



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تقرير تربص مقدم لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس

ميدان العلوم التجارية

الشعبة العلوم التجارية

التخصص: تجارة دولية

بغنوان :

التجارة الإلكترونية

- دراسة حالة في مؤسسة الخوارزمي -

تحت إشراف الأستاذ:

عادل زغدي

المؤطر بالمؤسسة:

سليمان عبد الكريم

إعداد الطالبات:

- بالنور هاجر

- منصر سامية

- شمسة هدى

- مقيرحي دعاء

السنة الدراسية : 2017/2016



الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلاله إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ... ونصح الأمة ... إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم .

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار ... إلى من علمني العطاء بدون انتظار ... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ... أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطفها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد ... (والدي العزيز).

إلى ملاكي في الحياة ... إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني ... إلى بسملة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الناس (أمي الحبيبة).

إلى أخي ورفيق دربي في هذه الحياة معك أكون وبدونك لا شيء ... إلى من تطلعت لنجاحي بنظرات الأمل ... في نهاية مشواري أريد أن أشكرك على موافقك النبيلة (أخي محمد الصغير) .

إلى من بهن أكبر و عليهن أعتد ... إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي إلى من بوجودهن أكتسب قوة و محبة لا حدود لها ... إلى من عرفت معهن معنى الحياة (أخواتي) .

إلى توأم روحي و رفيقة دربي ... إلى صاحبة القلب الطيب و النوايا الصادقة ... إلى من سرت معها الدرب خطوة بخطوة و مازالت ترافقني حتى الآن (صديقتي سامية منصر) .

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي ... إلى من تحلوا بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء ... إلى من معهم سعدت و برفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت ... إلى من كانوا معي على طريق النجاح ... إلى من عرفت كيف أجدهم و علموني ألا أضيعهم (صديقتي).

هاجر

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ... ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلاله إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ... ونصح الأمة ... إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم .

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار ... إلى من علمني العطاء بدون انتظار ... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ... أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطفها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد ... (والدي العزيز).

إلى ملاكي في الحياة ... إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني ... إلى بسملة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الناس (أمي الحبيبة).

إلى أخوتي ورفقاء دربي في هذه الحياة معهم أكون وبدونهم لا شيء ... إلى من تطلعوا لنجاحي بنظرات الأمل ... في نهاية مشواري أريد أن أشكركم على موافقكم النبيلة (أخوتي

إلى من بهن أكبر و عليهن أعتمد ... إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي إلى من بوجودهن أكتسب قوة و محبة لا حدود لها ... إلى من عرفت معهن معنى الحياة (أخواتي

إلى توأم روحي و رفيقة دربي ... إلى صاحبة القلب الطيب و النوايا الصادقة ... إلى من سرت معها الدرب خطوة بخطوة و مازالت ترافقني حتى الآن (صديقتي هاجر بالنور).

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي ... إلى من تحلوا بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء ... إلى من معهم سعدت و برفقتهم في دروب الحياة الحلوة و الحزينة سرت ... إلى من كانوا معي على طريق النجاح ... إلى من عرفت كيف أجدهم و علموني ألا أضيعهم (صديقاتي

سامية

الشكر

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخطو الحروف ليجمعها في كلمات ... تتبعثر الأحرف و عبثا أن يحاول تجميعها في سطور كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات و صورا تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا فواجب علينا شكرهم و وداعم ونحن نخطو خطواتنا الأولى في غمار الحياة و نخص بجزيل الشكر و العرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا و إلى من وقف على المنابر و أعطى من حصيلة فكره لينير دربنا إلى الأساتذة الكرام في كلية العلوم الاقتصادية بجامعة الشهيد حمه لخضر و نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ : (عادل زغدي).

الذي تفضل بإشراف على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير فله منا كل التقدير و الاحترام .

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الاهداء
	شكر و عرفان
I	فهرس المحتويات
أ - ج	مقدمه
5	المبحث الاول : ماهية التجارة الالكترونية
5	المطلب الاول : مفهوم التجارة الالكترونية
6	المطلب الثاني : نشأة التجارة الالكترونية
7	المطلب الثالث : انواع التجارة الالكترونية
10	المبحث الثاني : قواعد التجارة الالكترونية
10	المطلب الاول : مبادئ تسهيل التجارة الالكترونية
10	المطلب الثاني : متطلبات التجارة الالكترونية
11	المطلب الثالث : وسائل الدفع في التجارة الالكترونية وابعادها القانونية والضريبية
11	الفرع الاول : وسائل الدفع في التجارة الالكترونية
13	الفرع الثاني : الابعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية
18	المبحث الثالث : دراسة حالة لخطوات واطفاء انشاء موقع للتجارة الالكترونية
18	المطلب الاول : خطوات انشاء موقع للتجارة الالكترونية
22	المطلب الثاني : لمحة عن موقع للتجارة الالكترونية (موقع علي بابا)
22	الفرع الاول : التعريف بالموقع
22	الفرع الثاني : مجموعة علي بابا
23	المطلب الثالث : اكبر أخطاء الشركات الصغيرة عند فتح موقع للتجارة الالكترونية
28	الخاتمة
30	قائمة المراجع

المقدمة

لقد شهد العالم في الاونة الاخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الالكترونية كنتيجة حتمية و ضرورية للتطورات و المستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات , حيث لعبت و لازالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات او ما يعرف بالانترنت دورا رئيسيا و مهما كوسيط لاستكمال تنفيذ اعمال التجارة بشكلها الحديث و المعاصر , فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي الى الشكل الالكتروني الحديث و اصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية . وتسعى العديد من الدول الى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية و التحديات الجديدة ومن المتوقع ان يتعاضد دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثير هذه التجارة على الاسواق و اداء المؤسسات و قدرتها التنافسية , حيث يتوقع ان تكون التجارة الالكترونية هي اسلوب التجارة السائد بين المنظمات و الافراد خلال هذا القرن في كافة انحاء العالم .

1-الاشكالية الرئيسية :

ومن هنا يتسنى لنا طرح الاشكالية التالية : ماهي الخطوات اللازمة لانشاء موقع للتجارة الالكترونية ؟.

2- الاسئلة الفرعية :

ولمعالجة وتحليل هذه الاشكالية نقوم بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية تساعد في الالمام بحيثيات التساؤل الرئيسي و تتمثل في :

- ماهي التجارة الالكترونية ؟.
- في ماذا تتمثل قواعد التجارة الالكترونية ؟ .
- كيف يتم بناء موقع للتجارة الالكترونية ؟.

3- الفرضيات :

وقصد تسهيل الاجابة على الاشكالية المطروحة و الاسئلة الفرعية نضع الفرضيات التالية :

- نعني بالتجارة الالكترونية نوع من عمليات البيع و الشراء ما بين المستهلكين و المنتجين باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث يتم عرض امام العميل كل المعلومات التي يطلبها في اي وقت و مكان بواسطة شبكة الانترنت

- تتركز التجارة الالكترونية على مجموعة من القواعد تتمثل في مبادئ و متطلبات لتسهيل انتشارها .

- ان انشاء موقع للتجارة الالكترونية يتم باتباع عدة خطوات اساسية

4- مبررات اختيار الموضوع :

- الرغبة و الميول الشخصي في دراسة الموضوع .
- اثرء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين اخرين في المستقبل لانجاز دراسات مكمله .

5- أهمية الدراسة:

- المعرفة الدقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية .
- كيفية انشاء موقع للتجارة الالكترونية .

6- أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على نظام حديث في التجارة .
- محاولة إثراء المكتبة الجامعية بمواضيع تخص المفاهيم الجديدة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في المجال الإقتصادي.

- محاولة التعرف على كيفية انشاء موقع للتجارة الالكترونية خطوة بخطوة.

7- الدراسات السابقة :

- دراسة للباحثة صارة بالساكر بعنوان التجارة الالكترونية و افاق تطورها في البلدان العربية وهي مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكايمي في العلوم الاقتصادية و التجارية تخصص تجارة دولية دولية بجامعة حمه لخضر سنة 2014-2015 حيث توصلت هذه الدراسة الى ان التجارة الالكترونية يوجد فيها ارتباط وثيق بين انتشارها ونموها و توافر القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات و الاتصال باعتبارها البنية التحتية اللازمة لها بالاضافة الى وجوب توافر مبادئ و متطلبات قيامها و اهمها البنية التحتية التكنولوجية .

8- المنهج و أدوات الدراسة :

لقد تم الإعتماد في إنجاز هذا العمل ، على المنهج الوصفي للإلمام بموضوع الدراسة و تقديم تفصيلات عن أهم جوانبه و هذا باستخدام الأدوات و المراجع المكتبية المتوفرة من كتب و كذا الإطلاع على بعض المقالات الإقتصادية و كذا المذكرات التي سبق و أن تناول فيها أصحابها موضوع الدراسة .

9- صعوبات الدراسة :

- نقص المراجع التي تتحدث عن كيفية انشاء موقع للتجارة الالكترونية .
- ضيق الوقت المخصص للدراسة .

10- محتوى البحث :

لقد إعتدنا في تقسيم عملنا هذا على ثلاثة مباحث قمنا فيها بالإجابة على الإشكال و الأسئلة الفرعية المطروحة و للوصول إلى تأكيد أو نفي الفرضيات المبنية مسبقا ، وكان التقسيم على النحو التالي

المبحث الاول ماهية التجارة الالكترونية . حاولنا في هذا المبحث القيام بتوضيح مفهوم التجارة الإلكترونية و هذا نظرا لكون المصطلح حديث و سنعطي أيضا نظرة حول نشأتها , وذلك بنقسيم المبحث الى ثلاثة مطالب وهي المطلب الاول مفهوم التجارة الالكترونية .و المطلب الثاني نشأة التجارة الالكترونية اما المطلب الثالث الى انواع التجارة الالكترونية

اما بالنسبة للمبحث الثاني قواعد التجارة الالكترونية قمنا من خلاله بالتطرق للقواعد الاساسية لاقامة التجارة الالكترونية و تم تقسيمه على النحو التالي المطلب الأول مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية . اما الثاني متطلبات التجارة الإلكترونية و المطلب الثالث فيه وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية والضريبية.

وبعدها يأتي المبحث الثالث دراسة حالة لخطوات و اخطاء انشاء موقع للتجارة الالكترونية فقمنا من خلاله بالتعرف على خطوات اساسية لبناء موقع للتجارة الالكترونية والاختفاء الشائعة اثناء تصميمه , لذلك قمنا بتقسيمه الى ثلاثة مطالب اساسية وهي كالآتي المطلب الاول خطوات انشاء موقع للتجارة الالكترونية,و المطلب الثاني كان يتحدث عن لمحة لموقع للتجارة الالكترونية (موقع علي بابا), اما المطلب الثالث فيه اكبر اخطاء الشركات الصغيرة عند فتح موقع التجارة الالكترونية .



المبحث الأول

ماهية التجارة الالكترونية



المبحث الاول: ماهية التجارة الالكترونية

اكتسبت مصطلحات التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة رواجاً واسعاً ، إلى درجة أن أصبحت رمز اللغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية التي تعتبر مصدر الثروة التي حدثت في الألفية الثانية ، هذا المصطلح أصبح شائع الاستعمال لدى الأوساط الإعلامية ، ولدى المؤسسات المختلفة ، وبصفة عامة يعبر عن مجموعة من النشاطات التي ترجع دائماً في معاملاتها إلى الحاسوب والإنترنت لمبادلة سلع وخدمات بطريقة وتقنيات حديثة ومباشرة لكن بصيغة إلكترونية

المطلب الاول: مفهوم التجارة الالكترونية

لقد ظهرت عدة تعريفات تحاول كل منها أن تصف وتحدد طبيعة هذه التجارة ومنها مايلي:

* تعريف 1 : التجارة الالكترونية هو مفهوم جديد يشرح عملية بيع او شراء او تبادل المنتجات و الخدمات و المعلومات من خلال شبكات كمبيوترية و من ضمنها الانترنت. (1)

* تعريف 2 : هو عملية تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت و الشبكات التجارية الأخرى.

* تعريف 3: بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية. (2)

المطلب الثاني: نشأة التجارة الالكترونية

ظهر مفهوم التجارة الالكترونية منذ منتصف التسعينات من القرن الماضي عندما بدأت المنظمات باستخدام الانترنت و شبكات الحاسوب الأخرى للقيام بأعمالها و ادارة علاقاتها مع شركائها كالموردين (3)

1- اسامة عبد المنعم و دميثان الجمالي ، التجارة الالكترونية ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 2013 ، ص 35 .

2- رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، مصر ، 1999 ، ص 13 .

3- محمد عبد حسين الطائي ، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2010 ، ص 15 .

و الزبائن والموظفين و المنافسين وغيرهم ، ففي عام 1994 لم تكن التجارة الالكترونية بالصورة التي نعرفها الان . ولكن بعد مرور عشرات السنوات من هاذو التاريخ تشير الدراسات الى تضاعف اعداد الجهات (الهيئات والمنظمات و الافراد) التي تعتمد تطبيقات التجارة الالكترونية حول العالم . اذ يسود الاجماع بين الكتاب على وجود ثلاثة مراحل تاريخية لظهور مفهوم التجارة الالكترونية وتطورها، وفيما ياتي نستعرض هذه المراحل التاريخية :

* المرحلة الاولى : ظهرت اولى تطبيقات التجارة الالكترونية في بدايات السبعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الارصدة الالكترونية (EFT) من منظمة الى اخرى ، حيث كان هذا التطبيق مقتصر على الشركات الضخمة بسبب تكلفته العالية .

* المرحلة الثانية : بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الالكترونية في المنظمات من خلال تبادل البيانات الالكترونية (EDI) الذي يحقق التبادل الامن بين الشركات بوساطة شبكات القيمة المضافة او من خلال الاكسترانت حيث يتم تبادل بعض النماذج والوثائق الالكترونية كطلبات الشراء و الفواتير المالية . هذا التطبيق ادى الى توسيع نطاق المعاملات والاجراءات واخرجها من اطارها المالي الى ادارة علاقات اوسع وتبادل المعلومات الاخرى مثل ارسال الاستثمارات الالكترونية ، البريد الالكتروني ، وثائق الفاكس، الى جانب المشاركة في قواعد البيانات الموزعة و ادارة سلسلة التوريد في اطار التعاون بين المنظمات والمزودين و الزبائن في اعداد التنبؤات بالطلب و قوائم الجرد . كما ادت الى زيادة شركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية الى مصانع و بائعي التجزئة و المؤسسات الخدمية .

* المرحلة الثالثة: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الالكترونية من خلال استخدام نظم المعلومات البينية Inter organization information Systems او بين المنظمات التي ترتكز على تبادل و تدفق البيانات بين منظمين او اكثر بحيث يمكن من تنفي < مختلف تطبيقات التجارة الالكترونية بين شركاء الاعمال مثل ارسال الشبكات و الحوالات المالية و المستندات و الوثائق و ما شابهها ، في اطار العلاقات التي يتم الاتفاق عليها مسبقا و الخاصة بتنظيم و ترتيب المعاملات التجارية. (1)

1-محمد عبد حسين الطائي ، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للاجيال القادمة ، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .

المطلب الثالث : انواع التجارة الالكترونية

لقد صاحب ظهور التجارة الالكترونية ثروة كبيرة ، تمثلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها ، ليس فقط بالنسبة للمشروعات ، ولكن ايضا على مستوى المستخدمين و المستهلكين في مجالي السلع و الخدمات . حيث ان التجارة الالكترونية هي مفهوم متعدد الابعاد يمكن تطبيقه من خلال اكثر من شكل .

1-مؤسسة اعمال – مؤسسة اعمال business to business

و هذا المستوى يتم بين مؤسسات الاعمال مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصال و تكنولوجيا المعلومات ، و ذلك لتقدم طلبات الشراء للموردين و العارضين و تسليم الفواتير و اتمام عمليات الدفع ، وهذا النمط من التجارة الالكترونية موجود منذ سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات الكترونيا من خلال الشبكات الخاصة .

2- مؤسسة اعمال – المستهلك Business to consumer

و هذا المستوى من التجارة الالكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي و لقد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الانترنت ، فهناك الان ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق تقوم بعرض السلع و الخدمات لصالح المؤسسات و تقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء و البيع عن طريق شبكات الانترنت و يتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان او الشيكات الالكترونية او نقدا عند التسليم . (1)

3- مؤسسات الأعمال – إدارة حكومية Business to Government

و تشمل استخدام التكنولوجيا الرقمية في انجاز الاجراءات و المعاملات وعرض القوانين و الانظمة و التعليمات المنظمة لاعمال قطاعات الاعمال المختلفة وبيع الاعمال للحكومة منتجاتها و خدماتها الكترونيا و تسعى الحكومة من خلال هذه المجموعة الى أتمتة تفاعلاتها مع الاعمال ، من خلال تقديم المعلومات و الخدمات للاعمال الكترونيا ، و ادارة وجمع الضرائب . و من اهم التطبيقات في G2B التدبير الالكتروني للحكومة ،(2)

1- صارة بالساکر ، التجارة الالكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر ،مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية و التجارية تخصص تجارة دولية ، جامعة حمه لخضر الوادي ، الجزائر ، 2014-2015 ، ص 11.

2- محمد عبد حسين الطائي ، مرجع سابق ، ص 31 .

وتتمثل باستخدام الحكومة للانترنت في البحث عن الموردين لشراء لوازمها ، ة اختيارهم و متابعة تطبيق الاتفاقيات معهم ، و المشاركة في المزادات او المناقصات الالكترونية .

4- المستهلك - المنظمات الحكومية consumer to Government

و يقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك و الحكومة ، حيث ان الحكومة تسعى الى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير ، سواء من حيث الحصول على المعلومات و البيانات او تلبية بعض المطالب و بتكلفة قليلة ، و خير المثال على ذلك استخراج رخص السيارات و التراخيص للممارسة المهن و صرف الرواتب و المعاشات ، سداد الضرائب و الفواتير الكترونيا ، و كذلك خدمات المطارات .

و يلاحظ ان هذا النوع من التجارة الالكترونية يمر بمرحلة الطفولة المبكرة ، الا انه يتوقع توسعها و انتشارها بسرعة مع بدء استخدام الحكومات لعملياتها الخاصة لتعزيز الوعي باهمية التجارة الالكترونية وضمان ازدهارها .(1)

5- المستهلك - المستهلك consumer to consumer

حيث يكون التعامل بين الافراد و المستهلكين انفسهم ، و فيه تكون عملية البيع و الشراء بين المستهلك و مستهلك اخر من خلال و ضع اعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف بيع الاغراض الشخصية او بيع الخبرات الى الاخرين ، و يشمل ذلك المزادات الالكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الافراد ، مثال ذلك قيام مستهلك ما ببيع منزل او سيارة او أي منتج اخر لمستهلك اخر .(2)

6- التجارة الغير ربحية Non- business electronic commerce (3)

يهتم بهذا النوع من التجارة المؤسسات الدينية و الاجتماعية و الجمعيات الخيرية و التي تكون غاياتها انسانية ، و تركز على خدمة المجتمع العام او شرائح محددة ، و تحول هذه المنظمات غير الهادفة للربح نشاطها عبر الشبكة بغرض تخفيض التكاليف الادارية ، او تحسين صورة المنظمة ، او كنوع من انواع مواكبة التطورات التكنولوجية .

1- سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة مستوري قسنطينة الجزائر ، 2010-2011 ، ص 48 .

2 - محمد عبد حسين الطائي ، مرجع سابق ص 32 .

3 - سمية ديمش ، مرجع سابق ، ص 49 .



المبحث الثاني

قواعد التجارة الالكترونية



المبحث الثاني : قواعد التجارة الالكترونية

شاع استخدام نشاط التجارة الالكترونية في العديد من الدول وعلى العديد من الأصعدة ، و لتبني هذا النشاط في أي دولة لابد من توفر مقومات أساسية من بنية تحتية وقوانين وتشريعات وبيئة ملائمة .

المطلب الأول :مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية

تتمثل مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية في :

- 1- تتم المشاركة في التجارة الإلكترونية وفق قواعد السوق الحرة والشفافية والتنافس العادل .
- 2- تأكيد عالمية التجارة الإلكترونية ، فالسياسات الحكومية التي تؤثر فيها يجب ان تتم في إطار تعاون وتنسيق دوليين.
- 3- أن تعمل المعاملة الضريبية على تشجيع التجارة الإلكترونية، مقارنة بالطرق التقليدية للتجارة، وان تبتعد عن البيروقراطية التقليدية في العمل.
- 4- حماية المستهلك ولاسيما فيما يتعلق بالخصوصية والسرية. (1)
- 5- إضافة إلى تشجيع آلية مشاركة القطاع الخاص في صياغة سياسات التجارة الإلكترونية محليا ودوليا

المطلب الثاني :متطلبات التجارة الإلكترونية

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الإنترنت متاحة في أي مجتمع فإنه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها. وفي هذا القسم سوف نتناول، بإيجاز، هذه المتطلبات وفق التقسيمات التالية:

-البنية التحتية الإلكترونية :وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي (الفاكس، الهاتف،الانترنت، الحواسيب الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري.....) (2)

1- عمر اقبال المشهداني ، ابراهيم جوفل العبادي ،التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الالكترونية ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية و التسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 ، ص ص 8 - 9 .

2- صارة بالساكر ، التجارة الالكترونية و افاق تطورها في البلدان العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص 14 .

فهذه البنى التحتية تساعد على نمو التجارة الإلكترونية وتطويرها ومن جهة ثانية تساعد على انتشار استخدام الإنترنت الذي يعتبر بدوره السوق الإلكتروني الذي من خلاله تتم المعاملات والمبادلات التجارية.

2- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية : تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وبإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب، والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو البريد الإلكتروني والشروط اللازمة لذلك وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع ام كانت بين أطراف دول مختلفة .

3-توافر الكوادر البشرية :ويتمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في اي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت ومن ناحية أخرى التجارة الإلكترونية مايسمى بالاستعداد الإلكتروني أي المجتمع الإلكتروني القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت، ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية .(1)

المطلب الثالث :وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية والضريبية.

سنتعرض في هذا المطلب الى فرعين اساسين نذكر فيهما كل من وسائل الدفع و الابعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية .

الفرع الاول : وسائل دفع التجارة الإلكترونية

ان وسائل الدفع و السداد للتجارة الإلكترونية تمثل حجر الزاوية لنجاح و تطور هذا النوع من التجارة ، و تتمثل في ما يلي: (2)

1- صارة بالساكر ، مرجع سبق ذكره ،ص 15 .

2 - رشيد علام ، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي ، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال ، الاكاديمية العربية للتعليم العالي ، المملكة المتحدة ، 2010 ، ص 106 .

أولاً-البطاقات البنكية :وهي عبارة عن بطاقة مغنطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف، حيث تنقسم إلى ثلاث أنواع :

1- بطاقات الدفع :تصدرها البنوك او شركات التمويل الدولية بناءً على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقبل المسحوبات المتوقعة له.

2- البطاقات الائتمانية :وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

3- بطاقات الصرف الشهري :تختلف عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (اي ان الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر).

ثانياً-الشيك الإلكتروني :هو مثل الشيك التقليدي ، أمر بدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ مسمى إلى المستفيد (أو حامله)غير أنه يختلف عنه في أنه يرسل إلكترونياً عبر الإنترنت فبعد ان يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى البنك ليتم تحويل المبلغ لفائدته ثم يعيده إلى المستفيد مؤكداً له عملية التحويل، حيث يتم التوقيع عليه بتوقيع رقمي .

ثالثاً- النقود الالكترونية :هي قيمة نقدية مخزونة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية كبطاقة او ذاكرة كمبيوتر ، و مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي اصدرتها ، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية و الورقية ، وذلك بهدف احداث تحويلات الكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة ، كما ان النقود الالكترونية تتشابه مع النقود العادية في صلاحية كل منهما كوسيلة للدفع ، علاوة على تمتعهما بقدر واسع من القبول و ان كانت النقود العادية . (1)

حيث يمكن اعتبارها مجموع الاموال المحمولة عبر الطريق الالكتروني (سواء بين البنوك ، او البنوك و الافراد) ، تتمتع باهمية كبيرة ليس فقط بالمسبة للمستهلكين وانما للبائعين ايضا منها :

1- رشيد علام ، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي ، مرجع سبق ذكره ، ص 106 .

تسهيل عملية دفع ثمن الخدمات مثل فواتير الكهرباء و الماء و الصرف الصحي... الخ .

- تعد النقود الالكترونية وسيلة دفع أكثر امنا من الشيك .

- تسهيل جمع البيانات عن السوق و تفضيلات المستهلكين مما يعطي مؤشرات واضحة و يمكن ان

يستفيد منها التجار و منتجوا السلع في عمليات البيع و الإنتاج .

الفرع الثاني : الابعاد القانونية و الضريبية للتجارة الالكترونية

التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت ، حيث هذا الأخير يستلزم توفر فيه كل من الابعاد القانونية والضريبية .

اولا : الابعاد القانونية

حيث تتمثل هذه الابعاد في :

- 1- حقوق الملكية الفكرية : من ابرز القضايا التي تطرحها التجارة الالكترونية قضية العقود الالكترونية التي قد تجري ابرامها في شان منح التراخيص و استعمال العلامات التجارية و براءات الاختراع و ما اليها ، و قضية تحديد جهة الاختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه المسائل و تحديد القانون الواجب التطبيق (قانون الدولة) و اخيرا قضية تنفيذ الاحكام المتعلقة بنفس المنازعات حول حقوق الملكية الفكرية .
- و يمكن تعريفها بانها مجموعة معلومات و معارف و خبرات الشركة الخاصة بما في ذلك مكونات نشاطها و حضورها الرقمي (كما هو الحال في قواعد بياناتها ، شبكات اعمالها ، سلاسل القيمة القائمة على معلومات ، مواقع الويب الخ) التي تكون وتساهم في قدرة الشركة الداخلية والخارجية والتي يمكن تحويلها الى راس المال الفكري كما لحقوق الملكية الفكرية تحديات في العصر الرقمي حيث لاشك في ان الانترنت كانت شاملة التأثير لم تقتصر على التغير الواسع و الكبير في ظهور الاعمال الالكترونية ، و انما ايضا امتد تأثيرها الى حقوق الملكية الفكرية ، حيث توجد بعض التحديات التي تواجهها الاخير في مجال الاعمال الالكترونية منها : مشكلة الاحتكار و مشكلة المحاسبة التقليدية و الحقوق الملكية الفكرية . (1)

1- فارس فضيل ، حمزة ضويفي ، الابعاد القانونية و الضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية و التسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 ، ص 11 .

2- القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية : أن مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية تعد مشكلة هامة في ظل عدم وجود مستندات ورقية، فضلا من انتقال العملية عبر الحدود الإقليمية للدول كما ناقش الفقه القانوني مسألة القانون الواجب التطبيق على الاستهلاك الإلكتروني وانتهى الى خضوع عقود الاستهلاك الإلكتروني وانتهى الى خضوع عقود المستهلك لقانون الإرادة أي القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمنا، ولكن بتحفظ تام وهو أن الفقه وغالبية التشريعات قد أسفرت على أن اختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق، لا يجوز أن يتبعه حرمان المستهلك من الحماية التي توفرها له الأحكام الآمرة لقانون الدولة محل إقامته العادية .

3- الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية : إن أمن المعلومات عموما وأمن التجارة الإلكترونية هو أمن المعلومات المتبادلة على الخط ولذا تضع الولايات المتحدة الأمريكية أو بعض الدول المتقدمة قيودا ومراقبة على تصديرها خارج بلدانها، و تعتبر التشفير آلة ذو حدين، إذا أن استعمالها بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصر بعض الدول على منح أنظمة تشفير المتقدمة التي يستعصى حلها أو منع تشفيرها كليا، وهذا طبعا لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة أصبح أمرا مقبولا في ظل معايير التشفير التي هي جزء من أخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها المقررة بعد هذا التاريخ. (1)

4- إثبات العمليات: تنتج هذه المشكلة من ممارسة اتمام الصفقات الكترونيا دون وجود مستندات ورقية، الأمر الذي يؤدي الى صعوبة إثبات التعاملات والقيود و تحديد الالتزامات وذلك للحفاظ على الحقوق الملكية والوفاء بالعقود الإلكترونية، و بالتالي السؤال الذي سنجيب عليه وهو كيف يتم إثبات التعاملات المنفذة عبر الانترنت وهي غير مادية، ومن أجل معالجة هذا الإشكال طرحت عدة طرق منها :

- توسيع شروط قبولية الإثبات بوسيلة التسجيل الإلكتروني .

- إما توسيع فكرة بداية الإثبات الخطي .

1- فارس فضيل ، حمزة ضويفي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 11-12.

- إما بوضع استثناء جديدًا للالتزام بالإثبات الخطي الى جانب استثناءات قانونية قائمة.

ومن هنا كانت الحاجة الماسة فعلياً لإدخال تعديلات جوهرية على قوانين الإثبات وقوانين المعاملات التجارية بحيث تعترف بالاستناد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والسجل الإلكتروني وغيرها .

ثانياً: الأبعاد الضريبية للتجارة الإلكترونية

وتتمثل هذه الأبعاد في :

1- صعوبة حصر التعاملات والتعاقدات الإلكترونية وإثباتها: أن هناك صعوبة في عملية تحديد حجم نشاط التجارة التجارية الإلكترونية للضريبة، وذلك لأن الممول لن يعطي مصلحة الضرائب التشفيرة الخاصة بحجم تعاملاته على شبكة الانترنت، لأنها من أسرارها الخاصة، فضلاً عن أن الجهات القائمة عليها لا تمتلك حل الشفرة في غير الأحوال المقررة قانوناً وإلا عوقبت جنائياً و لهذا تبدوا الصعوبة في وجود مشكلات قانونية وإجرائية في مجال إثبات الوعاء الخاضع للضريبة في حالة نشوب نزاع قضائي بين الممول وبين مصلحة الضرائب، الأمر الذي يقتضي تعديل القوانين المتعلقة بالتشريعات الضريبية أياً كان نوع الضريبة، وكذلك تشريعات الجمارك حتى يمكن إخضاع نشاط هذه التجارة.

2- إعفاء أم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية: بتطبيق القوانين الضريبية التقليدية، فإن حصة كبيرة من المعاملات التجارية الإلكترونية على شبكة الانترنت معنية بالرسوم المفروضة على الأنشطة الاقتصادية، فالضرائب المباشرة يمكن أن تأخذ كوعاء ضريبي كل المداخل المحققة من وراء التجارة الإلكترونية على الشبكات، وكذا الأمر بالنسبة للضرائب الغير مباشرة.

غير أن الطبيعة الخاضعة للانترنت وصعوبة إخضاعها لقوانين ضريبية هما السبب في خلق جدال عالمي وهذا لمعرفة إذا كان يجب إخضاع معاملات التجارة على شبكة الانترنت أو لا للنظام الضريبي المعمول به في الأنشطة التجارية التقليدية، حيث ثمة اتجاه قوى على الصعيد العالمي ، لتترك الانترنت وما يجري عبرها من تعاملات تجارية دون خضوع للضرائب أو الجمارك، فقد دعت الحكومة الأمريكية والتحالف من أجل الأعمال الدولية الى الانترنت منطقة تجارة حرة. (1)

1- فارس فضيل ، حمزة ضويفي ، مرجع سبق ذكره ، ص15.

3- ضرورة تحديث القوانين : اجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حاليا من الصعب أن يتم تعديلها لتتفق مع التجارة الالكترونية، حيث أن التجارة الالكترونية لا تعرف حدود جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي محدود وفقا للاتفاقيات الضريبية إلا أن هناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا المجال :

أ- أسلوب الحياد الضريبي: أن الحياد الضريبي ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الالكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو التجارة عن بعد أو الالكترونية.

ب- فرض ضريبة الاستهلاك :يهدف هذا الاقتراح الى التحول من فرض الضريبة على الدخل الى فرض الضريبة على الاستهلاك و الملكية، حيث أن كل منهما منخفض وصعب إخفائه وتساعد هذه الضريبة في جميع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا بأي حال من الأحوال . (1)

1- فارس فضيل ، حمزة ضويفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .



المبحث الثالث

دراسة حالة لخطوات و أخطاء إنشاء موقع للتجارة الالكترونية



المبحث الثالث : دراسة حالة لخطوات و أخطاء إنشاء موقع للتجارة الالكترونية

من خلال دراستنا الميدانية اكتشفنا بان انجح المشاريع الناشئة الحالية هي ، بناء موقع للتجارة الالكترونية و يتطلب هذا الامر اتباع عدة خطوات رئيسية وايضا يجب تجنب الاخطاء التي يرتكبها اصحاب المتاجر الالكترونية . وهذا ماستتطرق له في هذا المبحث .

المطلب الاول : خطوات انشاء موقع للتجارة الالكترونية

لبناء موقع للتجارة الالكترونية ناجح يجب تتبع عدة خطوات اساسية وهي :

الخطوة الاولى : تقرير ما سوف يتم بيعه

في البداية يجب اختيار نوع المنتج والخدمة التي ستقدم لاستهداف السوق الملائمة للمنتج او الخدمة ، و كيف ستعرضها بالموقع و على سبيل المثال ان بيع الكتب القديمة و النادرة سيكون لهذا النوع العديد من العملاء ، اما اذا قمت باختيار قصص الرعب و الاشباح فانه من الصعب العثور على هذا النوع من العملاء .

الخطوة الثانية : تحديد سلة التسوق

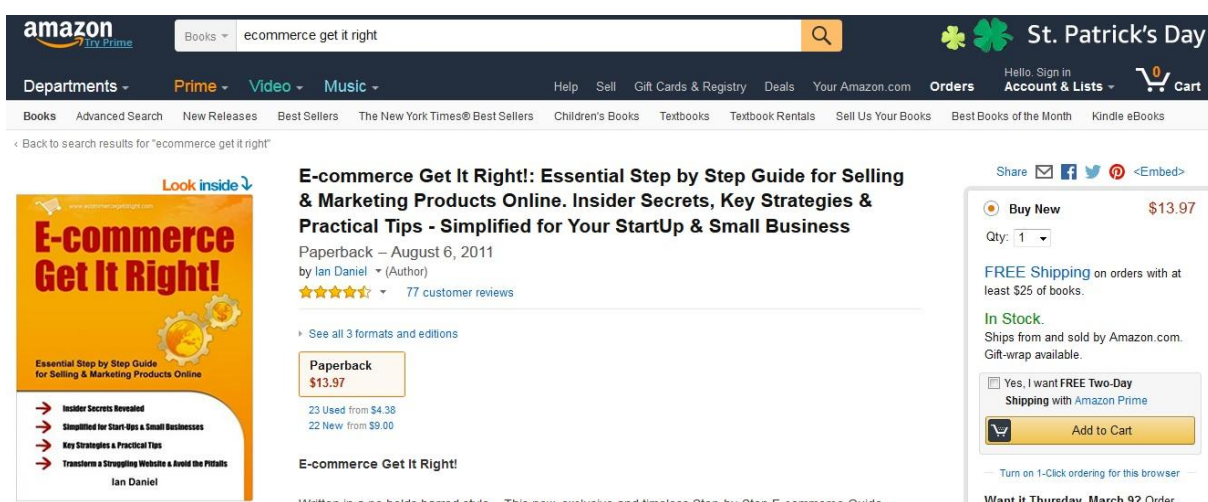
برنامج عربة التسوق يسمح باعداد المنتجات و الخدمات الخاصة للبيع على شبكة الانترنت حيث ستحتاج الى تحديد العربة التي توفر الوظيفة المراد البحث عنها ، فهناك العديد من عربات التسوق المتاحة تجاريا للاختيار من بينها :

- الاحتياج الى البحث عن عربة التي توفر ادوات التاجر و تدعم العديد من خيارات وسائل الدفع و يقدم تسهيل للشحن و الضرائب و الابلاغ وتتمتع بالامن المناسب ويقدم الاحصاءات في الوقت الحقيقي .
- تحديد سلة تسوق تتوافق مع بوابة الدفع سيؤدي ذلك الى القاء الضوء على التكلفة المرتبطة بدمج سلة التسوق و حساب التاجر .

الخطوة الثالثة : اختيار منصة التجارة الالكترونية

هناك طن من الخيارات التي يجب اختيارها بشكل جيد كي تكون في المتجر، فهناك ثلاثة أنواع رئيسية من المواقع التي يمكن الاختيار من بينها :

1 – منصة مخصصة للتجارة الالكترونية و هو تصميم وتنفيذ منصة مخصصة للتجارة الإلكترونية من الصفر . أي منصة تم إنشائها في الأساس لصاحب هذا الحساب. هذا يشمل التصميم، البرمجة، الصيانة، التطوير، التحديث، وأي شيء آخر. التي من شأنها ان تتيح اعداد متجر اكثر تخصصا لبيع المنتجات مقابل عمولة وهذا الخيار يناسبه موقع الامazon .



2-منصة جاهزة للتجارة الالكترونية وهو أن تختار منصة تم إعدادها وتخصيصها في الأساس للتجارة الإلكترونية. هناك العديد من المنصات الجاهزة مثل ياهو مير تشانت سولوتيونس فهو الطريق الأكثر شعبية و امان ، لديها طن من المميزات التي تساعد في توفير المخزون الخاص و يكون على استعداد لدفع رسوم شهرية حيث تبدأ في حوالي \$40 في الشهر بالاضافة الى رسوم اعداد \$50 ورسوم المعاملات في حوالي 1.5% .

3- منصة التجارة الالكترونية و هي اختيار القالب المناسب لنوعية المشروع الخاص بكل مميزاته ووظائفه، و يوصف العلامة التجارية بشكل حصري .

المصدر من مؤسسة الخوارزمي : دراسة لشركة ما جيكتود .

فاذا كانت الرغبة في توفير المخزون الخاص ولا تريد تدفع رسوم شهرية ،يجب البحث عن موقع 100% مجانا (اي رسوم شهرية ،والمعاملات او الرسوم الخفية) ، ولديه خيار الترقية، مثال على هذا النوع من الموقع هو MiiDuu.com،وهو خالي تماما لمخزون قياسي وحوالي \$30 في الشهر لمتجر المحترفين .المتجر القياسي هو بالفعل ميزة الغنية والسهولة الاستعمال جدا ، لذلك انها مدخل كبير في التجارة الالكترونية

الخطوة الرابعة :اعداد المتجر

هذا هو المكان الذي ياتي فيه العمل ، يتطلب الحصول على كل التفاصيل الخاصة و جمع المعلومات اللازمة وكل المواقع المذكورة اعلاه فهي سهلة الاستخدام ولا تتطلب الكثير من الدهاء التكنولوجي .

من المهم اثناء تطوير الموقع الانتباه لادق التفاصيل و محاولة بقدر المستطاع ان يكون موقع المتجر مريحا وسهل الاستخدام وكل جزء منه واضح تماما للمستخدم و من الافضل ان تجعل خيارات الدفع ، خيارات الشحن ، الضرائب المطبقة متعددة ليختار منها العميل ما يناسبه و ما يثق به .

و يجب تنظيم جميع المنتجات الخاصة الى فئات بديهية والفئات الفرعية اذا كان موقع الاستضافة يحتوي على الخيارات " منتجات مميزة " او "المنتجات الاكثر مبيعا "، فيجب تعيين هذه الخيارات ايضا ،يجب زيارة المتجر و في الكثير من الاحيان محاولة التنقل بشكل متكرر اثناء عملية الاعداد.

وجود الاصدقاء والعائلة سيكون مفيد في معرفة اي مشاكل مع عملية التخطيط الخاص او عملية الخروج لاختبار الموقع .

الخطوة الخامسة :اعداد بوابة الدفع

هو التطبيق الذي يربط عربة التسوق وموقع الويب الخاص الى حساب التاجر الخاص به ،و وظيفة بوابة الدفع هي جمع المعلومات ببطاقة الائتمان من العملاء ، وتشفيرها وارسلها الى حساب التاجر للمعالجة .

عند اختيار بوابة الدفع يجب تحديد وحدة متوافقة مع سلة التسوق الخاصة ، ويقدم تسعير جيد ، ولديه القدرة على تسهيل جميع وظائف الدفع (المدفوعات ، فراغات ،المبالغ المستردة،...الخ)، ويوفر الحماية من الاحتيال القوي وهو متوافق وله واجهة لتشغيل التقارير على المبيعات الخاصة الخطوة السادسة :تحديد حساب التاجر

وظيفة حساب التاجر هي تفويض البطاقة التي يتم استخدامها لدفع من ثم ايداع تلك المعاملات المصرح بها في الحساب المصرفي . من المهم اختيار حساب التاجر الذي يقدم معدلات جيدة في المعالجة ، فليديه 24 ساعة بدوره حول المعاملات المستقرة ، ويقدم دعم العملاء الممتازين ، ولديها معاملات مخاطرة كبيرة من الاحتيال و استنزاف حساب التاجر ، فان المعالج الذي يقف وراء الحساب يتشاور لافضل طريقة اعداد موقع التجارة الالكترونية الخاص .

الخطوة السابعة : تسويق المتجر

هناك الكثير من متاجر السوق التي تاكد ان السوق متجر على الانترنت ليس مثل متجر مادي حيث ان الناس سوف تمر فقط في طريقهم في اشياء اخرى حتى لو كانت اعلان .

التاكد من استخدام الكثير من الكلمات الرئيسية في نص المتجر وانشاء العديد من الروابط الخلفية من اجل تحفيز حركة المرور وتحريك الطريق الى نتائج محرك للبحث

اولا يجب البحث عن الكلمات الرئيسية من خلال البحث عنها في الجوجل اوياهو او محرك البحث المفضل وقياس شعبية الكلمة الرئيسية ، اذا كان يحصل الملايين من الزيارات في 25 ثانية ، و سوف يكون من الصعب جدا تسلق النتائج و الحصول على متجر ينظر في نفس الوقت .

بعد اختيار الكلمات الرئيسية يجب التاكيد من استخدامها .فالتدوين هو وسيلة رائعة للقيام بذلك ، وخاصة اذا كان نشر المشاركات ذات الصلة المثيرة للاهتمام و ليس فقط للاعلانات

الخطوة الثامنة :الحفاظ على الموقع الخاص

الان بعد وجود المتجر يجب التاكد للتدفق المستمر من العملاء للحفاظ عليه ، و اعداد تحديث المخزون الخاص والمنتجات المميزة بانتظام ، وسنحتاج الى تحديث الكلمات الرئيسية لجعلها اكثر فعالية ، ولاجراء ذلك الاشتراك في خدمة مثل غوغل اناليتيكش حتى نتمكن من معرفة ما اجرى الاشخاص بحثا للوصول الى الموقع ، من هناك يمكن معرفة الكلمات الرئيسية التي تعمل والتي لا تعمل على تعديل الكلمات الرئيسية وفقا لذلك .

المطلب الثاني : لمحة عن موقع للتجارة الالكترونية (موقع علي بابا)

سنتطرق في هذا المطلب الى نبذة من اكبر المواقع للتجارة الالكترونية (موقع علي بابا)

الفرع الاول : التعريف بالموقع

علي بابا دوت كوم (Alibaba.com) (الصينية: 阿里巴巴) هو أكبر وأهم موقع صيني للتجارة الإلكترونية، والموقع متخصص في تداول المبيعات على شبكة الإنترنت للشركات من جميع أنحاء العالم وبلغات متعددة. تمتلك مجموعة علي بابا القابضة (غير المدرجة في البورصة) حصة 71.5% من مجموع أسهم موقع علي بابا في بورصة هونغ كونغ، حيث يمتلك مؤسسها "جاك ما" وأسرته حصة 7.4% من مجموع الشركة القابضة، فيما يستحوذ موقع ياهو على أكثر من ذلك بعد بيع بعض أصول الشركة له (ما بين 33% . 24%) . في يوليو 2011، كانت مجموعة علي بابا القابضة تستحوذ على 3 مواقع من أصل 100 موقع الأكثر زيارة في العالم وهم موقع : (تاوباو (14)، موقع علي بابا (56)، علي باي (موقع) (85)، بالإضافة إلى موقع ياهو الصيني بمعدل مجموعه 42 مليون زائر شهريا حسب مخطط الإعلانات التابع لجوجل. ولقد اكتتب على أسهم علي بابا في السوق يوم الخميس الثامن عشر من سبتمبر 2014 بسعر 68 دولار أمريكي للسهم الواحد وبحجم 25 مليار دولار. وتراوح سعر السهم الواحد في عام 2015 بين 60 و 66 دولار أمريكي. وكان قد تم اكتتاب هذا السهم في بورصة شنغهاي وهونغ كونغ عام 2010 والذي جمع 22 مليار دولار. ويزداد الطلب عليها بشكل متواصل مما يبنى بتحقيق ارباح كبيرة جدا للشركة.

يعتبر موقع علي بابا دوت كوم شريكاً إلى جنب خدمة التجارة الأمريكية (وزارة التجارة الامريكية) وموقع مجلس هونغ كونغ لتنمية التجارة لمقدمي الخدمات الدولية: جلوبال تريد دوت نت. في بداية شهر فبراير 2014، قدرت بلومبرغ قيمة موقع علي بابا بمبلغ 153 مليار دولار.

الفرع الثاني : مجموعة علي بابا

مجموعة علي بابا القابضة (صينية مبسطة : 阿里巴巴集团 ؛ صينية تقليدية : 阿里巴巴集團 ؛ بينيين : Ālǐbābā Jítuán) هي شركة صينية في حوزة القطاع الخاص الصيني تكسب جل إيراداتها من

أنشطتها التجارية عبر شبكة الإنترنت بما في ذلك محرك بحث للتسوق وخدمات الحوسبة السحابية وخدمات الدفع عبر الإنترنت وتجارة الجملة والتجزئة، إضافة إلى سوق عام يهدف لتسهيل التجارة بين الشركات والأفراد والتجار، على الصعيدين الدولي والصيني.

ويقع مقرها الرئيسي بمدينة هانغتشو، في جمهورية الصين الشعبية إذ حسب إحصاءات سنة 2014 توظف مجموعة علي بابا والشركات التابعة لها أكثر من 22,000 شخص [1] في أكثر من 70 مدينة ومنطقة، بما في ذلك الصين ، هونغ كونغ ، الهند ، اليابان ، كوريا ، تاوان ، المملكة المتحدة و الولايات المتحدة الأمريكية.

في عام 2012، قدرت قيمة مبيعات موقعين تابعين للمجموعة بـ 1.1 تريليون يوان (170 مليار دولار) بمعدل أكثر من موقعي المنافسين إيباي و أمازون مجتمعة [3] و في مارس 2013 قدرت المجلة الاقتصادية ذي إيكونوميست القيمة ما بين 55 مليار دولار لأكثر من 120 مليار دولار.

تم إنشاء المجموعة في عام 1999 عندما أراد مؤسسها جاك ما إنشاء بوابة إلكترونية موجهة للأعمال لربط الصناع والتجار الصينيين بالمشتريين من جميع أنحاء العالم أسماها علي بابا دوت كوم ثم أنشئ موقع تاوباو على غرار موقع إيباي الموجه من المستهلك إلى المستهلك، والذي يعتبر واحداً من 20 مواقعاً الأكثر زيارة على مستوى العالم بضمه لما يقرب من مليار منتج. تمثل مواقع مجموعة علي بابا القابضة أكثر من 60% من الطرود المسلمة للصين.

يمثل موقع علي باي (Alipay) خدمة الدفع المضمون عبر الإنترنت، ما يقرب نصف جميع معاملات الدفع الإلكتروني داخل الصين. تشكل فيها خدمات علي بابا الغالبية العظمى من هذه المدفوعات المستخدمة. حالياً تسعى المجموعة لطرح أيبيل دوفر في الولايات المتحدة بعد تعذر التوصل إلى إتفاق مع المنظمين في هونغ كونغ.

المطلب الثالث :أكبر اخطاء الشركات الصغيرة عند فتح موقع التجارة الالكترونية

بعد مناقشات مطولة مع فريق الدعم الذي يعمل بنشاط مع أكثر من 500 شركة تجارية إلكترونية جديدة ، تم الموافقة بالإجماع على ان هذه هي أكبر 5 أخطاء يقوم بها الافراد والشركات الصغيرة، و بما في ذلك هنا كيفية تجنب هذه المزالق حتى فتح متجر للتجارة الالكترونية حتى التعلم اخطاء الجميع .

1-التقليل من شأن العمل

هناك الكثير من الناس يدخلون في مجال التجارة الالكترونية مع نية كسب المال السهل او السريع ،والفكرة ان كل ما عليك القيام به هو اتخاذ اوامر شحن المنتج الكترونيا ، فانها لاتزال تتطلب قدرا كبيرا من الاهتمام والتعلم والجهد البدني لتنفيذ والنمو والمحافظة عليه.

قد تفكر في الاستعانة بمصادر خارجية لبعض عناصر العمل ، ومع ذلك تكون قادرة على الحصول على اكبر قدر من السيطرة والرؤية ممكن في المنزل غالبا ما يكون الحل الاكثر فعالية تحتاج الى الفهم من حيث التكلفة ، وخاصة في المراحل المبكرة لإنشاء الأعمال التجارية مثل اي دولة اخرى ،وهذه فرصة للنجاح حيث ستكون اكبر بكثير اذا كان احد الأعضاء الرئيسيين في الفريق هو مورد كبير بالانترنت ، وتشارك بشكل وثيق للحصول على وصف اكثر تفصيلا لما ينطوي عليه انشاء متجر على الانترنت .

2-عدم التخطيط للعمل

ان التفكير في المسائل التالية لمعالجة كل قضية قبل ان تحدث

- التعرف على السوق و المنتجات المباعة .

- التعرف على العملاء المستهدفين .

- التعرف على المشكلة ومعرفة كيفية تقديم الحل .

- التعرف على المنافسين الرئيسيين وماهي نقاط القوة والضعف عندهم .

- الاستفادة من نقاط ضعف المنافسين .

يمكن ان تساعد معالجة هذه الاسئلة الرئيسية في تشكيل الاساس والاستراتيجية الاولى لاي مشروع تجاري جديد.

3- لاوجود لاستراتيجية التسويق

التسويق ليس هدف ينتهي، بل وسيلة دائمة التكرار، ولا يجب بأي حال أن تتوقف عن التسويق لا قبل إنشاء المتجر الإلكتروني ولا بعد إطلاقه، والاستراتيجيات التالية مُهمّة للغاية في تسويق متحرك الإلكتروني:

- يجب وضع نظام تحليلي و تتبع اساسي للتجارة الالكترونية على الاقل مثل غوغل اناليتيكس .
- معرفة الفرق بين كبار المسؤولين الاقتصاديين .
- فهم اهمية وسائل الاعلام الاجتماعية .
- معرفة بحوث التسويق و متابعتها للبيع من خلال المنصات .
- عدم التوقف عن بناء السمعة الجيدة للمتجر، و يمكن فعل ذلك بعمل دورات تدريبية والتسويق الاعلاني المستمر وبناء الثقة بين المتجر وبين المستخدم.
- تقديم عروض دعائية من وقت لآخر وفي المناسبات مثل المسابقات، تخفيضات، هدايا إضافية.
- في حين ان البداية يتم توثيق استراتيجيات التسويق عبر الانترنت بشكل جيد والاستفادة من بحوث الآخرين ومعرفة ما يعمل (ولا يعمل) . للعمل والصناعة ولكن هناك الكثير للتسويق عبر الانترنت ومن المهم ان يكون لديك فهم جيد للجميع و مجالات التي ترغب في الاستعانة بمصادر خارجية للمهنيين ذوي الخبرة ، وخاصة في مجالات كبار المسؤولين الاقتصاديين .

4-اختيار منصة التجارة الالكترونية خاطئة

الجانب الأكثر أهمية في هذا القرار هو أنه يجب على التاجر اختيار منصة جيدة تحتوي على الوظائف الضرورية التي تساعد الشركة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية. بالإضافة إلى ذلك، يجب على المنصة أن تحتوي على خاصية التخصيص لتناسب مع الاحتياجات الخاصة وأن تكون مرنة بما فيه الكفاية لكي تستطيع أن تسير نمو الشركة.

عموما ، سيكون الخيار الخاطئ لمنصة تجارة الكترونية غير مناسبة و غير مخصصة بشكل لاداعي لها و غير مدعومة مهنيا .

هناك نوعان من الحلول الاولى التي من المحتمل ان تختار :

حل التجارة الالكترونية المستضاف مثل SHOPIF.COM او ESTY.COM

او تثبيت مخصص لبرنامج شعبية للتجارة الالكترونية مثل الماجنتو ، ووكومرس اوكس - كارت

تشير الشهرة والسمعة عادة الى ان النظام الاساسي قد تم اختباره بشكل جيد ويتم تحديثه بانتظام ايضا يكون على بيئة من القدرة التقنية الخاصة عند النظر في نطاق الدعم الذي هو متاح غالبا ما يكون من المفيد دفع رسوم جارية اعلى للحصول على الدعم الفوري للمنصة الحاجة اليها

ايضا ، يجب التأكد من ان موقع الويب الخاص سوف يكون قادر على توفير تجربة المستخدم الامثل يعد مسار المستخدم هذا احد اهم جوانب موقع الويب .

5- عرض المنتجات الضعيفة

غالبا مالا تضع شركات التجارة الالكترونية نفسها بشكل موضوعي في وضع حرج مع زوار موقعها الالكتروني ، كما ان ادراك كيفية عرض المنتجات او الخدمات للزائر يمثل مجالا بالغ الاهمية غالبا ما يتم اهماله .

يجب معرفة ان الموقع على الويب هو واجهة المتجر ومندوب المبيعات فقط صورة ذات جودة عالية وجيدة الحجم لجميع المنتجات التي تخزنها ، ويجب ان تتضمن وصفا جيدا ان لم يكن ممتازا و يتضمن معلومات اساسية مثل القياسات والحجم و اللون واي شي اخر وانخراط معلومات المنتج يزيد من تجربة المتسوقين قد يساعد العملاء لاجراء عملية شراء ويزيد الفرص في البيع .

يمكن الحصول على فرصة واحدة لتقديم المنتج الخاص للزائر ، تاخذ من الوقت لانشاء صفحات المنتج مذهلة وبمجرد ان يتم اعداد الصفحة سوف يبقى البيع مرارا وتكرار وهذا هو المكان المناسب .

التجارة الالكترونية هي وسيلة رائعة للطلب حيث تعمل محلات هاون لتوسيع قاعدة عملائها ، افضل متجر للتجارة الالكترونية AMAZON.COM منصة كبيرة للاحلام لبدء الشركات الكبيرة ، بعد كل ذلك هو بالتأكيد يستحق الوقت لاعداد متجر على الانترنت بشكل منهجي و القيام بالبحوث الخاصة بك وتكون على استعداد لبناء عليه عمدا وفعالية .



الخاتمة



الخاتمة :

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد و مؤسسات و إدارات ، لما تمنحه من إنفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج و البحث عن زبائن و أسواق جديدة ، عبر الوسائل الإلكترونية بالإعتماد على نظم الدفع و السداد الحديثة .

و إن إعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة و الإختراق لمواقعها و تدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول العالم و الهيئات

أخيرا و كخلاصة فإن ظاهرة العولمة عززتها التطورات الحاصلة في مختلف تكنولوجيا الإتصال ، مما سرع في وتيرتها غزى عدة ميادين منها الإقتصاد حيث جعل دولا تعرف تطورا رهيبا في مجال التجارة الإلكترونية و تشكل فجوة كبيرة بينها و بين الدول الأخرى تعرف تأخرا كبيرا و لم تصل دول العالم المتقدم إلى هذا المستوى إلا بالإهتمام بالعلم و تطبيقه في جميع المجالات .

نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية الاولى : نعني بالتجارة الالكترونية نوع من عمليات البيع و الشراء مابين المستهلكين و المنتجين باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث يتم عرض امام العميل كل المعلومات التي يطلبها في اي وقت و مكان بواسطة شبكة الانترنت اثبتت صحتها من خلال انها منهج حديث الاعمال يعتمد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال وخاصة الانترنت فهي تساعد على الامتداد الاقليمي الى مختلف القارات لأكبر قدر من العملاء في اقل وقت وتكلفة .

- الفرضية الثانية: تتركز التجارة الالكترونية على مجموعة من القواعد تتمثل في مبادئ و متطلبات لتسهيل انتشارها واثبتت صحتها من خلال ان قواعد التجارة الالكترونية ان تتم المشاركة وفق قواعد السوق الحرة ولشفافية والتنافس العادل .

الفرضية الثالثة : ان انشاء موقع للتجارة الالكترونية يتم باتباع عدة خطوات اساسية و اثبتت صحتها من خلال اتباع ثنائي خطوات من ابرزها هي تقرير ما سوف يتم بيعه وتحديد سلة التسوق الى غاية الحفاظ على الموقع الخاص .

التوصيات

- ضرورة القيام بدراسات جديدة حول هذا الموضوع الهام .
- ضرورة حماية المواقع من مخاطر القرصنة والفيروسات والنصب والاحتيال .
- ضرورة حماية المواقع من انتهاك خصوصية كل من البائع والمشتري .



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع

❖ الكتب :

- 1- اسامة عبد المنعم و دميثان المجالي ، التجارة الالكترونية ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 2013 .
- 2- رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، مصر ، 1999.
- 3- محمد عبد حسين الطائي ، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر و التوزيع الاردن ، 2010 .

❖ مذكرات :

- 1- رشيد علام ، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي ، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال ، الاكاديمية العربية للتعليم العالي ، المملكة المتحدة ، 2010 .
- 2- سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري قسنطينة الجزائر، 2010-2011 .
- 3- صارة بالساكر ، التجارة الالكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر ،مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية و التجارية تخصص تجارة دولية ، جامعة حمه لخضر الوادي ، الجزائر 2014-2015 .

❖ الملتقيات والندوات :

- 1- عمر اقبال المشهداني ، ابراهيم جوفل العبادي ،التحديات التي تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في ظل عمليات التجارة الالكترونية ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية و التسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 .

2- فارس فضيل ، حمزة ضويفي ، الابعاد القانونية و الضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة ،
الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ،
معهد العلوم الاقتصادية و التسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 .

❖ المصادر

1- مؤسسة الخوارزمي هي مؤسسة خاصة للتدريس و التكوين في عدة مجالات ،مقرها بالوادي ، الجزائر .