات بعد وصولها إلى الموقع بسلام وماذا يحدث بعد فتح التشفير، ولذلك فإن معظم المواقع تقوم بعدة خطوات أخرى لحماية العملاء لأن أي اهتزاز للثقة يعني فقدان الكثير للموقع، ولذلك فهي تتعامل بكل جدية في هذا الموضوع فيما يلي ملخص لما تتخذه المواقع العالمية من إجراءات لحماية البيانات الخاصة بالعملاء:

أولاً: حصر فتح المعلومات المشفرة على عدد قليل من الموظفين الموثوق بهم.

ثانياً: يتم توزيع المعلومات بعد فتحها وفرزها إلى الأقسام المتخصصة إلكترونياً بحيث لا يتم إعطاء أي قسم سوى المعلومات التي يحتاجها فعلياً فمثلاً لا يتم إعطاء رقم بطاقة الائتمان إلا لقسم المحاسبة لخصم المبلغ ويتم تشفيرها مرة أخرى ولا تمكن لأي شخص أن يطلع عليها.

ثالثاً: يقوم الموقع بإضافة جميع البيانات الخاصة بالزبائن في بنك المعلومات الخاصة به وهو محمي بجدار النار وكلمات العبور ولا يمكن لأي شخص غير مخول له بالوصول إليه.

رابعاً: تقوم المواقع بعمل عدة طبقات من الصلاحيات للموظفين بحيث لا يمكن لأي موظف الوصول إلى معلومات غير مسموح له بالوصول إليها فمثلاً موظف في قسم الشحن ليس له صلاحيات غير الوصول إلى معلومات محددة مثل طبيعة السلعة ورقم الطلبية وتاريخها وعنوان المرسل إليه.

خامساً: التحكم بالحركة في بعض أقسام المؤسسة، فمثلاً لا يسمح بالدخول إلى قسم بنك المعلومات إلا للموظفين المصرح لهم والذين يملكون أرقام سرية للدخول.

سادساً: يتم الاحتفاظ بأرقام بطاقات الائتمان مشفرة من أجهزة مستقلة داخل قسم بنك المعلومات وهي غير مرتبطة بالإنترنت.

سابعاً: أي تداول لات بين الأقسام المختلفة بالمؤسسة لا يحمل رقم بطاقة الائتمان.

ثامناً: في أي تعاملات سلبية مستقبلية بين العميل وبين الموقع، يتم إلكترونياً دون أي

تدخل أو اطلاع من الموظفين على معلوماتك الشخصية مرة أخرى. (حياة، 2012)

المبحث الثاني: عملية بناء مواقع تجارة إلكترونية وعوامل نجاحها وفشلها

المطلب الأول: عملية بناء مواقع تجارة إلكترونية

1. اختيار اسم نطاق موقعك الإلكتروني

أول خطوة في إنشاء موقع إلكتروني ناجح هي اختيار اسم نطاق للموقع. اسم النطاق هو بمثابة عنوان موقعك الإلكتروني، كما أنه الاسم الذي سيُعرف به موقعك بين الناس، لذا من الضروري أن تحسن اختياره. يمكنك أن تختار أي اسم تشاء.

أحرص على أن يكون اسم نطاق موقعك سهل الحفظ، وسهل الكتابة، وأن يكون ذا صلة بنوع النشاط التجاري الذي تعمل فيه.

هناك أمر آخر ينبغي أن تنتبه له عند اختيار اسم النطاق، وهو امتداد النطاق مثل (.com أو .org). يُفضل استخدام الامتداد .com. لأنه الأكثر شهرة، إذ تستخدمه

ما يزيد على نصف مواقع شبكة الإنترنت. هناك لاحقات أخرى شهيرة مثل: .net و .org وغيرها. بالمقابل، هناك امتدادات يُفضل تجنب استخدامها مثل: live و buzz.

هناك أيضًا نوع آخر من الامتدادات يمكن إضافتها إلى اسم الموقع، وهي امتدادات تمثل الدول، مثل sa التي تمثل السعودية، و Fr التي تمثل فرنسا، إلخ. هذه الامتدادات مناسبة للأنشطة التجارية التي تعمل حصرًا في دولة واحدة. لكنّ هذا النوع من الامتدادات يتطلب غالبًا أن تكون لك علامة تجارية مسجلة في تلك الدولة، إضافةً إلى شروط أخرى تختلف من دولة إلى أخرى.

يمكنك شراء نطاق بسهولة، إذ إن هناك الكثير من الشركات التي تبيع النطاقات ببضع دولارات فقط، ومن تلك المواقع Name cheap و godaddy و Domain وغيرها الكثير. إن لم تستطع أن تقرّر اسم النطاق المناسب لموقعك، فأحد الخيارات الممكنة هو الدخول إلى إحدى هذه المواقع والبحث في قائمة النطاقات الموجودة، يمكن أن يلهمك ذلك لاختيار الاسم المناسب.

مثلاً، إن كنت تريد إنشاء موقع لمحل لبيع الوجبات الغذائية، فيمكن أن تبحث عن أسماء نطاقات تحتوي على الكلمة المفتاحية التي تستهدفها. مثلاً، لو أردت اختيار اسم نطاق يحتوي الكلمة «wajba»، فادخل إلى أحد مواقع بيع أسماء النطاقات مثل Name cheap، واكتب كلمة «wajba» في مربع البحث، وستحصل على قائمة بأسماء النطاقات المتاحة.

لاحظ في الصورة الآتية أنّ اسم النطاق «wajba.com» مأخوذ، لذا عليك اختيار اسم نطاق آخر. البعض يحاول اختيار اسم نطاق منافس، وتغيير الامتداد للاستفادة من نجاح ذلك الموقع لكن يُفضّل تجنّب هذا الأمر، الأفضل أن تبني علامتك التجارية الخاصة بك، لأنّه سيصعب عليك أن تميّز نفسك عن الموقع الآخر لاحقاً. إن لم تجد اسم نطاق يرضيك، يجب أن تعصّف ذهناك لعلّك تجد ما تبحث عنه.

2. اختيار الاستضافة

بعد أن تحدد اسم النطاق الذي تريده، سيكون عليك أن تبحث عن الاستضافة، التي تُعدّ بمنزلة مكان على شبكة الإنترنت، حيث ستخزن الملفات الخاصة بموقعك. هناك الكثير من شركات استضافة المواقع، والتي تتيح لك استضافة موقعك ابتداءً من بضعة دولارات في الشهر، وهو مبلغ في المتناول.

هناك العديد من شركات الاستضافة، مثل hostgator و Blue host و site grounds و Godaddy و dreamhost. وعادةً ما تقدم هذه الشركات عدة خطط للاستضافة، وتختلف في المزايا وسعة التخزين ونوع الخادم، وكذلك في الأسعار. هناك ثلاث أنواع عامة من خطط الاستضافة، وهي:

-الاستضافة المشتركة (Share hosting) : تُخزن ملفات الموقع في مساحة مشتركة مع مواقع أخرى، هذا النوع من الخطط مناسب للمواقع الصغيرة، وتتميز بأن سعرها منخفض، إذ لا يتجاوز بضعة دولارات شهرياً.

-استضافة مُخصّصة (Dedicace hosting) : ستحصل على خادم خاص بك لا تتشاركه مع أيّ أحد آخر، وهي مناسبة للشركات الكبيرة، بيد أن سعرها غالٍ، ويتجاوز في الغالب 100 دولارًا شهرياً.

-الاستضافة الخاصة الوهمية (Virtual Private Server أو VPS): إن كنت تريد مزايا الاستضافة المخصصة، وغير مستعد لدفع 100 دولار شهرياً، فالحل الأفضل هو اختيار الاستضافة الخاصة الوهمية. فهي تشبه الاستضافة المخصصة، من حيث أنها تعطيك تحكمًا كاملاً لكن بطريقة وهمية. أي أنك لن تحصل في الواقع على خادم مخصص، ولكن على مساحة مخصصة في الخادم، بمعنى أنه ستكون هناك مواقع أخرى مخزنة في أجزاء أخرى من مساحة الذاكرة، لكنها ستكون مفصولة ومعزولة تمامًا عن المساحة الخاصة بك.

هناك عدة معايير ينبغي أخذها بالحسبان عند اختيار الخطة المناسبة لاستضافة الموقع، ومنها:

حجم ذاكرة الوصول العشوائي (RAM)

سرعة المعالج: إن كان الموقع يحتاج إلى إجراء الكثير من الحسابات من جهة الخادم

(backend)، فستحتاج إلى أن يكون المعالج سريعاً.

مساحة التخزين: إن كنت ستخزن الكثير من الملفات على الخادم، فينبغي أن تحرص على أن

تكون مساحة التخزين كافية.

عرض النطاق أو الباند ويث (Bandwidth): يمثل كمية البيانات التي يمكن تحميلها من الخادم

خلال مدة معينة، كلما كان الباند ويث أكبر، كانت سرعة تحميل صفحات الموقع وملفاته أكبر.

3. تحديد طريقة إنشاء الموقع

يمكن إنشاء موقع إلكتروني عبر العديد من الطرق، وقد أصبح ذلك في متناول الجميع فقد انخفضت تكلفة إنشاء موقع إلكتروني في السنوات الأخيرة بفضل ظهور منصات متخصصة في بناء المواقع، وانتشار منصات العمل الحر التي تربط بين أصحاب المشاريع ومبرمجي المواقع من كل أنحاء العالم.

هناك طريقتان أساسيتان لإنشاء موقع إلكتروني، ولكل منهما إيجابيات وسلبيات:

استخدام منصات بناء المواقع تمكّنك هذه المنصات من إنشاء موقع إلكتروني بسهولة وسرعة من أشهر هذه المنصات وورد بريس وWeebly وWebStarts هناك منصات أخرى متخصصة في بناء نوع معين من المواقع مثل: Big Commerce وSpotify التي تتخصص في بناء المتاجر الإلكترونية. تتميز هذه المنصات بالسهولة وعدم الحاجة إلى معرفة تقنية بالبرمجة، إذ أنّها تتكفل بكل الجوانب التقنية، وتوفر لوحة تحكم سهلة الاستخدام. ما يمكنك من خلالها إدارة الموقع، وتغيير القالب، وإضافة الصفحات وتعديل المحتوى وإدارة المستخدمين بسهولة.

ورغم أنّك لا تحتاج إلى معرفة تقنية لاستخدام هذه المنصات، إلا أنّ إنشاء موقع بمواصفات خاصة قد يتطلب معرفة جيدة بالبرمجة. لذا قد يكون عليك الاستعانة بمبرمج لتعديل الموقع وتخصيصه.

إنشاء موقع إلكتروني من الصفر:

يمكنك إنشاء موقع ويب من الصفر دون الاعتماد على منصات البناء الجاهزة، وقد أصبح هذا الأمر في المتناول في السنوات الأخيرة. إذ أصبحت منصات العمل الحر مثل منصة مستقل، تتيح إمكانية توظيف مطوري مواقع ذوي خبرة وكفاءة كبيرة مقابل مبالغ معقولة.

يتميز استخدام هذه الطريقة بأنك سيكون لك تحكم كامل في الموقع وفي وظائفه، كما أنّ الموقع سيكون أسرع عموماً لأنه سيكون مُحسّناً للاستخدام الذي تريده.

كما تعطيك حرية أكبر في تصميم موقع ذا مواصفات خاصة، على عكس منصات إنشاء المواقع الجاهزة، التي قد تفرض عليك تصميمًا أو مقارنة معينة في بناء الموقع وإدارته.

4. تأمين الموقع

ستخزن في موقعك الكثير من البيانات، سواء بيانات الشركة أو بيانات العملاء، وبعض تلك البيانات حساسة يتوقع عملاؤك أن تكون بياناتهم في مأمن، لذا ينبغي أن يتمتع الموقع بأعلى درجات الأمن والحماية. فأي ثغرة في الموقع قد يتسلل منها القراصنة، ويسرقون بياناتك وبيانات عملائك، وستكون لذلك تداعيات خطيرة على المشروع، وعلى سمعته بين الناس. هناك الكثير من المعايير الأمنية التي ينبغي الالتزام بها، من أهمها:

- شهادة SSL بروتوكول طبقة المقابس الآمنة :

هو بروتوكول أمني يشفر الاتصال بين الخادم والمتصفح، المواقع المزودة بشهادة SSL تبدأ عناوينها بـ HTTPS، أما المواقع غير المشفرة فتبدأ عناوينها بـ HTTP. ينبغي أن تحرص على الحصول على شهادة SSL، فهي ضرورية لنجاح الموقع، لأنها تحمي البيانات المنقولة بين العميل والخادم، وتمنع التعرض لها. كما أن محركات البحث، مثل جوجل، تُعدّ شهادة SSL عاملاً من عوامل تحديد الترتيب في صفحات النتائج.

لذا يساعد الحصول على هذه الشهادة على احتلال مراكز متقدمة في صفحات نتائج البحث. كما أن المتصفحات تميّز المواقع المشفرة وتوضح للزوار إن كانت آمنة أم لا عبر وضع رمز القفل بالقرب من عنوان الموقع إن كان يتوفر على شهادة SSL، فيما تضع جملة (غير آمن) في المواقع الأخرى وهذا قد ينقر الزوار والعملاء المحتملين ويعطي صورة سيئة عن شركتك، وسيكون لذلك تأثير كبير على المبيعات.

بروتوكول طبقة المقابس الآمنة بروتوكول طبقة المقابس الآمنة المخترقون لا يستهدفون بالضرورة الخادم، فأحياناً يستهدفون أصحاب المواقع. لذا، ينبغي أن يكون الحاسوب الذي تستخدمه لولوج لوحة التحكم الخاصة بالموقع آمناً، ثبت مضاداً قوياً للفيروسات، ولا تدخل إلى المواقع المشبوهة، ولا تفتح رسائل البريد الإلكتروني التي لا تعرف مصدرها ففي حال اختراق حاسوبك، سيصل القرصان إلى كل بياناتك، بما فيها اسم المستخدم وكلمة المرور

التي تستخدمها لدخول لوحة التحكم، أو الدخول إلى حساباتك المالية على باي بال وغيرها.

- **شراء إضافات أمنية :** إن كنت تستخدم نظامًا لإدارة المحتوى مثل وورد بريس، فينبغي أن تثبت إضافات أمنية لتأمين موقعك وسد الثغرات الممكنة.

- **النسخ الاحتياطي :** إن كنت تخزن بيانات مهمة، فمن الضروري أن تنشئ نسخًا احتياطية منها حتى تستعيدها في حال ضياعها. الكثير من شركات الاستضافة تقدم ميزة النسخ الاحتياطي كجزء من خدماتها. لذلك عليك قراءة بنود خطة الاستضافة التي اشتريتها، أو التواصل مع شركة الاستضافة للتحقق من أنهم يوفرون لك هذه الميزة، وإلا، فاطلب منهم إضافتها، وهذا قد يتطلب منك مصاريف إضافية.

- **الاستعانة بخبير :** إن أردت مزيدًا من الحماية والأمن لموقعك، فقد يكون الحل الأفضل هو الاستعانة بخبير في الأمن السيبراني لتفحص الموقع والبحث عن الثغرات الأمنية، أو الشيفرات الخبيثة التي يمكن أن تكون مدسوسة في شيفرة الموقع. يمكنك شراء خدمة الاختبارات التجريبية من منصة خمسات، والتي تتيح لك الحصول على خدمات خبراء في الأمن السيبراني مقابل مبلغ في المتناول.

5 . تصميم موقع جذاب

75% من الناس يقيمون مصداقية الشركة بناءً على تصميم موقعها الإلكتروني، وهذا أمر طبيعي إذ إن تصميم موقع الشركة هو أول ما يراه الزوار، وإن كان التصميم سيئًا وغير احترافي فسينظرون إلى الشركة على أنها مهملة، وغير موثوقة. بالمقابل إن وجدوا أن تصميم موقع الشركة جميل وجذاب، فهذا سيُشعرهم باحترافية أصحاب الموقع وعنايتهم به.

تصميم موقع الشركة هو أحد أهم عوامل نجاح الموقع، وأحد شروط تحسين تجربة المستخدم، إليك بعض النصائح التي ستساعدك على تصميم موقع جذاب واحترافي:

تصميم موقع بسيط: ظهرت في السنوات الأخيرة فلسفة جديدة في التصميم، هذه المقاربة تُسمى التبسيطية (minimalisme)، وهي مقاربة تتحرى البساطة عبر تصميم موقع بسيط، بدون بهرجة.

ينصح أنصار هذه المقاربة بتجنّب الإكثار من الصور والرسوم والفيديوهات والوسائط، فرغم

أهمية الوسائط والصور في جذب الزوار وإعطاء تصميم موقعك جمالية وجاذبية، إلا أنّها

يمكن أن تبطئ الموقع كثيرًا.

تصميم موقع متجاوب: احرص على أن يكون موقعك متجاوبًا مع الشاشات الصغيرة، فالكثير من زوار موقعك يستخدمون الهاتف. التصميم المتجاوب يعني أنّ موقعك سيظهر بصورة جيدة مهما كان حجم شاشة الجهاز الذي يستخدمه الزائر، سواء كانت شاشة هاتف صغيرة، أو شاشة حاسوب لوحي متوسطة، أو شاشة حاسوب كبيرة، في جميع الظروف ينبغي أن تظهر النصوص والصور والأزرار وخطاطة الموقع بشكل طبيعي وتصميم أنيق.

هندسة الموقع (web site architecture): قبل أن تبدأ حتى في تصميم موقع الشركة، ينبغي أن تحدّد هندسة الموقع، أي خطاطة الموقع العامة وبنيتها، والعناصر التي تساعد على تصفحه بسلاسة. إليك بعض النصائح التي ستساعدك على هندسة الموقع ورسم ملامحه العامة.

سهولة التصفح: ينبغي أن يكون الزائر قادرًا على الوصول إلى أيّ مكان في الموقع بسهولة ينبغي تصميم موقع الشركة بحيث تكون كل الخدمات التي قد يحتاجها الزائر في المتناول، عبر إنشاء قائمة تصفح تأخذ الزائر إلى صفحات الموقع المهمة مثل: صفحة الهبوط، و صفحة التسجيل، ومدونة الموقع.

محاكاة المواقع الناجحة: ليس عليك اختراع العجلة، استفد من منافسيك، خصوصًا الكبار منهم،

ادخل إلى مواقعهم، وحاول الاستلهام من تصاميمهم. مثلاً، إن كنت تريد تصميم موقع للتجارة

الإلكترونية، فإنّ أول موقع ينبغي أن تنتظر إليه هو عملاق التجارة الإلكترونية أمازون. رغم أنّ

هذا الموقع كبير جدًا، ويضم ملايين المنتجات، والكثير من الصفحات والخدمات، إلا أنّ تصميمه

يتبع هندسة عملية، تتيح للزائر العثور على أيّ شيء يريد، سواء كان خدمة أو منتجًا في وقت

قصير.

محاكاة المواقع الناجحة الجزء السفلي من صفحة أمازون، لاحظ كيف يضع قائمة بكل الخدمات التي يقدمها الموقع.

قاعدة 3 نقرات: إن كان موقعك كبيرًا جدًا، فقد يصعب عليك أن تضع روابط لكل الخدمات والمنتجات التي تقدمها. لذلك قد تكتفي بوضع الروابط الأساسية في رئيسية الموقع، وتوزع الروابط الفرعية في الصفحات الأخرى.

لكن تذكر هذه القاعدة المهمة عند تصميم موقع الشركة، ينبغي ألا يكون الزائر مضطراً لأن يضغط أكثر من 3 روابط (أو 4 عند الضرورة) لكي يصل إلى الصفحة التي يريدها، وإلا فإن كثيراً من الزوار لن يستطيعوا العثور عليها، وحتى من عثر عليها، قد ينسى كيف يعود إليها.

6. تجربة مستخدم سهلة وسلسة: تجربة المستخدم الجيدة يمكن أن ترفع معدل تحول العملاء بحوالي 400%، وأن كل دولار تنفقه لتحسين تجربة المستخدم سيعيد لك ما بين 2 إلى 100 دولار. يُقصد بتجربة المستخدم، التجربة التي يمر بها المستخدم عند تصفح موقعك، والإحساس أو الانطباع الذي يتولد لديه جراء ذلك، سواء كان سلبياً أو إيجابياً.

تشمل تجربة المستخدم كل ما يراه المستخدم أو يسمعه على الموقع، وتتأثر تجربة المستخدم بسهولة استخدام الموقع وجودة الخدمات التي يقدمها وسرعة تحميل الصفحات وجودة التصميم وكل ما يمكن أن يؤثر على المستخدم في أثناء تصفح الموقع. ينبغي مراعاة تحسين تجربة المستخدم عند إنشاء موقع الشركة، فينبغي أن يكون في ذهن مصمم الموقع أن تجربة المستخدم أولوية أساسية لا تقل أهمية عن أمن أو تصميم موقع الشركة. هذه بعض النصائح التي ستساعدك على تحسين تجربة المستخدم:

سرعة التحميل: تسريع تحميل صفحات الموقع ينبغي أن يكون أولوية عند إنشاء موقع الشركة.

فهما كان تصميم موقع الشركة جميلاً، فإن الزوار سيغادرونه إن كان بطيئاً، كما أن خوارزميات محركات البحث تأخذ سرعة تحميل المواقع بالحسبان عند ترتيب المواقع.

تقسيم النصوص الطويلة إلى فقرات قصيرة: تجنب الفقرات الطويلة، لأنها تجعل البحث في النصوص صعبًا.

اختر العناوين بعناية: ينبغي أن تقسم محتويات صفحات موقعك بشكلٍ منطقي، ضع عنوانًا مناسبًا لمحتوى الصفحة، ثم قسّم المحتوى إلى أفكار عامة، وضع كل فكرة عامة في فقرة، واعطها عنوانًا مناسبًا.

استخدام نقاط القوائم (Bullet points): إن كانت هناك أفكار فرعية مرتبطة بفقرة ما، فالأفضل أن تضعها في قائمة نقطية.

اختر الألوان والتنسيقات والخطوط بعناية: يمكن أن يكون للألوان والتنسيقات والخطوط تأثير كبير على تجربة المستخدم، لأنها تساعد على إضفاء جمالية على الموقع، وتساعد القارئ على تصفح المحتويات. فالناس مثلاً تعودوا على أن النصوص المكتوبة باللون الأزرق عبارة عن روابط، وأن النصوص المكتوبة بخط عريض أو التي تحتها سطر مهمة أكثر من غيرها. لذلك عليك ألا تستخدم اللون الأزرق في النصوص لغير الروابط، ولا تكثر من استخدام النصوص المغلظة حتى لا تربك القارئ. كما ينبغي تجنّب استخدام النصوص الصغيرة، ومراعاة ضعف البصر. ينصح بعض الخبراء أيضًا بتخصيص اللون الأخضر أو الأحمر لأزرار اتخاذ الإجراء، لأنهما لوان مميّزان، ويلفتان الانتباه. (الميداوي، 2020)

7-تسويق الموقع الإلكتروني

يجب التسويق للموقع الإلكتروني في حال رغب صاحبه بإشهاره وزيادة عدد زائريه، ومن الطُّرُق النافعة في ذلك اللجوء إلى تحسين محرّكات البحث (بالإنجليزية: SEO) ليتمكّن الأشخاص الذين يبحثون عن المنتجات أو الخدمات التي يُقدّمها الموقع الإلكتروني من إيجاده بسهولة من خلال محرّكات البحث. قد يضطرّ مصمّمو الموقع الإلكتروني إلى إجراء بعض التعديلات لدعم محرّكات البحث المختلفة، ومن الوسائل الأخرى لتسويق المواقع الإلكترونية البريد الإلكتروني، أو مواقع التواصل الاجتماعي، أو يمكن ذلك بمجرد الإعلان عنها بالوسائل المعروفة.

8- صيانة الموقع الإلكتروني :

يجب فحص الموقع الإلكتروني قبل نشره، وفحصه بعد ذلك بشكل مستمر؛ لضمان بقاءه يعمل بالشكل المطلوب، كما يمكن تحديثه ليواكب آخر المُستجَدَات، مثل: دعم الأجهزة الحديثة، بالإضافة إلى متصفّحات الويب المختلفة، كما تُقْضَل إضافة المزيد من المحتوى إلى الموقع باستمرار بما يتناسب مع جمهوره. (Matar، 2021)

المطلب الثاني: عوامل أساسية تؤثر في نجاح الموقع الإلكتروني

بالتأكيد الجميع يرغب في نجاح الموقع الإلكتروني الخاص به وفي أن يكون تصميم وجهته جيدة تبرز جهوده وأعماله وتساعد في زيادة المبيعات والتسويق وجذب المزيد من العملاء المستهدفين وسواء كنت تستخدم ميزانية كبيرة أو محدودة وإذا كنت تبذل قصارى جهدك لتتواجد على الانترنت فإن موقعك الإلكتروني القوي سوف يفتح الباب أمامك للحصول على العديد من الفرص لأعمالك حيث إن المواقع الإلكترونية والرقمية المميزة والمعدة جيدا سواء كانت للشركات الصغيرة أو الكبرى توفر لأي مستخدم تجربة رائعة وتصبح من أساسيات عملية التسويق والوجهة الأولى للمبيعات حيث إن المواقع الإلكترونية والرقمية المميزة والمعدة جيدا سواء كانت للشركات لذلك في هذا المقال سوف نعرض أفضل و أهم عوامل أساسية سوف تساعد في نجاح المواقع الالكترونية الخاص بك :

1. تحديد الأهداف :

عندما تقرر البدء في إنشاء مشروع والتجارة عبر الإنترنت سوف تحتاج في البداية إلى تحديد أهدافك والنظر إلى إمكانياتك والتعرف أكثر على عملائك من أجل إنشاء موقع أو متجر إلكتروني تجاري مميز وناجح حيث يمكن أن يساعدك الموقع الإلكتروني في جذب المزيد من العملاء المحتملين والتواصل معهم وبالتالي هذا يتطلب تحديد ما يريده الجمهور المستهدف وتقديمه لهم بطريقة مميزة تساعد على نجاحك لذلك يجب عليك تحديد أهدافك وأهداف مؤسستك لإنشاء موقع إلكتروني ناجح عبر الويب بطريقة سلسلة وإذا لم تحدد أهدافك فمن المحتمل أنتواجه بعض المشاكل ولن تكون قادر على تقديم منتج وتجربة جيدة لجمهورك المستهدف.

2. تحديد الميزانية بشكل صحيح :

يمكنك تحديد ميزانيتك بشكل صحيح والاستثمار في المشروع أو المتجر الخاص بك على الانترنت فهذا يعتبر عامل كبير جدا وذو أهمية قوية لنجاح أي موقع إلكتروني، هناك الكثير من العلامات التجارية التي تفرط في إنفاقها على موقعها الإلكتروني ولكن لا تحقق نتائج جيدة وعلى العكس من ذلك هناك من يخطط بشكل صحيح لميزانية وتكلفة موقعه الإلكتروني من أجل تحقيق تقدم كبير في مجال التسويق وينجح في ذلك لذلك عليك تحديد ميزانيتك بشكل معقول وصحيح بدون مبالغة لاتخاذ القرارات الصحيحة بالإضافة إلى ذلك حدد نظام إدارة المحتوى والتكنولوجيا التي سوف تعتمد عليها عند تحديد ميزانيتك وتعرف أيضا على القيود التي قد تواجهك حتى لا تضطر إلى البدء من جديد، لذلك تحديد ميزانية استثمارك مقدما والأشياء الإضافية التي قد تحتاجها مهمة للغاية لاتخاذ قرارات صحيحة تدعم الأعمال الخاصة بك.

3. كسب ثقة الجمهور :

أصبح هذا العامل هام جدا للغاية لذلك دائما كن واضحا في جميع ما تقدمه لجمهورك المستهدف واعرف ما الذي يشجعهم ويجذبهم إلى موقعك الإلكتروني وما هي الأشياء التي تبرع فيها وكيف يمكنك الاستفادة منها وركز دائما على دعم موقعك الإلكتروني بالروابط للمزيد من المصادقية وكسب الثقة وزيادة البيع ومن أمثلة ذلك إضافة صفحة "نبذة عنا" لأن جمهورك المستهدف يرغب دائما في معرفة من يتعامل معه وأنت لست مجرد سلعة وموقع افتراضي وقم بإضافة الأسماء والصور والفيديوهات إلى موقعك الإلكتروني فهذا يضيف الكثير من المصادقية له ويساعدك على تحديد ما ترغب في الوصول إليه.

4. استخدام قوالب مختلفة:

التميز والاختلاف هو الطريقة الأمثل والقوة المطلوبة لنجاح المشاريع والشركات الإلكترونية لذلك بإمكانك اختيار واستخدام قالب مميز ومختلف للموقع الإلكتروني الخاص بك وتخصيص الصور والأنماط التي تناسب علامتك التجارية فهذا يساعد على كسب المزيد من الثقة وجذب العملاء المحتملين وعندما تروي قصتك بطريقة إبداعية وتتميز في عوامل مثل السعر والجودة وخدمة العملاء فإنك تتميز عن بقية المواقع وتفعل ما هو مطلوب وترضي عملائك المحتملين.

5. التركيز على سهولة الاستخدام وتحسين تجربة المستخدم:

حقق لجمهورك تجربة رائعة على موقعك الإلكتروني التجاري وساعدهم على الوصول إلى المحتوى الذي يريدونه بسهولة إذا كنت تقدم فيديوهات مميزة فقم بتوجيه العملاء إلى صفحات هذه الفيديوهات بسهولة وإذا كان لديك خدمات ومنتجات متنوعة فتأكد من أن العملاء يمكنهم الوصول إلى الصفحة المطلوبة بأقل عدد ممكن من النقرات بالإضافة إلى توفير تنقل سهل في القوائم الرئيسية وتحسين التوافق مع الأجهزة المحمولة وسطح المكتب، وتذكر بأن المستخدم يرغب دائماً في الوصول إلى ما يريده بأبسط وأسرع طريقة ممكنة وهذا ما يريده الجميع.

6. تحسين محركات البحث:

لا تنسى تحسين محركات البحث فهذا شيئاً أساسياً لا غنى عنه لأي موقع إلكتروني ويعتبر أحد عناصر النجاح الهام وتعرف على كيفية توافق محركات البحث مع المحتوى الخاص بك وكيفية فهرسته وتأكد من تحسين جميع العوامل الأساسية داخل الموقع الإلكتروني وهناك العديد من الطرق التي سوف تساعدك على جعل هذا الأمر سهلاً لذلك يجب عليك معرفتها والعمل بها شيء آخر تتمتع محركات البحث بجوانبها التقنية العديدة عليك استغلال ذلك.

7. تحسين الصفحات المقصودة :

الصفحات المقصودة هي أدوات رائعة للحملات التسويقية والعمل والتخطيط الناجح لها لأي مواقع إلكترونية تؤدي ثمار رائعة حيث يتضمن ذلك إعلانات الدفع لكل نقرة (PPC) والحملات التسويقية عبر البريد الإلكتروني والجهود التسويقية الأخرى والمزيد يوجد نظام يساعدك على إنشاء صفحات مقصودة وتخصيصها بسرعة وهذا أمر بالغ الأهمية لنجاح حملتك التسويقية وتأكد من أن الموقع الإلكتروني الخاص بك ونظام إدارة المحتوى يمنحك التحكم الكامل وتحقيق الأهداف المطلوبة.

8. استخدام التحليلات :

أنت بحاجة للحصول على المعلومات الخاصة بالخصائص الديموغرافية الخاصة بعملائك وسلوكياتهم وغير ذلك وهذا يحتاج إلى إعداد سريع وخطوات منظمة للحصول عليها وهذا ما تقوم به Google Analytics لذلك أنت بحاجة إلى تثبيتها على

موقعك الإلكتروني وقم بتخصيصها وإعداد التقارير والتنبيهات التي تصل إليك أولاً بأول لمراقبة النتائج والوصول إلى الأهداف.

9. تأكد من أن الموقع الإلكتروني الخاص بك يعمل طوال الوقت :

من أول الأشياء التي يجب أن نحرص عليها بالتأكيد هو عملية تشغيل الموقع الإلكتروني ومع ذلك قد تلاحظ وجود بعض المشكلات مثل عدم عمل بعض الأزرار أو وجود خطأ خاص بالمتصفح أو عدم التوافق مع الهواتف المحمولة وبمجرد متابعة التحليلات ومتابعة البيانات الخاصة بالمبيعات قد تكتشف أن هناك شريحة من الجمهور المستهدف قد واجهته بعض المشاكل ويجب الانتباه إلى أن هناك بعض المستخدمين لا يقومون بالاتصال بك عندما تواجهه بعض المشاكل عند الشراء أو عندما لا يمكنهم الوصول إلى المحتوى الذي يريدونه فإنهم يغادرون فقط لذلك عليك التأكد من أن كل شيء يعمل والاهتمام دائماً بالمتابعة وحل المشاكل فور حدوثها.

10. تعلم باستمرار

عملية التحسين مستمرة والتعلم لا يتوقف وعملية محسنات محرك البحث هي عملية مستمرة تحتاج دائماً الضبط الدقيق والمتابعة لذلك كن مرناً في عملية إدارة الموقع الإلكتروني الخاص بك ولا تقف في مكاناً ثابتاً واجعل لموقعك الإلكتروني إدارة مختلفة ومنهج مميز. (farag، 2022)

المطلب الثالث: أسباب فشل المواقع الإلكترونية وطرق تجنبها

أسباب فشل المتاجر الإلكترونية

هناك الكثير من الأسباب لفشل مواقع التجارة الإلكترونية. لكننا قررنا جمع الأهم منها ومساعدتك على إدراك كيفية تجنب ارتكاب مثل هذه الأخطاء. وسنقوم بتقسيم أسباب فشل المتاجر الإلكترونية إلى العناصر الأساسية في التجارة الإلكترونية:

أولاً: مالك / مدير المتجر أول أسباب فشل المتاجر الإلكترونية الناشئة أول أسباب فشل المتاجر الإلكترونية الناشئة محتمل جداً أن يكون مالك المتجر الإلكتروني نفسه؛ لأنه هو محور المتجر بالكامل؛ فعليك تجنب الأخطاء التالية:

1 - سوء إدارة أموال الاستثمار

أحد الأسباب الأساسية لفشل معظم مواقع التجارة الإلكترونية هو سوء إدارة أموال الاستثمار

يمكن إنشاء متجر على الإنترنت من الألف إلى الياء ويعمل باستثمار قليل أو معدوم إذا تم بشكل صحيح ولكن قبل أن تبدأ في شراء أسماء النطاقات وخطط الاستضافة والبدء في بناء تجارتك، يجب عليك تخصيص الأموال بشكل كافٍ ومعرفة كل مصاريفك ومداخلك بشكل مسبق كمثال عن مصاريفك لموقع التجارة الإلكترونية:

- تطوير مواقع الويب (الاستضافة وWordPress والمكونات الإضافية وما إلى ذلك).

- استراتيجية المحتوى وتحسين محركات البحث (SEO).

- التسويق الرقمي (ووسائل التواصل الاجتماعي).

- شراء المنتجات.

مع الأخذ في الاعتبار معرفتك الحالية بهذه المصاريف، يجب عليك تخصيص أموال الاستثمار الخاصة بك بشكل مناسب لكل باب منها. أيضًا، لا تستخدم كل رأس المال منذ البداية.

2 - الثقة الزائدة بالنفس

الثقة الزائدة بالنفس هي أحد أسباب فشل المتاجر الإلكترونية الشائعة؛ بحيث يكون لدى مالك المتجر قناعة ضارة بأنه يمكنه أن يفعل كل شيء بنفسه لا حرج في التعامل مع الأمور بمفرده، ويجب أن تكون قادرًا على مراجعة معلوماتك وتخصيص أي وقت إضافي تحتاجه بشكل مناسب في تعلم المهارات الجديدة التي تحتاجها ولكن، إذا كانت هذه هي المرة الأولى التي تختبر فيها قدرة جديدة، فاستعد لمزيد من التحديات التي قد تظهر ومع أنه ليست هناك حاجة دائمًا إلى الاستعانة بالخبراء، ولكنها بلا شك يمكن أن تساعدك في بدء جوانب من عملك ويمكن أن تجنبك العديد من الأخطاء والخسائر في الوقت والمال غير الضروريين أو بمعنى آخر: لا تعد اختراع العجلة.

3 - التوقعات الخاطئة

التوقعات الخاطئة أحد أسباب فشل المتاجر الإلكترونية الناشئة؛ فعلى سبيل المثال قامت شركات مثل وورد بريس بالتعاون مع ووك ومرس بتخفيض تكلفة إطلاق موقع للتجارة الإلكترونية بشكل كبير وأصبح الحصول على المنتجات للبيع على هذه المواقع أرخص أيضًا. أدى هذا إلى اعتقاد العديد من الناس بأنهم إذا أنشأوا للتو متجرًا عبر الإنترنت، فسيظهر الناس ويقومون بشراء منتجاتهم وزاد من هذا الاعتقاد الخاطئ،

الادعاءات الكثيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، الذين يسوقون إلى قنوتهم أو دوراتهم التعليمية بأن التجارة الإلكترونية هي الحل السحري للشراء السريع.

إن شركات التجارة الإلكترونية بحاجة إلى الكثير من العمل والتركيز على اكتساب رضى العملاء، وتطوير ونشر المحتوى، والمعرفة بالتسويق وخدمة العملاء... والعديد من المهام الأخرى والاستمرار في التعلم والعمل بجدية أمر أساسي لتجنب فشل المتجر

ثانيًا: المنتج قد يكون من أسباب فشل المتاجر الإلكترونية:

المنتج قد يكون من أسباب فشل المتاجر الإلكترونية نعم، قد يكون المنتج نفسه هو أحد أسباب فشل المتاجر الإلكترونية:

- الاختيار الخاطيء للمنتجات

أحد الأسباب الرئيسية لفشل مواقع الويب هو فشل المنتج. إذا كنت تباع منتجًا لا يريده أحد، فأنت في موقف صعب منذ البداية. هذا هو القرار الأكبر للجميع عند بدء متجر على الإنترنت ماذا يجب أن تباع؟

المنتجات أيضا لها مراحل عمرية مختلفة، من الإنشاء الى النمو والازدهار، ثم التشبع في السوق، وأخيرا التراجع والفناء، كمثال: أجهزة DVD، أيفون 4، أقمصه كريستيانو رونالدو... الخ.

لذلك، تأكد من رغبة المستخدمين عبر الإنترنت في شراء المنتجات التي تريد بيعها على متجرك.

واعرف بالضبط ما هي المرحلة العمرية لهذه المنتجات حاليا، وابتعد عن المنتجات المشبعة في السوق والمترجمة.

- لا يوجد قيمة إضافية فيما تقدمه

كن فريدا شيء ما يجب أن يجعل شركتك مختلفة. إذا كنت لا تستطيع التفكير في سبب يدفع شخصا ما إليك بدلاً من المنافس، فلن يتمكن زوارك من ذلك أيضًا، وستكون في اتجاه نحو تحقيق أحد أشهر أسباب فشل المتاجر الإلكترونية وهي تقديم منتجات بدون قيمة إضافية أو غير قادرة على المنافسة.

أنت تحصل على المال مقابل القيمة التي تضيفها لزيائتك من خلال منتجاتك وخدماتك، وكل ما كانت القيمة المضافة أعلى من السعر، كلما تحصلت على المزيد من المبيعات أيضاً تقديم حل يعني إمكانية أكبر للمبيعات. راقب المشاكل الشائعة

- عدم التركيز على المنتج

أحد أكبر أسباب عدم نجاح شركة التجارة الإلكترونية هو الانتقال إلى استراتيجية المنتج. يبدو أن معظم المتاجر عبر الإنترنت هي أسواق لكل شيء. غالباً ما يتم إغرائهم بتحصيل متجرهم عبر الإنترنت بأكبر عدد ممكن من أنواع المنتجات.

يكون لديك أقسام للإلكترونيات والملابس ومستحضرات التجميل والأطعمة كلها على موقع ويب واحد! هذه ليست إستراتيجية مركزة، والمتاجر الوحيدة التي نجحت في هذا النهج هي عادة تلك التي كانت رائدة فيها.

بيع كل شيء وأي شيء سيجعلك تبدو غير مركّز كشركة. ويجعل المتجر يبدو غير جدير بالثقة في نظر المستهلك. يؤدي القيام بذلك إلى ترك المتاجر بدون هوية يمكن للعملاء الارتباط بها.

- تكلفة الشحن مرتفعة للغاية

الشحن يصعب دفع ثمنه. من يريد شراء سلعة بقيمة 35 دولارًا بتكلفة 20 دولارًا لشحنها؟ حتى لو كان 35 دولارًا سعرًا رائعًا، يبدو أنك تدفع 20 دولارًا أخرى مقابل لا شيء. ابذل قصارى جهدك لخفض أسعار الشحن وتقديم شحن مجاني قدر الإمكان. ستبيع أكثر بكثير. (حسن، 2021)

-عدم وجود خطة تسويقية صلبة

إذا كنت لا تمتلك خطة تسويقية ولا تعرف أين أنت حالياً ولا إلى أين ستذهب فكيف سيعلم العميل أنك هنا؟؟

قم برسم خريطةك التسويقية وحدد المصادر التي ستسوق بها لمنتجاتك ولموقع التجارة الإلكترونية الخاص بك وحدد الموارد والمبلغ الذي ستقوم بدفعه في الحملات التسويقية ربما لن تجد نتائج قوية من المرة الأولى لكن عليك اعتبار أن مشروعك نبتة تقوم بسقيها بالماء فأستمر في العطاء لتجني ثمار تمويلك للقنوات التسويقية لكي ينتشر موقعك وينطلق بشكل كبير وسط العملاء.

- عدم وجود ترتيب لموقع التجارة الإلكترونية الخاص بك على محركات البحث

يجب أن تكون خطتك لضبط محركات البحث أو ما يعرف ب seArchengine الفكرة الرئيسية من هذه الخطوة أن تتواجد في أعلى نتائج البحث عندما يبحث رواد الإنترنت بكلمة لها علاقة بعملك، وهذه الخطوة هي من أهم الخطوات التي ستؤدي إلى زيادة مبيعاتك وزيادة شهرة موقعك.

-التنظيم السليم لموقع التجارة الإلكترونية

عليك أن تتجنب هذا الأمر، وتعمل على تصميم أقسام لمنتجاتك وفق معايير واضحة، وأن تتجنب جعل كل المنتجات مع بعضها البعض دون تقسيم، وذلك من أجل جعل الزائر يعرف جيداً إلى أين هو ذاهب داخل موقعك وإعطائه شعوراً بأن كل شيء سهل...مريح...سريع عليك تجنب أن تقع في مثل هذه الهفوات ولقد وضحنا لك كيف تتجنبها حاول دائماً الوصول لأفضل نتيجة ممكنة لموقع التجارة الإلكترونية الذي تمتلكه. (محمد، 2020)

خلاصة الفصل:

إن نجاح التجارة الإلكترونية مرتبط بتحقيق مبادئ أساسية ومتطلبات لازمة لإقامتها، كما أن استخدام أجهزة الكمبيوتر والانترنت وعرض السلع والخدمات عبر مواقع إلكترونية واتساع الحدود الإقليمية لتصبح عالمية أدى الانتشار المذهل في استخدام التجارة الإلكترونية إلى تبسيط وتسريع المدفوعات مما أدى إلى اتساع رقعتها وتطور استعمال وسائل الدفع الإلكترونية للزبائن والبنوك.

الفصل الثالث:

تطور مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

مقدمة:

ان التطورات التي حصلت في العالم في غضون السنوات السابقة من ظهور للتكنولوجيا والعلومة أدت الى تطور جل مجالات الحياة ومن أكثر المجالات تأثرا بهته التطورات هو المجال الاقتصادي، اذ ساهمت ثورة التكنولوجيا في تعظيم حجم الإنتاج وحجم المعاملات وانفتاح الأسواق الحلية والدولية اذ لم تعد الشركات تقتصر على تسويق المنتجات والخدمات في منطقة جغرافية واحدة وبطرق تقليدية، بل تجاوز ذلك حدود الدول من خلال وسائل مختلفة ومن أهمها التجارة الالكترونية.

وقد اصبحت التجارة الالكترونية السائدة في عالم اليوم أساس المعاملات التجارية، فقد ساهمت في تقليص هذا العالم وجعله قرية صغيرة وسوقا واحدا، تكافئ فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات باختلاف احجامها وأنواعها لاقتحام الاسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل سهولة متجاوزين بذلك كل الحدود.

و الجزائر ليست بمعزل عن هذه التطورات اذ تسعى هي أيضا الى السير نحو الرقمنة و التطور في المجال التكنولوجي، و يتجلى ذلك من خلال الجهود المبذولة من طرف الدولة الى تحسين جودة خدمات الانترنت و دعم التجارة الالكترونية من خلال اطلاق وسائل الدفع الالكترونية و تسهيل الخدمات المقدمة، إضافة الى ذلك ظهور مواقع التجارة الالكترونية التي تسعى خلق المنافسة بين الشركات من خلال ترويج السلع و الخدمات الكترونيا الا ان اعتمادها مازال في مراحله الأولى و لم يرقى بعد الى المستوى المطلوب الذي يواكب الدول الغربية رغم وجود مواقع تجارة الكترونية عديدة و هناك من تجاوزت مدة بداية نشاطها العشر سنوات .

ومن خلال هذا الفصل سنحاول اسقاط الدراسة النظرية تطبيقيا فقننا بإسقاط الدراسة على أرض الواقع وذلك بتحليل واقع مواقع التجارة الإلكترونية التي تشهد اقبالا كبيرا في الجزائر وتحليل ظهور ونشأة وتطور شبكة الانترنت في الجزائر على مدار الخمس سنوات الاخيرة.

منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على إشكالية بحثنا واختبار صحة الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي لأجل وصف البيانات المجمعة و المتعلقة بالدراسة ، و اعتمدنا على التحليل بهدف تحليل مختلف المعطيات والبيانات المتعلقة بالدراسة، و التي تم جمعها من المواقع الإخبارية و مواقع التجارة الالكترونية نفسها إضافة الى المذكرات و الاطروحات و المقالات ،و من اجل الإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي ، فيكون وصفا عند التعرض

الى المفاهيم النظرية بالتجارة الالكترونية وتقييم وضعها في الجزائر وتحليل لنتائج الدراسات والابحاث التي تعرضت لهذا الموضوع ، كما استعنا ايضا بالمنهج الاحصائي من اجل استعراض وترجمة بعض الاحصائيات المتعلقة بالدراسة .

هيكل الدراسة:

من اجل اعطاء الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل وتسايط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه خاصة بسبب أهميته الكبيرة مؤخرا اذ تلعب مواقع التجارة الالكترونية دورا كبيرا في تسهيل المعاملات التجارية سواء كانت محلية او دولية، ولنتمكن من بلورة رؤية واضحة مساعدة على تجاوز الاشكالية باقتراح حلول موضوعية وواقعية قمنا بتقسيم بالفصل الى مبحثين كالتالي:

المبحث الأول: البنية التحتية للإنترنت في الجزائر من خلال التطرق الى نشأة وتطور الإنترنت في الجزائر والوقوف على احصائيات المتعلقة بالشبكة في الجزائر على مدار الخمس سنوات الأخيرة من عدد مستخدمي الشبكة وتطور سرعة تدفق الإنترنت وترتيب الجزائر عالميا من حيث جودة الإنترنت.

المبحث الثاني: تضمن عرض لأهم مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية من خلال الاطلاع على المواقع الرسمية لها والاخبار التي تم تداولها عنها في الجرائد والصحف والمجلات والدراسات والمقالات العلمية وحتى المواقع الإخبارية التي تنشر احصائيات هاته المواقع وكل ما يتعلق بها.

المبحث الأول: البنية التحتية للإنترنت في الجزائر:

ان التجارة الإلكترونية مرتبطة بما توفره الدولة للمؤسسات، سواء تلك التابعة للقطاع العام أو تلك التابعة للقطاع الخاص، وبما توفره أيضا من بنى تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الإلكترونية على أحسن وجه.

1- ظهور شبكة الإنترنت في الجزائر

دخلت خدمة الإنترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (Cerist) وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، (مليكه، 2004-2005 ، صفحة

وعرفت الجزائر منذ سنة 1994 تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الإنترنت، ففي نفس السنة، كانت الجزائر مرتبطة بالإنترنت عن طريق إيطاليا، تقدر سرعة الارتباط بـ 9600 حرف ثنائي ko 6,9 وهي سرعة جد ضعيفة، وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو، بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا، تسمى بـ (RINAF)، وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا.

و في سنة 1996، وصلت سرعة الخط إلى 64 ألف حرف في الثانية، يمر عن طريق العاصمة الفرنسية باريس وتم في نهاية 1998 ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدرة 1 ميغابايت في الثانية (Mega Bytes)، وفي شهر مارس 1999، أصبحت قدرة الإنترنت في الجزائر بقوة 2 ميغابايت في الثانية، وتم إنشاء 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن (الجزائر، العاصمة، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان...) والمربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر العاصمة. (بختي، 2002، ، صفحة 31)

وقد قدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996 أي بعد سنتين من دخول الإنترنت إلى الجزائر 130 هيئة، وفي سنة 1999، قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي و150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة أي 1999، كان لمركز البحث في الأعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك. (بختي، 2002، ، صفحة 31)

في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 لعام 1998 الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الإنترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، حيث أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات.

وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000.

إن استعمال الانترنت في الجزائر كان بداية على يد Gerist الذي يعد المزود الرئيسي للمستفيدين من خدمات الانترنت لقدرته على استيعاب أهم ما يدور حول الشبكة، وكانت انطلاقة استعمال الخدمة في 1993م وذلك باعتماد خط هاتفي ، وفي 1994م تم ربط الجزائر بخط متخصص عن طريق إيطاليا ،وفي 1995م فتحت الشبكة لفائدة الباحثين ، ثم فتح أول مصلحة للاشتراك سنة 1995م للأشخاص المعنويين وبالتعامل مع مصالح البريد والمواصلات ثم تدعيم الشبكة

بخطين هاتفيين سنة، وفي 1998م تم الربط الجزائر بواشنطن عن طريق السائل الأمريكي (MAA)، وخلال سنة 1999/2000م ارتبط المركز بالشبكة عن طريق اقمر الصناعي الرابط بالولايات المتحدة الأمريكية ونشر خدمة الانترنت على المستوى الوطني تم ربط Gerist المزود الوحيد للاتصال بمواقع جهوية مختلفة مهمتها تزويد الاتصال بالانترنت والاستشارة التقنية بهدف تمكين أكبر عدد بمستعملي الاتصال بالشبكة ونظرا لأهمية الوسيلة ظهر متعاملون خواص في هذا المجال مثل مؤسسة خدمات الحاسوب العامة Gecos ومقاهي الانترنت Cyber café والى غاية 1999 ظل Gersit المزود الوحيد للاتصال بشبكة الانترنت بغض النظر عن المؤسسات التي استفادت من خطوط اتصال متخصصة من قبل المركز.

(مليكه، الإتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال، 2004-2005، صفحة 10)

عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018

يتزايد عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر يوما بعد يوم بسبب الدور الكبير لشبكة الانترنت في تسهيل الحياة اليومية للمواطنين اذ اصبحت الركيزة الأساسية التي يقوم عليها أي قطاع وإضافة الى جهود الدولة الجزائرية في رقمته جل القطاعات والتحول نحو التكنولوجيا الحديثة من اجل مواكبة التطورات الحاصلة في العالم خصوصا في ظل العولمة وفيما يلي عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:

عرض لبعض احصائيات الجزائر المتعلقة بشبكة الانترنت

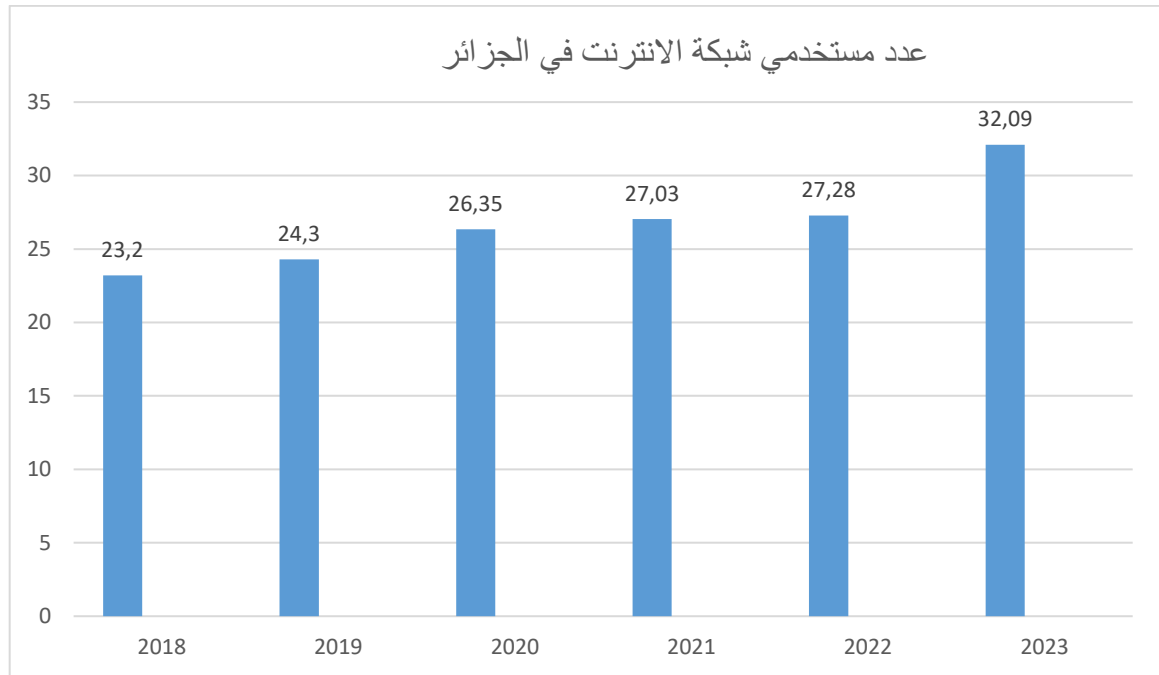
عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر:

الجدول رقم 1 يوضح عدد مستخدمي شبكة الانترنت بالجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022	2023
عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر	23,2	24,3	26,35	27,03	27,28	32,09
مليون	مليون	مليون	مليون	مليون	مليون	مليون
نسمة	نسمة	نسمة	نسمة	نسمة	نسمة	نسمة

المصدر: موقع statistique العالمي للإحصائيات تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/27 على 23:45

الشكل رقم 1 يوضح عدد مستخدمي شبكة الانترنت بالجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:



التعليق:

من خلال الجدول و الشكل السابقين نلاحظ ان عدد مستخدمي شبكة الانترنت في تزايد مستمر و هذا يعد امرا منطقيا بسبب جهود الدولة الجزائرية في التحول نحو الرقمنة ،حيث توضح الاحصائيات ان عدد مستخدمي شبكة الانترنت سنة 2018 بلغ 23,2 مليون نسمة و ارتفع في السنة الموالية ليلبلغ العدد 24,3 مليون نسمة بنسبة تغير طفيفة قدرت بـ 4,74% اما في سنة 2020 فبلغ العدد 26,36 مليون نسمة بنسبة تغير مقارنة بسنة 2019 قدرت بـ 8,43% و استمرت نسبة التغير في الارتفاع من سنة الى أخرى حيث بلغت نسبة التغير الكلية ما بين سنة 2018 الى سنة 2023 بـ 38,31% و هي نسبة كبيرة و تبين الاقبال الكبير من طرف المجتمع الجزائري على شبكة الانترنت ويعكس التطور المستمر في استخدام التكنولوجيا في الجزائر .

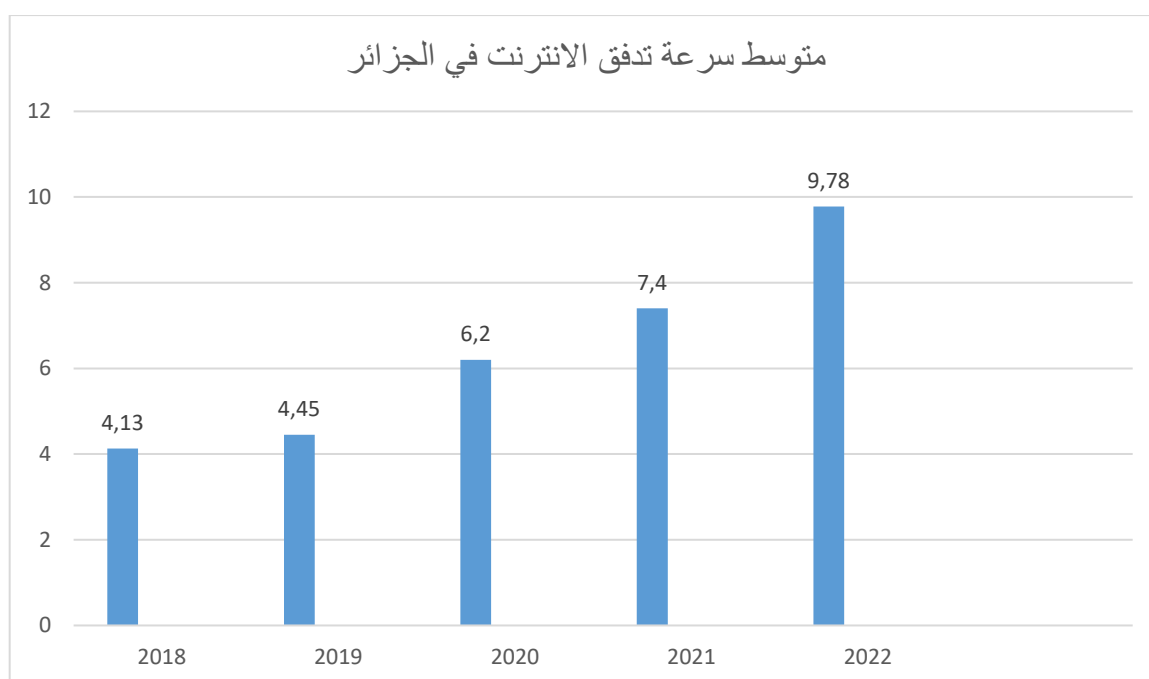
متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:

الجدول رقم 2 يبين متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022	2023
متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر	4,13	4,57	6,2	7,4	9,78	11,01
	ميجابايت	ميجابايت	ميجابايت	ميجابايت	ميجابايت	ميجابايت

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على موقع Speedtest.net تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28 على 12:30

الشكل رقم 2 يبين متوسط سرعة تدفق الانترنت في الجزائر منذ سنة 2018 الى سنة 2023:



المصدر: من اعداد الباحث من مخرجات برنامج المجدول Excel بالاعتماد على موقع Speedtest.net تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28 على 12:30

التعليق:

من خلال الجدول و الشكل السابقين نلاحظ ان سرعة تدفق الانترنت في اتجاه تصاعدي دوما و هذا شيء طبيعي بسبب التطور الحاصل في العالم بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص اذ سعت الجزائر في السنوات القليلة الماضية الى تطوير و الاهتمام بالرفع من جودة

خدمة الانترنت بحيث عاد ملف سرعة تدفق الإنترنت ليشكل أحد أهم محاور اجتماعات مجلس الوزراء، خاصة بعد التوصيات التي قدمها الرئيس الجزائري الى مسؤولي قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، إلى إيجاد حل فوري لمشكلات الشبكة في الجزائر، و من خلال البيانات السابقة نلاحظ ان تطور سرعة الانترنت ينمو بوتيرة بطيئة جدا و يعود السبب الى ضعف البنية التحتية للإنترنت في الجزائر الى حين الالتزام بتعليمات رئاسة الدولة التي اوصت بضرورة إضافة كوابل بحرية أخرى للاتصال بالإنترنت، إلى جانب تطوير الكوابل المستخدمة حاليا والذي يزيد من سرعة الانترنت لا محالة .

ترتيب الجزائر من حيث سرعة وجودة شبكة الانترنت

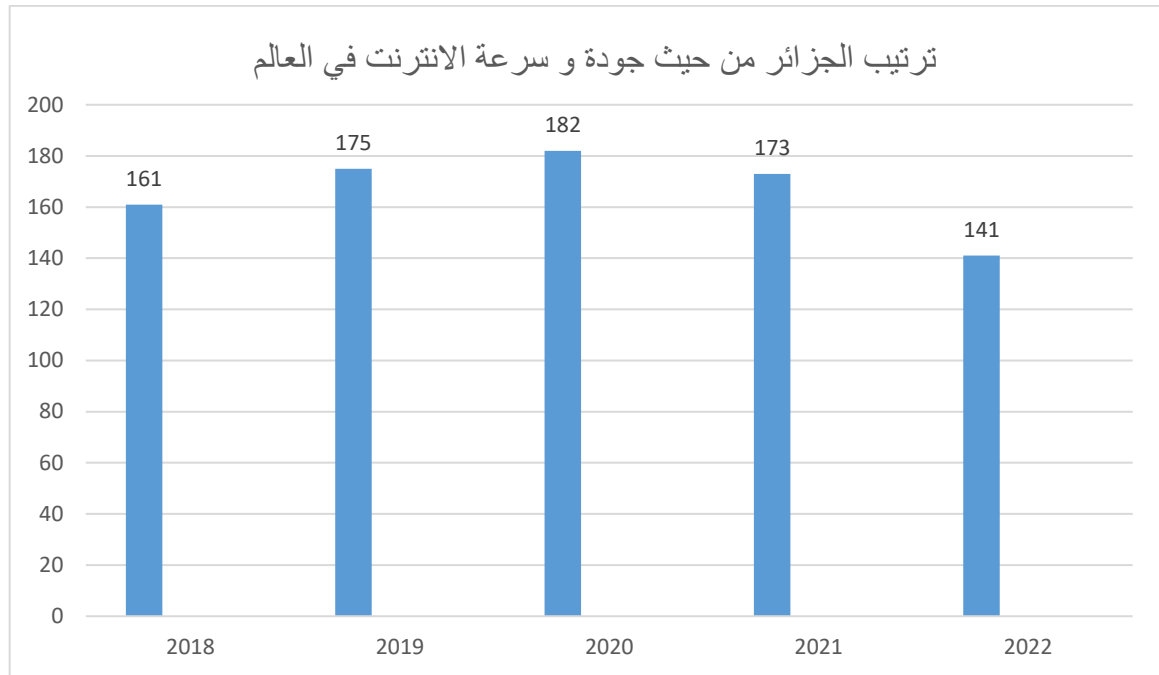
الشكل رقم 3 يبين ترتيب الجزائر من حيث سرعة وجودة شبكة الانترنت منذ سنة 2018

الى سنة 2023:

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
ترتيب الجزائر من حيث جودة وسرعة الانترنت في العالم	161 عالميا	175 عالميا	182 عالميا	173 عالميا	141 عالميا

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على موقع وكالة الانباء الجزائرية aps.DZ تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28 على

13:56



المصدر: من اعداد الباحث من مخرجات برنامج المجدول Excel بالاعتماد على موقع وكالة الانباء الجزائرية [aps.DZ](https://www.aps.dz) تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28 على 13:56

التعليق:

من خلال الجدول و الشكل السابقين نلاحظ ان هناك تذبذب في ترتيب الجزائر عالميا من ناحية جودة و سرعة شبكة الانترنت اذ حصدت في سنة 2018 مرتبة محتشمة جدا حيث صنفت في المرتبة 161 و هي مرتبة تدل على البطيء الكبير للشبكة و استمر تدهور ترتيب الجزائر على مر الثلاث سنوات التالية حيث حققت المرتبة 175 و 182 على التوالي اذ صنفت في تلك الفترة من اضعف البنى التحتية لشبكة الانترنت مقارنة بالدول الأخرى بل و حتى في الوطن العربي صنفت الجزائر في مراتب متأخرة جدا حيث و تجاوزتها دول تشهد حروبا و مراحل انتقالية كسوريا و ليبيا و السودان وفي سنة 2022 قفزت الجزائر الى المرتبة 141 عالميا وهي أفضل مرتبة تحققتها الجزائر في تاريخها وحصدت المرتبة 13 عربيا لتتجاوز بذلك كل من ليبيا وسوريا والسودان واليمن ويعود سبب هذا التقدم المتواضع الى الاهتمام الجزائري مؤخرا بشبكة الانترنت والاتصالات السلكية واللاسلكية في إطار التحول نحو الرقمنة.

المبحث الثاني: مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

ان النمو العالمي الهائل للمواقع التي ترسي مفهوم التجارة الالكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية وحتى الأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الأنترنت لعقد الصفقات الالكترونية ، و هو ما انعكس على نمو عدد ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية . وتضاعفت اعداد المواقع الالكترونية المختصة في البيع عبر الأنترنت خلال السنوات الأخيرة في الجزائر خصوصا بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث (3G) في 2014 و الجيل الرابع (4G) في 2016 إضافة إلى إصدار قانون مؤخر يوطر هذه السوق التي تجذب المواطنين أكثر فأكثر نحو هذا النمط من المعاملات واثّر هذا التحول و التطور الذي مس التكنولوجيا الرقمية في الجزائر على العديد من القطاعات لاسيما قطاع التجارة الذي شهد منذ بداية سنة 2010 انتشارا واسعا لمواقع البيع عبر الانترنت و اقبالا كبيرا . (موقع وكالة الانباء الجزائرية aps.DZ ، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28) واصدرت الجزائر القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية شهر أبريل 2018 الذي طالما انتظره المهتمون بالقطاع، وتضمن القانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية في مادته الأولى «يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات».

وحدد القانون في ماته الثانية نطاق تطبيق القانون حيث تضمنت المادة الثانية من نفس القانون: "يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني: متمتعاً بالجنسية الجزائرية، أو مقيماً إقامة شرعية في الجزائر، أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر .

(موقع وكالة الانباء الجزائرية aps.DZ ، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28)

إذ أطر هذا القانون الجديد السوق من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين، ويحدد القانون الذي يقيد شروط ممارسة نشاط التجارة الالكترونية بالتسجيل في السجل التجاري، والمعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الجبائي، العنوان، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، الضمان التجاري ...). كما يمر طلب المنتج أو الخدمة عبر ثلاثة مراحل إجبارية وهي: ضمان الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني والتحقق من تفاصيل الطلبية من قبل هذا الأخير وكذا التأكيد على الطلبية الذي يؤدي إلى إعداد العقد.

وعلى الرغم من ذلك إلا أن فاعلي هذا الميدان لم ينتظروا حتى صدور هذه القوانين والاجراءات من أجل غزو الأنترنت إذ باشروا منذ بداية 2010 إنشاء مواقع للبيع على الأنترنت معتبرين هذا

المجال الجديد سوقا "مرحة". كما بدأ هذا القطاع يتسم بشكل تدريجي بالاحترافية بدفع من مقاولين راهنوا منذ البداية على نمو سريع لهذه السوق الجديدة بعد أن تم رفع كل العوائق التكنولوجية والتشريعية.

وقد تم في هذا الصدد إنشاء مواقع لبيع مختلف المنتجات عبر الانترنت بدءا من الأغذية والألبسة والفن والديكور إلى الأدوات الكهرو منزلية والإلكترونية والخدمات ، وللإشارة فإن موقع البيع على الخط هو متجر افتراضي تكون المعاملات فيه مضمونة حسب مواقع الإعلان مثل واد كنيس وغيره، وتجري فيه المعاملات بين المواطنين، أو بين المواطن و المتجر ، عن طريق الهاتف من اجل بيع او شراء منتجات او عقارات و حتى السيارات ، حيث تحولت المواقع الالكترونية مثل : واد كنيس ، سوق الجزائر المفتوح ، جوميا الجزائر ، قيديني ، زوالي ، اشر يلي ديزاد بوم ، شو بينغ أون لاين دي زاد ، هايلة ، وغيرها من المواقع و من اهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر ما يلي: (سعدة، 2020، صفحة 63)

1-موقع واد كنيس ouedkniss:

هو موقع إلكتروني جزائري تسويقي يجمع الاف الجزائريين ويفتح لهم المجال لشراء وبيع المنتجات وتقديم الخدمات في فروع ومجالات عديدة.

يعد عميد مواقع التجارة الالكترونية عبر الانترنت في الجزائر فقد أسس سنة 2006 ويهتم بوضع الإعلانات التجارية فهو يعتبر رابط حقيقي بين أصحاب الإعلانات الصغيرة والراغبين في بيع وشراء أو مبادلة مختلف المنتجات ويحقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه إذ استقطب حوالي 3,8 مليون زائر خلال شهر أوت 2010.

و هو أشهر المواقع للبيع والشراء في الجزائر، أسسه مجموعة من الشباب الجامعيين سنة 2006 و هم: " هشام سودة، أمين بن موفق، مهدي مؤنس بوزيد، وجميل الدين ديب"، و يعود الهامهم بالفكرة الى سببين اساسيين اولا السوق الشعبية الموازية ببلدية القبة بحسين داي حيث واد كنيس يطلق على سوق عريق مختص في بيع السلع و التحف القديمة بالجزائر العاصمة التي كان تجارها يتعرضون لمطارادات و مضايقات يومية من قبل الشرطة و ذلك لعدم قانونية عملهم التجاري فقرروا الاصدقاء الخمسة انشاء سوق شبيهة لهذه السوق عبر شبكة الانترنت وكان كل واحد من هؤلاء الشباب يساهمون على تشغيل الموقع و تطويره من خلال الانترنت كل في بيته ببلدية القبة و حسب تصريح أحد مؤسسي هذا الموقع فانه يرى بان انتشار الانترنت الفائقة السرعة و انتشار استخدامها ساعد بشكل كبير على تطوير هذا الموقع و زيادة عدد زواره ، (حدكحيل، 2014، صفحة 103)

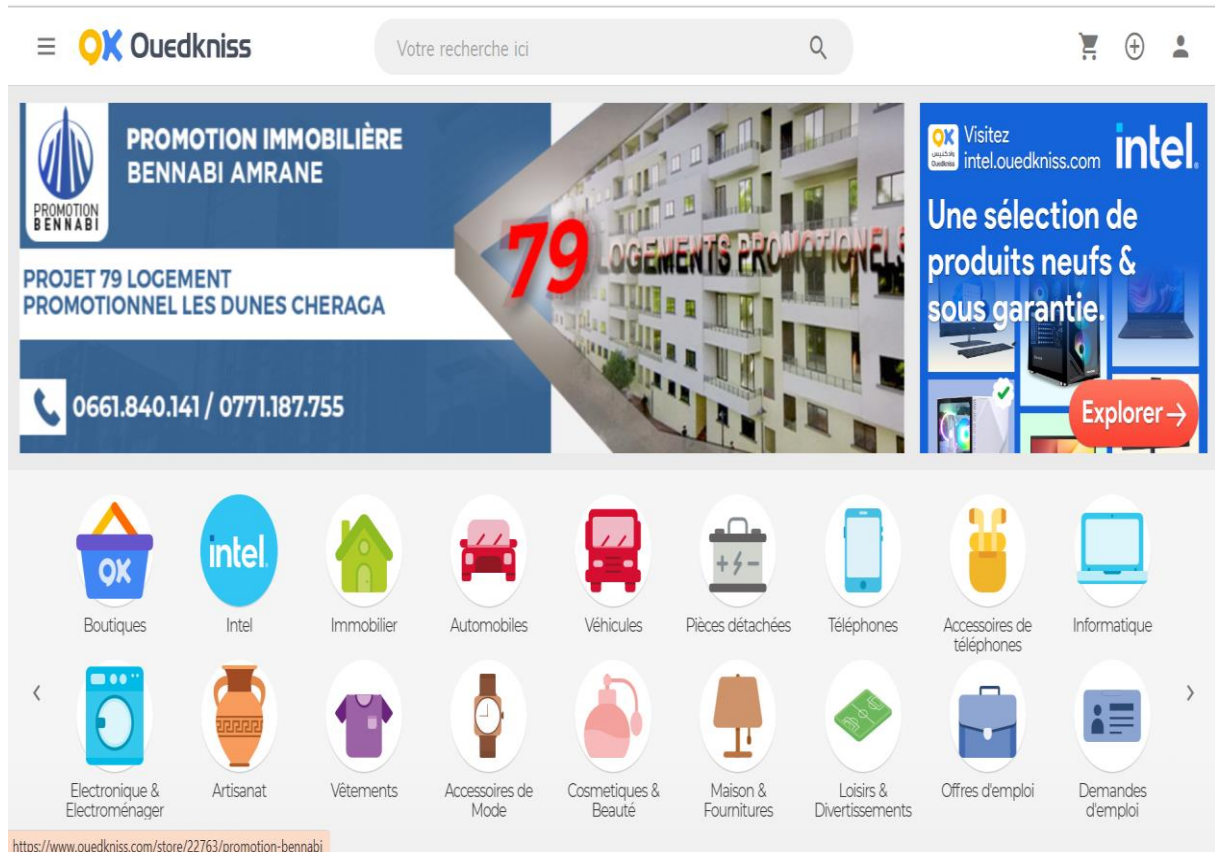
والسبب الثاني هو تطلعات الشباب الخمسة آنذاك لتطورات الساحة الإلكترونية و رقمنة الخدمات ليقوم الموقع على مبدأ الجمع بين البائع والمشتري في مكان واحد وتوفير العديد من الخدمات كالعقارات بيع وكراء السيارات الأثاث و السلع المنزلية إعلانات التوظيف و البحث عن العمل السفر ... إلخ (بومجو، 2020، صفحة 95)

و ينشر هذا الموقع الالكتروني العديد من الإعلانات المبوبة المجانية الموضوعة من طرف منظمات أو تجار أو هواة موجهة للراغبين في الحصول على سلعة أو خدمة ما أو بيع ما يملكونه، وبات العديد من الجزائريين يلجئون إلى موقع وادي كنيس كوم عبر شبكة الانترنت الذي أخذ اسم سوق الأثاث والخردوات المتواجدة ببلدية حسين داي بالعاصمة للبحث عن آخر العروض الجديدة والمتوفرة التي تلبي متطلباتهم وأذواقهم، فبمجرد النقر على هذا الموقع الالكتروني تظهر سلسلة من العناوين التي تخص كل شرائح المجتمع سواء المتعلقة بشراء أو بيع منازل وعقارات وكراء شقق أو عروض لسيارات مستعملة، وكذا عتاد الإعلام الآلي والأجهزة المتعددة الوسائط إضافة إلى عروض العمل وحتى الإعلانات الخاصة بالموضة والتجميل وغيرها، ولم تتزعزع شعبية هذا الموقع رغم استحداث مواقع شبيهة به. (دادو، صفحة 151)

ومع متجر واد كنيس سوف يتم إدخال بضاعتك تلقائيا في السوق الافتراضي الذي يستقبل عدد هائل من الزوار يوميا ومن مختلف أنحاء الوطن، ونجد أن بعض المتاجر تحقق أكثر من 80% من مبيعاتها عبر موقع واد كنيس وذلك من خلال إضافة إعلانات مصحوبة بصور منتجاتها.

- ويعد اليوم موقع واد كنيس أقوى المواقع الالكترونية في الجزائر، يتصفحه يوميا أزيد من 800 ألف زائر مؤخرا، وهو رقم كبير جدا مقارنة حتى بالمواقع الإقليمية والعالمية، يصنف الأول في الجزائر والرابع عالميا بين المواقع التي يتصفحها الجزائريون. (مصلوب، بتاريخ 2018)

موقع وادكنيس ouedkniss



المصدر: الموقع الرسمي لموقع واد كنيس ouedkniss.com، يوم 2023/04/29، 20:59

2- موقع جوميا JUMIA DZ:

يعتبر موقع جوميا jumia من أهم مواقع التسوق الإلكتروني على المستوى الوطني وعلى مستوى أفريقيا حيث يعرف رسمياً باسم Africa Internet Group. (بونطة، 2020، ، صفحة 15)

تأسست جوميا في 2012/05/16 في ولاية لاغوس بنيجيريا من قبل فريق ضم Jeremy ،léonard Stiegler ، Sacha poinçonnée Rafael afaedor hodara بتمويل من شركة "Rocket Internet" الألمانية وهي شركة ضخمة، مهمتها البحث عن أفضل شركة في السوق في قطاع الإنترنت ثم استنساخها بجميع ميزاتها ثم عرضها للجمهور، لقد حققوا نجاحاً باهراً وأصبحوا من أكثر رواد الأعمال نجاحاً في أوروبا. (- موقع jumia.dz، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/29 على 22:48).

جوميا هي شركة تسوق الكرتوني، أفريقية للمنتجات الإلكترونية والأزياء وغيرها من المنتجات كما اشتركت مع أكثر من 50000 فرد وشركة أفريقية محلية لخدمة الزبائن، فمنذ تأسيسها في عام 2012 في لاغوس، انتشرت في 14 دولة أفريقية.

(سنوسي، 2021)

تنشط جوميا الآن في 14 بلدا افريقيا وهي: نيجيريا، مصر، المغرب، تونس، الجزائر، كينيا ساحل العاج، جنوب افريقيا، الكاميرون، غانا، السنغال، تنزانيا، اوغندا، رواندا، وموقعها الالكتروني متوفر باللغات العربية، الانجليزية، والفرنسية والبرتغالية

وتملك شركة جوميا العديد من المنصات تتمثل في:

- Jamia Travel وهي منصة إلكترونية الحجز الفنادق
- Jumia Food الطلب وتوصيل الطعام كل منهما تأسس في يونيو
- Jumia Deals التي تأسست في أبريل عام 2015.
- Jumia One أطلقت جوميا هذا التطبيق سنة 2017 لتسهيل دفع الفواتير وخدمات الدفع الأخرى مثل تطبيق airtime
- Jumia pay قامت جوميا في العام نفسه بإطلاقه كمنصة آمنة للتسوق والدفع غير كل خدمات جوميا، بالإضافة إلى النظام الاقتراض الذي أسسته جوميا الذي يسمح للبالغين بالحصول على القروض بسهولة.

(خولة، جامعة امحمد بوقرة _ بومرداس، 2021، صفحة 53)

- وتقدر نسبة نمو جوميا في عام 2015 مقارنة بعام 2014 ب 265% بإيرادات تصل إلى 234 مليون دولار، وأصبحت جوميا في عام 2016 الشركة اليونيكورن (أي تجاوزت قيمتها المليار دولار) رقم واحد في قارة أفريقيا بقيمة تزيد عن مليار دولار أمريكي، وفي أواخر نوفمبر عام 2018، اشتركت العملات المشفرة Telcoin لتسهيل خدمات الدفع عبر مناطق التشغيل وفي نفس الشهر جوميا وكارفور تعقدان اتفاقية شراكة لبيع منتجاتها إلكترونيا على الصعيد الأفريقي. (سنوسي، 2021،)

- بالنسبة لموقع جوميا jumia الجزائر فقد تأسس سنة 2014 و له نفس المبدأ حيث يعتبر موقع للتسوق عبر الانترنت أو متجر الكتروني يساعد الجزائريين على الشراء من الانترنت بضغطة زر لتصل السلعة المحجوزة الى باب البيت بدون جهد مبذول مع امكانية الدفع عند الاستلام وهو المشكل الذي كان يواجه العديد من الجزائريين و ذلك اما لعدم توفر بطاقة بنكية خاصة بالشراء أو عدم شحن الكثير المواقع للجزائر ، حيث يبذل الموقع اقصى جهده ليقدم لعملائه افضل تجربة للتسوق مقارنة بمراكز التسوق الاخرى عن طريق عرض مختلف المنتجات و لكل الفئات بأسعار تنافسية بالإضافة الى تقديمها ميزات و خدمات يستفيد منها المشتري .

- (- موقع tजारatuna.com ، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/29 على 22:58 ، بلا تاريخ)
- واستقبل الموقع حوالي 1.5 مليون زائر كما استقبل ما بين 15000 و 20000 طلباً شهرياً في عام 2017 (زيادة بنسبة 50% على أساس سنوي) وارتفع عدد الزوار إلى 1.7 مليون في أوائل عام 2018، و هو في ارتفاع مستمر بسبب الانتشار الواسع للتجارة الالكترونية في الجزائر.

موقع جوميا JUMIA DZ



المصدر : الموقع الرسمي لجوميا jumia.dz، يوم 2023/04/29، 23:29.

3- موقع قيديني GUIDDINI:

- موقع قيديني هو موقع لترويج و بيع مختلف المنتجات عبر الانترنت، فهو بمثابة مؤسسة تجارية افتراضية تنشط بالحظيرة التكنولوجية عبد الله، تسميته مستنبطة من كلمة "Guide" أي بمعنى دُلّني، يقع مقره في المركز التجاري محمديّة مول بالجزائر العاصمة.

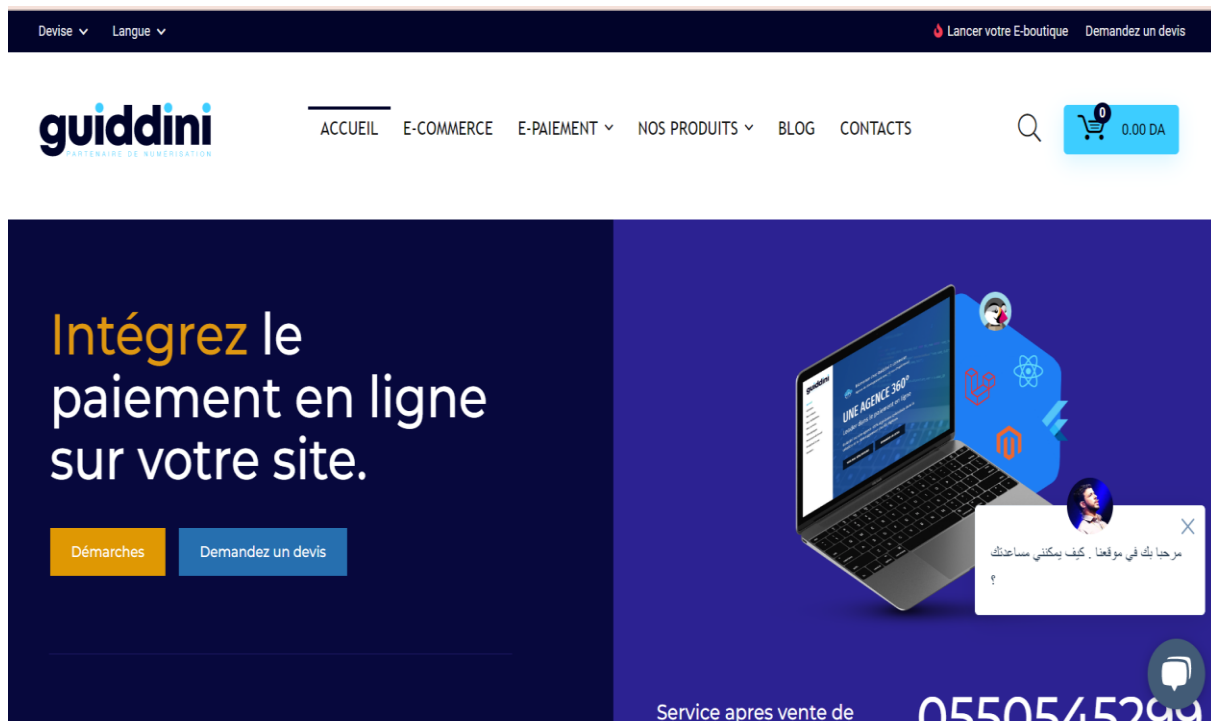
- تجسد مشروع موقع قيديني guiddini بين السيد "مراد مشقة" الذي يعتبر هو شاب جزائري دخل مجال التجارة ولمقاولتيه منذ كان طالبا جامعيا بكلية العلوم السياسية والإعلام ببن عكنون، كان تركيزه الكبير على كيفية تحسين وتسهيل يوميات المواطن باستعمال التكنولوجيا الحديثة، فبدأ بالابتكار في هذا المجال إلى أن تحصل على براءة اختراع سنة 2010 من المعهد الوطني للملكية الصناعية، بين و الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب "ANSEJ" تحت عنوان نشاط رئيسي يتمثل في وكالة إشهار واتصالات، ونشاط ثاني فرعي وهو جديد يتمثل في البيع بالتجزئة لكل أنواع المنتجات عبر المراسلة والهاتف والانترنت.
(سامية، -2016)

- بالنسبة للعمل ومجال التشغيل من أولويات القائمين على الموقع هو خلق أكبر عدد من مناصب الشغل لأن تركيبة الشركة تجارة إلكترونية، تدخل فيها عدة اختصاصات" البرمجة، التسويق، اللوجستيك، الاتصال، خدمات ما بعد البيع.. وعدة وظائف جديدة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، فالיום لديهم أربعة أقسام، قسم الإدخال يضم فريق يقوم بإدخال المنتجات إلى الموقع وتحديث المعلومات والأسعار، قسم التسويق والترويج باستعمال الوسائل المتاحة، وقسم تسيير الطلبات والشحن وخدمة الزبائن، فضلا عن القسم التجاري والعلاقات مع الممولين والشركاء، فهي حلقة متكاملة بين جميع الأقسام كل واحد يكمل الآخر، وربما المشكل الوحيد الذي يواجهه مع بعض أعضاء الفريق هو نقص الخبرة، ما يجعلهم يضيعون وقتا كبيرا في تكوين وتأطير العامل الجديد.
(- موقع <https://elikhbaria.dz/11960> / تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/30 ، على 20:41.، بلا تاريخ)

- يعتبر موقع قيديني Guiddini.com تأسس سنة 2009 يسوق مجموعة من الأصناف كمستلزمات التجميل، عتاد الإعلام الآلي، الأجهزة الكهرومنزلية، المواد الخاصة بالمرأة والطفل، حيث يوفر هذا الموقع واجهة ما بين الموردين والمشتريين، يعمل على مدار 7 / 7 يوم و 24 / 24 ساعة، لديه 12 موردا، و 300 زائرا يوميا، و 213 منتج مباع، أما بالنسبة لطرق الدفع فيعتمد المتجر طرق متعددة فإما أن تكون عن طريق الحوالة البريدية أو بشيك بنكي أو الدفع نقدا عن التسليم أو في المستقبل عن طريق البطاقات البنكية،

فاز هذا الموقع بجائزة أحسن موقع الكتروني سنة . 201220 وفيما يتعلق بجانب الخدمات اللوجستية التي تشتمل على عمليات الشحن والتوصيل فالمتجر متعاقد expresse mail service United Parcel Service، فيوجه مبيعاته تقريبا إلى كل ولايات الوطن، ويضمن التسليم إلى منزل الزبون في مدة تتراوح ما بين 24 ساعة إلى 72 ساعة. (الدين، ، 2019،)

4- موقع قيديني GUIDDINI



المصدر: الموقع الرسمي لجيديني GUIDDINI.COM.DZ ، يوم

22:10/،2023/04/30

4- موقع فورشوب foorshop dz

- هو موقع تسوق جزائري أون لاين يوفر تجربة ممتعة وفريدة في شراء منتجات جديدة بأسعار مناسبة، Foo shop متجر جزائري لديه اتفاقات وشراكات مع الكثير من التجار والشركات الأجنبية التي توفر منتجات مميزة تصل مباشرة إلى باب المنزل أو مقر العمل

والدفع عند الاستلام مع ضمان وصول المنتجات بجودة عالية. بالتالي Foo shop

تضمن تجربة مميزة في التسوق من الأنترنت في الجزائر.

- يوفر في فور شوب أكثر من 3000 منتج إبداعي ومبتكر مع خدمة التوصيل السريع متوفرة في كامل ولايات الجزائر الـ 58، يعتبر الموقع من أكبر وأقدم مواقع التجارة الإلكترونية الجزائرية معروف بجودة الخدمة التي يقدمها والحرص على تقديم أفضل خدمة زبائن ممكنة قبل وبعد الشراء.

ويوفر الموقع أيضا خاصية الربح من الأنترنت للجزائريين أصبح ممكنا في الجزائر مع إمكانية دفع الأرباح عبر الحساب البريدي CCP. من خلال التسجيل في الموقع وذلك عن طريق التسويق لمنتجات الموقع المختلفة مع كسب نسبة محددة من الأرباح ، وتعرف هذه العملية بالتسويق بالعمولة. "Commission marketing"

وهو تجربة جديدة للتسويق بالعمولة في الجزائر، من خلال المشرفين على هذا المتجر.

ليكون مثل مواقع تسوق عالمية كموقع بيع أون لاين شبيه متجر على إكسبريس (Ali

Express) وجوميا (Jumia) العالميين . (= الموقع الرسمي لفورشوب foorshop.com ، يوم

22:56/، 2023/04/30، بلا تاريخ)

- موقع فورشوب foorshop

التوصيل 📍 الأسئلة الشائعة 💡 الضمان 🛡️ سياسة الإستبدال أو الإسترجاع 🔄 تواصل معنا 📞 دليل البائعين 📖 دليل الإستعمال

0770448996 | 0770449697 📞 لم تجد رد؟ أكتب رقمك نتصل بك 🔍 البحث عن المنتجات

FOOR SHOP

0770448261 | 0770449811 | 0770449697 | 0770448996 (0 مراجعات) 0.00 ☆☆☆☆ Crown اتصل بالبائع

البحث في منتجات البائع

الرئيسية 🏠 التصنيفات 📁 أحدث المنتجات 🔄 أفضل العروض 🏷️ الأكثر مبيعاً 📈 تقييمات ⭐

رئيسية المتجر • معدات مهنية وآلات • الآلات و أدوات الورشات • أداة شد يدوية مصنوعة من الصلب المقوى 2طن 2.2م بيترو BEETRO Outil De Serrage Manuel 2T TC0507

خدمة التوصيل 🚚

إستفد من أفضل خدمة توصيل سريعة (2 - 6 أيام) لـ 58 ولاية جزائرية مع ضمان حسن المعاملة وجودة الخدمة.

أداة شد يدوية مصنوعة من الصلب المقوى 2طن WEHAND

ساحبة كبل يدوي بهجنتين سحب قوية WEHAND

2.2م بيترو BEETRO Outil

المصدر: الموقع الرسمي لفورشوب foorshop ، يوم 22:56/،2023/04/30

5- موقع هايلة ماركت haylla.com

تعتبر هايلة ماركت من أوائل شركات التجارة الإلكترونية والرائدة في الجزائر، حيث كان بداية نشاطها سنة 2016 في ولاية البليدة ولايزال مقرها الرسمي في نفس الولاية، وهي تعتبر جزء من مجموعة مزايا للتجارة الإلكترونية، نقوم بتوفير تشكيلة واسعة من المنتجات بأكثر من 10 ألف منتج في كل المجالات.

وتحرص في هايلة على توفير لجميع الزبائن تجربة تسوق لا مثيل لها، وذلك إضافة أحدث وأفضل المنتجات كثير منها متوفرة حصريا على الموقع، مع جميع الضمانات التي تتجاوز توقعات الزبون، مثل الاستبدال المجاني، جودة المنتجات، خدمات ما بعد البيع، والبيع بأسعار المستورد أو المصنع مباشرة إلى المستهلك النهائي.

كما أنا هايلة يتبنى عبارة: “البضاعة المباعه – ترد وتستبدل” في حين كانت عبارة: “البضاعة المباعه لا ترد ولا تستبدل” تزين كثير من الجدران خلف البائعين في عدد من محلات الشهيرة في الجزائر.

يعمل في هايلا أكثر من 50 موظف أو فرد بشكل مباشر وأكثر من 200 متعامل بطريقة غير مباشرة، يسهرون على تقديم أفضل الخدمات المميزة لكل الشركاء والزبائن، توفر خدمة التوصيل السريع في كامل ولايات الجزائر الـ 58، يعتبر الموقع من أكبر وأقدم مواقع التجارة الإلكترونية الجزائرية معروف بجودة الخدمة التي يقدمها والحرص على تقديم أفضل خدمة زبائن ممكنة قبل وبعد الشراء. (- الموقع الرسمي لهايلا ماركت <https://haylla.com>، تم الاطلاع عليه في 2023/05/01 على 00:04).

موقع هايلا ماركت haylla



المصدر : الموقع الرسمي لهايلا ماركت haylla.com ، يوم

10:26/،2023/50/1

6-موقع حانوتكم HANOUT.com.Dz

موقع حانوتكم لخدمات التجارة الإلكترونية هي منصة متخصصة في تقديم خدمات التجارة الإلكترونية، وحلول التسويق الإلكتروني للسلع والمنتجات المادية وغير المادية، وذلك بإنشاء متاجر إلكترونية للبائعين سواء كانوا مؤسسات أو أفراد؛ تم تأسيس الموقع سنة 2020.

كما إنه يقوم بتوسيع قائمة منتجاته تدريجياً لتشمل أحدث المنتجات من العلامات التجارية المحلية والعالمية وتلبي احتياجات جميع فئات المستهلكين الجزائريين، وفي الواقع يهدف الموقع إلى تسهيل حياة الجزائريين وتأمين المنتجات الموثوقة وذات الجودة العالية بأسعار تتحدى المنافسين، إلى جانب تقديم التخفيضات بشكل مستمر.

(- الموقع الرسمي لحانوتكم hanout.com.DZ ، يوم 2023/05/1، 9:42)



المصدر: الموقع الرسمي لحانوتكم hanout.com.DZ ، يوم 2023/50/1، 9:42

7- موقع اشريل echrilidz.blogspot.com

بشكل عام إن موقع Echrili من أفضل مواقع تسوق أونلاين في الجزائر لما يتمتع به من مميزات أهمها:

يوفر إمكانية التسوق للجزائريين عبر الإنترنت وشراء مختلف أنواع المنتجات الغذائية والاستهلاكية مثل الخضروات والفواكه والتوابل والمعجنات وغيرها من السلع التي يحتاجها الشخص في حياته اليومية دون أن يحتاج إلى الذهاب إلى منافذ البيع.

كما يحتوي الموقع على المنتجات الخاصة بالأطفال والزيوت وأنواع الحبوب ومواد التنظيف. ثم يؤمن الموقع خدمة التوصيل السريع إلى المنزل في مختلف أنحاء الجزائر مع تكاليف شحن بسيطة أيضا يدعم الموقع اللغة العربية لتوفير تجربة تسوق سهلة وسلسة، ويوفر شراء السلع عبر الأنترنت دون الحاجة إلى حساب بنكي إلكتروني أو بطاقة مصرفية فقط عبر الدفع لـ info@echriliDz.com عبر بريـد الجزائـر. شعار الموقع هو " لسنا الأولين.. ولكننا نحاول أن نكون الأفضل". (- الموقع الرسمي اشريلي echrilidz.blogspot.com، يوم 09:54/، 2023/05/1)

موقع اشريلي echrili dz



المصدر : الموقع الرسمي اشريلي echrilidz.blogspot.com، يوم

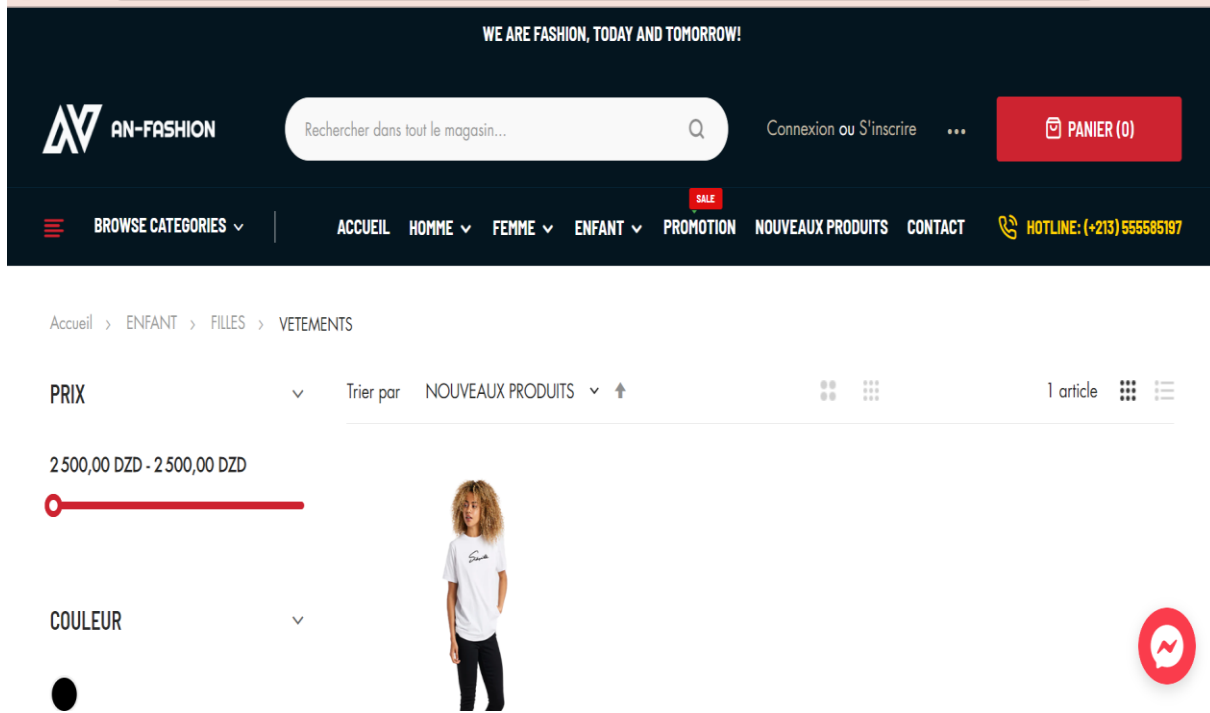
09:54/، 2023/05/1

8- موقع بويز اند جيرلز فاشيون anfashion.dz

- إن موقع boysandgirlsfashion هو أفضل مواقع تسوق أونلاين في الجزائر عندما يتعلق الأمر بالتسوق للأطفال. حيث يتميز بما يلي:
- يعد موقع مخصص لبيع ملابس الأطفال من الجنسين. إذ يوفر مختلف أنواع ملابس الأطفال ذات الجودة العالية بأسعار معقولة وتنافسية تناسب جميع الجزائريين ومن ضمنهم أصحاب الدخل المحدود.
- إلى جانب ذلك، يمكنك أن تجد فيه الأحذية والاكسسوارات ومنتجات أخرى.
- ثم إنه يقدم خدمة الشحن المجاني إلى مكان الزبون من خلال التعاون مع شركات شحن موثوقة تقوم بإيصال المنتجات إلى العملاء في مدة لا تتجاوز اليومين.

- أيضًا يمكن استبدال أو إعادة المنتج في حال وجود عيوب في الصناعة، أو في حال الحاجة لقياسات مختلفة.
- كما أنه يوفر خدمة عملاء مميزة لمساعدة الزبائن في استفساراتهم ومشاكلهم. (- الموقع الرسمي anfashion.dz، يوم 10:04/،2023/05/1)

موقع بويز اند قيرلز فاشيون anfashion.dz



المصدر: الموقع الرسمي anfashion.dz، يوم 10:04/،2023/05/1

خاتمة الفصل:

الانتشار الكبير لمواقع التجارة الالكترونية في العالم سهل من عملية التسوق بالنسبة للزبائن وسهل عملية تسويق المنتجات والخدمات بالنسبة للشركات وبأقل التكاليف، لذا فان تطوير هذه المواقع والسهر على تقديم أفضل الخدمات بات واقعا حتميا اذ تسجل مواقع التجارة الالكترونية العالمية عددا هائلا عمليات البيع والشراء في اليوم الواحد.

وتشهد المواقع الجزائرية اقبالا واسعا لم تشهده من قبل بسبب تطور تلك المواقع وسهولة استخدامها، الا انها لم ترقى الى المستوى العالمي بعد خاصة في ظل عدة معوقات وأهمها ضعف البنية التحتية لشبكة الانترنت في الجزائر اذ تحتل الجزائر مراتب جد متأخرة في سباق الدول التي تملك خدمات انترنت ذات سرعة عالية واتصالات سلكية ولاسلكية ذات جودة.

على الرغم من كل الجهود للتفاعل مع المتغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات إقامة التجارة ومع ذلك، بناءً على تحليلنا، فقد لاحظنا تأخيرات في مجال البنية التحتية للاتصالات، وخاصة الإنترنت وهو ما يعيق توسع التجارة الإلكترونية في الجزائر، بالإضافة إلى العديد من العراقيل التي تعرقل نمو هذه التجارة، بما في ذلك العوائق القانونية والتجارية والثقافية والاجتماعية.

الخاتمة

تعد مواقع التجارة الإلكترونية من أبرز أنشطة التجارة الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت، لأن وظيفة هذه المواقع هي وظيفة منظمة تهدف إلى تسهيل تبادل وتدفق المنتجات من المنتجين إلى المستهلكين عبر الشبكة واستخدام أدوات وطرق معينة لتحقيق المنافع لمختلف الأطراف.

كما ان التجارة الالكترونية تساهم في فتح أسواق جديدة أمام صادرات الدول وذلك بزيادة حصتها السوقية والتنافس بمنتجاتها المحلية على مستوى الأسواق العالمية وكذلك تحسين الخدمات حيث يكون تقديمها بأقل التكلفة وفي أسرع وقت.

انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بالإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة، ولكن برغم الجهود المبذولة في الجزائر وتطبيق الحكومة الالكترونية للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، فنصيب الجزائر من التجارة الالكترونية مازال في مراحله الأولى من التطور، وخاصة وأن الإطار المنظم للتجارة الالكترونية في حاجة إلى صياغة ملائمة لمواجهة كافة التحديات التي تقف عائقاً أمام تطبيقها ونموها أيضاً ومن أجل تذليل المعوقات التي تحد من تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من تحضير بيئة مناسبة تتماشى مع طبيعتها الالكترونية، ولن يتحقق ذلك إلا بعد وضع بنى تحتية للاتصالات وتكنولوجيا لتصبح تلائم أكثر التجارة الإلكترونية. المعلومات، وتحديث البيئة التشريعية والقانونية ومن خلال الدراسة التي قمنا بها تم استخلاص النتائج التالية:

- التطور الهائل في الإنترنت التي قامت بإعادة صياغة الاقتصاد العالمي الجديد.
- توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال وفي كلا الميادين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة، وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسويق.
- ألغت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية.
- تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعبّر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

- التجارة الإلكترونية من أسرع الأعمال نموًا في السنوات الأخيرة، من المتوقع أن تصل مبيعات سوق التجارة الإلكترونية إلى 6.54 تريليون دولار أمريكي في 2023، بما يساوي ضعف مبيعات. عام 2019 ورغم ذلك تواجه التجارة الإلكترونية تحديات عليها التعامل معها للوصول إلى ذلك المستقبل الباهر.
 - اتساع رقعتها وتطور استعمال وسائل الدفع الإلكترونية للزبائن.
 - عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر 32,09 مليون نسمة بزيادة بلغت 38,31% مقارنة بسنة 2018 ما يعكس الاقبال الكبير من طرف المجتمع الجزائري على شبكة الانترنت ويعكس التطور المستمر في استخدام التكنولوجيا في الجزائر.
 - سرعة تدفق الانترنت في اتجاه تصاعدي دوما وهذا شيء طبيعي بسبب التطور الحاصل في العالم بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص.
 - سنة 2022 قفزت الجزائر الى المرتبة 141 عالميا وهي أفضل مرتبة تحققتها الجزائر في تاريخها وحصدت المرتبة 13 عربيا وهاته المراكز المحتشمة تعكس الضعف الكبير للبنية التحتية لشبكة الانترنت في الجزائر.
 - بدأ هذا القطاع يتسم بشكل تدريجي بالاحترافية بدفع من مقاولين راهنوا منذ البداية على نمو سريع لهذه السوق الجديدة بعد أن تم رفع كل العوائق التكنولوجية والتشريعية.
- من اهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر التي تلقى اقبالا واسعا من طرف رواد و هواة التجارة الالكترونية هي موقع واد كنيس ouedkniss، موقع جو ميا JUMIA DZ، موقع قيديني، GUIDDINI موقع فور شوب Foo shop dz، موقع هايلة ماركت haylla.com موقع حانوتكم HANOUT .com. Dz، موقع اشري يلي echrilidz.blogspot.com موقع بوي زاند قير لز فاشيون anfashion.dz و، يعتبر موقع واد كنيس رائد مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر اذ تم انشاءه سنة 2006 و يعتبر انجح مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر .

قائمة المراجع

- موقع <https://elikhbaria.dz/11960> / تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/30 ، على 20:41. (بلا تاريخ).
- = الموقع الرسمي لفورشوب foorshop.com ، يوم 2023/04/30، 22:56. (بلا تاريخ).
- الموقع الرسمي anfashion.dz ، (يوم 2023/05/1، 10:04).
- الموقع الرسمي اشريلي echrilidz.blogspot.com ، (يوم 2023/05/1، 09:54).
- الموقع الرسمي لحانوتكم hanout.com.DZ 9:42 ، (يوم 2023/05/1، 09:54).
- الموقع الرسمي لهائلة ماركت <https://haylla.com> . (تم الاطلاع عليه في 2023/05/01 على 00:04).
- آيت أمبارك سامية. (-2016). ، جارة الالكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال،. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة العدد: 33، ص 48.
- ايمان حدكحيل. (2014،). ، دور الأنترنت في مجال التسويق بالجزائر. ، دور الأنترنت في مجال التسويق بالجزائر مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ، بسكرة ، جامعة محمد خيضر .
- بلقاسم ايمان ،جمعة خولة. (جامعة امحمد بوقرة _ بومرداس، 2021). ، إتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو التسوق عبر الانترنت في ظل جائحة كورونا - دراسة حالة موقع جوميا الجزائر للتسوق. إتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو التسوق عبر الانترنت في ظل جائحة كورونا - دراسة حالة موقع جوميا الجزائر للتسوق-، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر ، بومرداس، جامعة امحمد بوقرة .
- بوضياف علاء الدين. (، 2019). مداخل وطنية بعنوان معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر،الملتقى الوطني المعنون ب آليات القانونية والمؤسساتية لمكافحة الفساد بين أولوية مكافحة وضرورة الوقاية. جامعة محمد بوضياف - المسلية.

- علي محبوب، علي سنوسي. (2021)، التسويق الإلكتروني ودور المؤسسات الناشئة في تلبية احتياجات العملاء في الجزائر - دراسة لشركة جوميا الجزائر Algérie Jumia. -مجلة البحوث الإدارية و الاقتصادية.
- فطيمة بونقطة. (2020)، قات توصيل المنتجات الغذائية بالجزائر تطبيق " جوميا " أنموذجا. مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الاتصالية ، المجلد الأول ، العدد الثاني.
- موقع jumia.dz. (تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/29 على 22:48).
- موقع tijaratuna.com ، تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/29 على 22:58. (بلا تاريخ).
- asmaa farag. (4 أكتوبر ، 2022). 10 عوامل أساسية تؤثر في نجاح الموقع الإلكتروني. تم الاسترداد من <https://creativity-experts.com/creativity-experts>
- Hasan Matar. (14 أبريل، 2021). إنشاء موقع إلكتروني. تم الاسترداد من [mawdoo3.com: https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)
- Hasnaa Nasser. (09 Dec ، 2021). <https://expandcart.com/ar>. تم الاسترداد من expandcart: <https://expandcart.com/ar>
- Mokhtar, S. (2022, 22 جوان). عوامل نجاح التجارة الإلكترونية. Récupéré sur expandcart: <https://expandcart.com>
- Nasser, H. (2022, 07 جوان). Récupéré sur expandcart.com: <https://expandcart.com/ar/35883>
- إبراهيم القوشجي. (07 نوفمبر، 2022). التجارة الإلكترونية- وأنماطه. تم الاسترداد من tijaratuna: <https://tijaratuna.almnsa.com>
- إبراهيم بختي. (، 2002)، الانترنت في الجزائر. مجلة الباحث.

أحمد السيد كردي. (12 يونيو، 2011). *التنمية التكنولوجية « تنمية التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من [kenanaonline.com: https://kenanaonline.com](https://kenanaonline.com)

اريج الهلالات. (22 سبتمبر، 2022). *نشأة التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من mawdoo3: https://mawdoo3.com/نشأة_التجارة_الإلكترونية

أمينة عمر. (07 09، 2021). *التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من political-encyclopedia: <https://political-encyclopedia.org>

دور . دور التسويق الإلكتروني في ترويج مبيعات موقع وادكنيس الجزائري .(2020،) س. بومجو ،ام .التسويق الإلكتروني في ترويج مبيعات موقع وادكنيس الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر . البواقي ، جامعة العربي بن مهيدي

تبانى أمل و مريم سعدة. (2020،). *واقع و مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر . ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر . قالمة ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة .*

تبانى أمل، و مريم سعدة. (2022.2019). *واقع و مستقبل التجارة الإلكترونية (مذكرة تخرج)*. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قالمة: جامعة 8 ماي 1945.

حازم أشرف. (22 سبتمبر، 2022). *التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من مستقل: <https://blog.mostaql.com/common-e-commerce-challenges>

حركات حسن. (24 سبتمبر، 2021). *أسباب فشل المتاجر الإلكترونية*. تم الاسترداد من ar-wp: <https://www.ar-wp.com/online-stores-failure-reasons-list>

،التسويق عبر مواقع الإلكترونية و دوره في بناء الادراك لدى الزبون الجزائري ،دراسة (s.d.) . ر ،دادو ،،مجلة الاقتصاد الجديد المجلد 11، العدد2،جزء 1 ، 220، ص 151 .حالة موقع وادكنيس

دعاء محسن. (07 01، 2019). *المتطلبات العامة لتطبيق التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من bloggersop: https://bloggersop.blogspot.com/2019/01/blog-post_70.html

عبدالله الكسواني. (مايو ٥ ، ٢٠٢١). <https://mawdoo3>. تم الاسترداد من :mawdoo3
/https://mawdoo3.com

علي محبوب، علي سنوسي. (2021). التسويق الكرتوني ودور المؤسسات الناشئة في تلبية احتياجات العملاء في الجزائر - دراسة لشركة جوميا الجزائر Algérie Jumia ، . مجلة البحوث الإدارية و الاقتصادية.

قحماز صفاء. (2015). التجارة الإلكترونية كالأداة للتنافس في الأسواق العالمية (مذكرة تخرج). بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
م. باسمه علي. (2012). التجارة الإلكترونية : مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها. بغداد.

محمد. (1 مايو ، 2020). أسباب فشل مواقع التجارة الإلكترونية. تم الاسترداد من :marketing.limited
<https://https://marketing.limited>

محمد الميداوي. (2020). الدليل الشامل إلى إنشاء موقع إلكتروني احترافي. تم الاسترداد من :mostaql
/https://blog.mostaql.com/building-website

Récupéré ،. www.echoroukonline.com موقع - (25 8 2018بتاريخ) .مصلوب، م. ل
www.echoroukonline.com موقع - ،: www.echoroukonline.com موقع - sur

مقراني فطيمة/لعجال حياة. (2012). التجارة الإلكترونية أساسيا، تركيبتها وواقعها. البويرة، Ministère
de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche ScientifiqueCentre
.UniversitaireColonel Akli Mohand Oulhadj

منجية إبراهيم. (10، 2022). 5 أساسيات للنجاح في التجارة الإلكترونية. تم الاسترداد من مستقل:
/https://blog.mostaql.com/5rules-to-succeed-in-ecommerce

موقع وكالة الأنباء الجزائرية aps.DZ . (تم الاطلاع عليه يوم 2023/04/28) .

هارون مليكه. (2004-2005). الإتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال (رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال . الجزائر .

هارون مليكه. (2004-2005). الإتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال. الجزائر.