

## الأنترنت والتجارة الإلكترونية

بوزارة أحلام

جامعة سيدي بلعباس

تحت إشراف أ.د. صحبي محمد (جامعة وهران 1 أحمد بن بلة)

نتحدث اليوم عن التجارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية، الإدارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني، مجتمع بلا ورق، مجتمع المعلومات، ثورة المعلومات.... وغيرها من المصطلحات الدخيلة والمرتبطة ببعضها البعض والتي كانت نتاجا وحتمية لفكرة العولمة.

فقد عكست صورة "العالم عبارة عن قرية واحدة" مما دفع بالمنظمات والمؤسسات والهيئات والدول ككل إلى الولوج والإضمحلال والإنصهار في ما يسمى بعصر الإقتصاد الجديد والإقتصاد الرقمي وتبني فكرة مساندة ومواكبة التطور الحاصل والتغيير الجذري في التجارة والتسويق، التعليم، الصناعة، الإقتصاد.... بصفة خاصة ونمط العيش ككل بصفة عامة.

فالنمو الهائل، الكبير والمتسارع في حجم الإنتاج الفكري والذي أشارت الدراسات في هذا المجال أن الأرض لو غلفت أو تغطت كليا بالوثائق التي تنتج يوميا لوصل العدد إلى عشرون غلاف من الورق، لأن ما أنتج في الثلاثين سنة الأخيرة من القرن الماضي فاق ما أنتجته البشرية كلها في خمسة آلاف سنة. هذا ما جعل الإنسان العادي والبسيط الذي يعيش في العصر الحالي أن يصاب بما يسمى بالإرهاق المعلوماتي في بيئة أصبحت السيطرة على الإنتاج الفكري من سابع المستحيلات.

فمصطلح التجارة الإلكترونية أو E-Commerce يمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي يقوم على تفاعل أطراف التبادل إلكترونيا بدلا من التبادل المادي أو الإتصال المادي المباشر. فإن المنافسة العالمية وتوقعات العملاء جعل المؤسسات المختلفة تعيد النظر في تنظيماتها وعملياتها. وقد جاءت التجارة الإلكترونية كوسيلة لدعم مثل هذه التغييرات على المستوى العالمي.

كما تعرف على أنها عبارة عن منهج حديث في الأعمال موجه لترويج وبيع السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الإتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم قرار الأفراد والمنظمات. وهي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين أوبين مؤسسات الأعمال بعضهم البعض باستعمال وسائل إلكترونية أو عبر شبكة الأنترنت<sup>(1)</sup>.

ونستنتج من هذه التعاريف المختلفة أن مفهوم التجارة الإلكترونية هو أكبر من مجرد تبادل عبر الأنترنت. إنها أسلوب تجاري متقدم يعتمد في نجاحه على قدرة الشركة أو المؤسسة أيا كانت على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعة أو خدمات أو أفكار من خلال آليات إقناعية وخطط تسويقية محكمة تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق رضا العميل من خلال إشباع حاجياته الحقيقية. ولهذا تحتاج المؤسسة التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية إلى قاعدة بيانات تساعد في قياس جودة ما تقدمه من سلع وخدمات، وتحديد العوامل التي يوليها العملاء أهمية عالية لمعرفة آليات التطوير عند الحاجة<sup>(2)</sup>.

فالتجارة الإلكترونية هي أكثر المصطلحات والموضوعات تداولاً وانتشاراً هذه الأيام سواء على مستوى الأفراد أو القطاعات بما فيها الخاصة والحكومية العامة لما حققته من أرباح وفوائد على جميع الأصعدة والمجالات. فهي أحد المفاهيم الحديثة التي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية والمعاصرة حتى أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي ترتبط بثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات ارتباطاً وثيقاً. فما هي إلا أحد الأوجه الرئيسية لأعمال إلكترونية حالها حال البريد الإلكتروني والبنوك الإلكترونية والتجهيز الإلكتروني والهندسة الإلكترونية وغيرها من الأعمال الإلكترونية الأخرى التي شاع استخدامها في الوقت الحاضر والتي لا زالت تنمو بشكل متسارع بدخولها قطاعات مختلفة ومتعددة. وقبل الخوض والتوسع أكثر في موضوع التجارة الإلكترونية علينا التحدث أولاً عن المولد الحقيقي والدافع الأكبر الذي كان له الفضل في انبثاق هذا النوع من الأعمال ألا وهو موضوع الأنترنت هذه الشبكة العنكبوتية التي قلبت الموازين رأساً على عقب. لهذا سنحاول من خلال هذا المقال إبراز بعض مزايا وخصائص شبكة الأنترنت، وكيفية استغلالها ضمن نشاط التجارة الإلكترونية؟ وماهي أنواع مصادر المعلومات الإلكترونية التي تتيحها....؟ وهذا قصد توضيح مدى إفادتها ونجاعته في تسهيل

طرق البيع والإشهار وكذا التسويق والإسترداد... وكل مستلزمات التعامل التجاري عبر الخطوط الهاتفية أو ما يدعى بالتجارة الإلكترونية .

لذا تعتبر الأنترنت قاعدة للتجارة الإلكترونية فمنذ بضع سنين لم تكن الشركات التجارية والمؤسسات الوثائقية تولي اهتماما كبيرا لاستخدام الأنترنت في نشاطاتها اليومية، ولكن مع التطور المذهل الذي تشهده هذه الأخيرة والتي أحدثت ثورة في المجتمع ككل. إذ لم نعد نتصور اليوم أنه يمكن لأي مؤسسة عبر العالم أن تتجاهل هذه التكنولوجيا على جميع القطاعات دون استثناء. فالوعي بأهمية استعمال شبكة الأنترنت العالمية كقاعدة تجارية وتسويقية، يزداد يوما بعد يوم على مستوى المؤسسات والشركات والهيئات الحكومية وحتى الأفراد، وهذا لما تتميز به هذه الشبكة وما توفره من خدمات ومزايا لمستعملها كأداة للإتصال والإشهار والتواجد على الساحة العالمية والتعرف على محيطها.

فلقد أصبحت المعلوماتية في الزمن الحاضر تشكل موردا أساسيا يتحكم في تسيير جميع الأنشطة الحيوية. وعليه نجد في الوقت الراهن أن قوة أي دولة ترهن بالقدرة على اكتساب المعلومة وإنتاجها وهذا عكس التفكير السائد في الأزمنة الفارطة أين كانت القوة ترتبط بالخيار العسكري.

فقد أدت التحولات الجذرية الحاصلة في ميدان التكنولوجيا، إلى ميلاد شبكات نقل المعلومات السريعة، أهمها شبكة الأنترنت التي تعتبر وسيلة فعالة وذات مردودية للوصول إلى المعلومات ونشرها. كما تعتبر من أعظم الإنجازات في تاريخ الحاسوب والإتصالات حيث تعتبر من التقنيات التي أحدثت ثورة في أسلوب التعامل بين المهتمين بأمور الحاسوب عامة والعاملين في قطاع العلوم الأخرى خاصة. حيث فرضت شبكة الأنترنت والتي يعود ابتكارها إلى زمن ليس بالبعيد نفسها بقوة على الساحة العالمية كأكبر شبكة للمعلومات وبالأحرى شبكة الشبكات كما يحلو للبعض تسميتها وقد وصفت كذلك بالعديد من العبارات مثلا: شبكة العنكبوت العالمية، قرية إلكترونية عالمية، القارة السابعة، الطريق العريض للمعلومات،<sup>(3)</sup>.... فعدد وأشكال المصادر الناقلة للمعلومات، وكذلك الموضوعات المتشعبة والمتداخلة التي تعكسها مثل تلك المعلومات، قد فرضت علينا اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة كنتيجة حتمية لتأمين السيطرة على المعلومات وتحقيقها للباحثين والمستفيدين الآخرين بالسرعة والشمولية والدقة التي يتطلبها منطلق العصر، ومن أية بقعة جغرافية في هذا العالم، الذي أصبح يمثل بيت صغير ينظر إليه الإنسان من خلال شاشة الحاسوب. من هذا المنطلق يمكننا إعطاء تعريف لهذه الشبكة<sup>(4)</sup>:

**تعريف الأنترنت: linterne** بالإنجليزية مشتقة من **International net work** الشبكة العالمية،

وهي مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب الموجودة في آلاف الأماكن حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب استخدام حواسيب أخرى للعثور على المعلومات أو التشارك في ملفات، ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم، وذلك بسبب وجود بروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية تبادل المعارف. إذن الأنترنت تعتبر انتقالا من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات<sup>(5)</sup>.

**فهي تعتبر كمصدر للمعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات** بالإضافة إلى (الخصائص) الفوائد الكثيرة التي تم الحديث عنها فيما سبق، فإن المكتبات ومراكز المعلومات يمكنها استعمال هذه الشبكة لأغراض أخرى خاصة بما ومنها مثلا وبصفتها أداة مرجعية أنها رصيد هائل من المصادر المختلفة.

وتمكننا من الوصول إلى البيانات البيولوجرافية لملايين الكتب وغيرها من أشكال مصادر المعلومات ومقتنيات المكتبات الجامعية والبحثية في جميع أنحاء العالم. كما تعطينا الإجابة عن الأسئلة المرجعية الصعبة أو المعقدة. وتتيح لنا جمع الأخبار والحقائق وتخزينها في الحاسوب لاستعمالها في وقت لاحق لأغراض مرجعية. وكذلك البحث في الفهارس الآلية للمكتبات ومراكز المعلومات في جميع أنحاء العالم<sup>(6)</sup>. مع تنمية مصادر المعلومات من خلال فحص العناوين الجديدة وطلبها من الناشرين مباشرة، وكذا توفير إمكانية معرفة حالة هذه المصادر في الأسواق من ناحية توفرها أو عدم توفرها. دون ان ننسى الاتصال المباشر بالباحثين والعلماء وأنها وسيلة تربط أمناء المكتبات وأخصائي المعلومات من خلال قوائم المناقشة والمؤتمرات الإلكترونية<sup>(7)</sup>. فقد تشمل الأنترنت على آلاف المجالات والنشرات الإخبارية الإلكترونية في مواضيع مختلفة والتي يمكن للمكتبات الاستفادة منها. كما تمكننا من الحصول على الأعداد السابقة من المجالات الإلكترونية من خلال بروتوكول نقل الملفات (FTP) حيث تتوفر هذه المجالات وغيرها من المراجع والبرمجيات على الخادومات. والأهم من ذلك أن هذه الشبكة

تقضي على المسافة والزمن بجمعها المواد الفكرية معا، وهي تؤكد على أولوية التعاون والمشاركة في المصادر والموارد. ويمكن القول بأن ديمومة المكتبات ومراكز المعلومات مستقبلا سيعتمد إلى حد كبير على استيعابها للتغيير وللتكنولوجيا الحديثة ومدى اعتمادها على تبادل المعلومات وتدفقها وإزاحة الحواجز في هذا المجال<sup>(8)</sup>.

### أسباب اللجوء إلى مصادر المعلومات الالكترونية:

لقد أصبح لزاما على الباحثين وعلى المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات التي تهيئ المعلومات المناسبة والشاملة والسريعة، أن تلجأ إلى الوسائل والطرق الحديثة لتحقيق هذا الغرض ويعني ذلك استثمار إمكانات الحواسيب والملحقات التكنولوجية اللازمة والمصاحبة لها وهذا ما يطلق عليه المصادر المنشورة إلكترونيا أو مصادر المعلومات المحوسبة. وهناك عدة أسباب تدفع الباحث، المكتبات ومراكز البحوث إلى اللجوء لمصادر المعلومات المحوسبة. لا بد لنا من التأكيد عليها خدمة للبحث العلمي ومنها ما يلي :

1. متطلبات الباحث المعاصر في سرعة الحصول على المعلومات، بغرض إنجاز أعماله البحثية، التي لم تعد تحتل التأخير.
2. تقلل مصادر المعلومات المحوسبة من الجهود المبذولة، حيث أن الوصول إلى المصادر التقليدية، يحتاج إلى الكثير من الجهود والإجراءات، بعكس المصادر المحوسبة.
3. تساعد الحواسيب، الأجهزة والمعدات الملحقه بها على السيطرة على الكم الهائل والمتزايد من المعلومات وتخزينها ومعالجتها بشكل يسهل استرجاعها<sup>(9)</sup>.
4. الدقة المتناهية في الحصول على المعلومات المحوسبة، حيث أن الحواسيب لا تعاني من الإرهاق الذي يعانيه الإنسان، الذي يفتش ويبحث عن المعلومات.

5. توفر السرعة والشمولية والدقة وهي من أهم سمات الحواسيب في تعاملها مع المعلومات ومصادرها، مهما كان حجمها وشكلها، فالمعلومات المناسبة والدقيقة هي ما يحتاج إليه الباحث المعاصر لمواكبة التطور والتقدم، اللذان يعتمدان على البحث العلمي وحدائته. بما أن الإنترنت هي شبكة كونية توفر إمكانات هائلة في مجالات بث المعلومات وتبادلها على نطاق العالم، فإن هناك العديد من خدمات المعلومات التي يستطيع رواد المكتبات الاستفادة منها عبر الإنترنت. ونستطيع إجمال هذه الخدمات في أول البحث في فهارس المكتبات:

إن أول ما يحتاجه المستخدم من المكتبة هو المصادر المتوفرة في اختصاصه، فينطلق ليبحث في فهارسها. وفي هذا المجال توفر [الإنترنت](#) من خلال الويب تسهيلات الوصول إلى عدد كبير من فهارس المكتبات في العالم مثل مكتبة الكونغرس الأمريكية، والمكتبة البريطانية، ومكتبة جامعة شيكاغو، وجامعة كاليفورنيا، ويذكر أن هناك حوالي 1000 موقع لفهارس المكتبات الوطنية والجامعية المشهورة في العالم. ويمكن لأي شخص له إلمام باستخدام الحاسوب إجراء البحث في هذه الفهارس<sup>(10)</sup>.

**ثانيا: الخدمات المرجعية** وهي عبارة عن مساعدة المستخدم في الحصول على معلومة أو معلومات أو بيانات معينة. أما المدى الذي تشمله هذه الخدمات فيتراوح بين الرد على الاستفسارات إلى تزويد المستخدم بقائمة ببيوغرافية عن موضوع معين. وللبحث عن المعلومات المرجعية يمكن الاستفادة مما يوفره الويب حيث يستطيع المستخدم أن يجد معلومات تقريبا عن أي موضوع. فيقوم المستخدم بطبع الكلمات المفتاحية باستخدام إحدى آليات البحث مثل (Excite, Lycos, Infoseek) أو أحد الأدلة مثل (Yahoo, Magellan) حيث أن كل واحدة من هذه الآليات والأدلة تحتوي على مواضيعها الخاصة<sup>(11)</sup>. كما يمكن استخدام البريد الإلكتروني للإجابة عن الاستفسارات وذلك بإرسال رسالة إلى جهة معينة أو شخص معين وطرح السؤال ثم تلقي الإجابة بالطريقة نفسها. وكمثال على قواعد البيانات التي توفر خدمات مرجعية على [الإنترنت](#) نشير إلى قاعدة (Higher Education Resources and Opportunities) التي توفر معلومات حول الجامعات، والمؤتمرات، شروط القبول، المنح، والزومات التي طالما يحتاجها الطلبة. كما أن هناك قاعدة (Geography Server) التي توفر معلومات عن المدن، والأقطار، والأقاليم، والقارات. بالإضافة إلى آلاف الهيئات والمؤسسات المستعدة للإجابة عن الأسئلة وإعطاء المعلومات حول موضوعات متعددة في العلوم والتكنولوجيا والعلوم الاجتماعية مثل (The National Referral Central Master File)<sup>(12)</sup>.

**ثالثا خدمات الدوريات:** تتوافر على [الإنترنت](#) دوريات من المجلات والنشرات الإخبارية في مواضيع متعددة. وتشبه هذه الدوريات نظيراتها الورقية من حيث انتظام الصدور وهيئات التحرير، والمراجعة. كما أنها تقوم بنشر بحوث أصلية على غرار الدوريات الورقية. ومن

الأمثلة على هذه الدوريات مجلة سباركس (Sparks) وهي مجلة روايات وشعر واهتمامات أدبية متنوعة، ومجلة بوابة الفكر (Mindgate) المتخصصة بنشر القصص والشعر والصور الفوتوغرافية، ومجلة عالم الجذور (Rootsworld) والمجلة الإلكترونية للفنون المرئية (Electric Visual Arts Journal). ويمكن الحصول على قائمة متكاملة بعناوين الدوريات المتوفرة على الإنترنت من خلال موقع (News Jour) الذي يضم أرشيفه حوالي 4817 عنوانًا. وبما أن عدد الدوريات على الإنترنت يتزايد بشكل كبير أصبحت بعضها لا تتوفر إلا بالشكل الإلكتروني. ومن جانب المستفيد فإنه يستطيع قراءة ما يشاء من الدوريات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت يدفع فقط تكاليف ما يقرأ عكس الدورية الورقية حيث أن المستفيد يدفع قيمتها كاملة سواء قرأ جزءًا منها أو كلها وفي هذا توفير للتكاليف طبعًا. كما يستطيع الحصول على نسخ ورقية مما يريد من هذه الدورية الإلكترونية أو تلك<sup>(13)</sup>.

**رابعًا خدمات الاستخلاص والتكشيف:** من أجل سد حاجة المستفيدين السريعة إلى المعلومات فقد توافرت على الإنترنت قواعد عديدة للكشافات والمستخلصات أعدت لتساعد المستفيد على تلبية تلك الاحتياجات. ولأن الكشافات والمستخلصات أصبحت أكثر شيوعًا واستخدمًا في العالم كجسور سريعة للوصول إلى المعلومات، فقد ازداد عدد قواعد باطراد خاصة بعد أن انتقلت خدمات البحث بالاتصال المباشر إلى الإنترنت تقدم مجانيًا. وكمثال على القواعد التي تقدم خدمات التكشيف والاستخلاص قاعدة (BIDS) التي أنشأتها جامعة باث (Bath) في المملكة المتحدة وتغطي البحوث المنشورة في الاختصاصات العلمية والإنسانية والاجتماعية والفنية منذ عام 1981، وتشمل المعلومات التي توفرها القاعدة اسم البحث / الباحث وعنوانه، وتفاصيل الدوريات التي نشر فيها البحث، ومنذ 1991 شملت المعلومات مستخلصًا للبحث والمصادر المذكورة فيه. أضف إلى ذلك القاعدة الطبية (Medline)، وقاعدة (IDEAL) التي توفر الوصول إلى مستخلصات 184 مجلة علمية وقائمة بمحتوياتها، وقاعدة (NTIS Database)، وقاعدة (ERIC)، و (Agricola)، و (Aerospace) (Database) وغيرها<sup>(14)</sup>.

**خامسًا خدمات الإحاطة الجارية:** توفر هذه الخدمة أمام المستفيدين فرص الاطلاع بصورة مستمرة على ما يبذله غيرهم من جهود وما توصلوا إليه من نتائج في موضوع اختصاصاتهم واهتماماتهم. يتم تقديم هذه الخدمة بمجرد تقديم السؤال لأول مرة ثم إجراء الإحاطة على فترات زمنية بمجرد إعادة طرح السؤال أو الطلب على القاعدة أو القواعد المراد بحثها بطريقة تلقائية من خلال الحاسوب على فترات زمنية محددة حسبما يريدها المستفيد ويتم إخطاره بالنتائج<sup>(15)</sup> في كل مرة مهما كانت المعدلات الزمنية متقاربة، وكمثال على القواعد التي تقدم مثل هذه الخدمات قاعدة (Swet Scan) وهي قاعدة بيانات لمحتويات 14000 مجلة في جميع المواضيع تحدث أسبوعيًا. وتشمل هذه الخدمة كذلك خدمة البث الانتقائي للمعلومات التي تعد صيغة متطورة لخدمات الإحاطة الجارية<sup>(16)</sup>.

**سادسًا خدمات الإعارة بين المكتبات:** بإمكان المستفيد وضع طلب الإعارة من خارج المكتبة من منزله أو من قسمه العلمي في الكلية أو الجامعة أو في المكتبة التي تخدمه، أو من محل عمله، وتقوم الشبكة بتوحيد طلبات الإعارة ثم يقوم المكتبي المسؤول عن ذلك بتنفيذ الطلبات. وفي هذه المجال تضع كل مكتبة موجوداتها من مصادر المعلومات تحت تصرف المستفيدين للمكتبيين أو المكتبات المرتبطة باتفاق تعاوني، مثل شبكة مكتبات مارموث التي تضم 23 مكتبة<sup>(17)</sup>.

**سابعًا خدمات التوزيع الإلكتروني للوثائق:** إمكانية الحصول على أصول الوثائق (بحوث ومقالات) من خلال هذه الخدمة. ويتم ذلك بقيام المستفيد بتسجيل البيانات البيبليوغرافية للوثيقة التي يطلبها على استمارة معدة لهذه الغرض، وتقوم الجهة المقدمة للخدمة بتلقي الطلبات وتنفيذها من خلال الإنترنت<sup>(18)</sup>، وإرسال الفواتير إلى المستفيد الذي يقوم بدفعها من خلال بطاقات الائتمان المصرفية. وكمثال على هذه الخدمات ما يقدمه المعهد الكندي للمعلومات العلمية والتقنية (CISTI) الذي يقوم بتجهيز أصول الوثائق إلى زبائنه إلكترونيًا من خلال الويب (www. Cisti) والجدير بالذكر أن هناك دليلًا لخدمات التوزيع الإلكتروني للوثائق (\*\*\*) (Guide to Services) يمكن من خلاله معرفة الجهات التي تقدم هذه الخدمات<sup>(19)</sup>.

**ثامنًا خدمات المطالعة:** تتيح الإنترنت أمام المستفيدين إمكانية مطالعة الكتب التي قامت مكتبات عديدة بتحميلها على الإنترنت وإتاحتها للمطالعة بشكلها الإلكتروني مجانيًا. وتشمل هذه الكتب التراث والثقافة والسياحة. كما يستطيع كذلك تصفح العديد من الصحف التي تنشر إلكترونيًا عبر الإنترنت<sup>(20)</sup>.

تاسعا خدمات تدريب المستخدمين: توفر شبكة الإنترنت مواقع مكتبات عديدة تقدم فرصًا تدريبية للمستخدمين عن كيفية استخدام هذه الشبكة وكيفية الوصول إلى المعلومات المتوفرة عليها. وكمثال على ذلك تقدم المكتبة الطبية الوطنية فرصًا تدريبية للمتخصصين في المهن الطبية والصحية في مجال البحث في المعلومات الطبية. كما أن هناك دورات تدريبية في موضوع الوصول الإلكتروني للتجاري من إعداد اتحاد دار الكتب الإسكندنافية والمدرسة الملكية لعلم المكتبات في العاصمة الدنماركية (21).

وكما سبق وأشرنا أن الأنترنت تعد الركيز الأساسية وقاعدة للتجارة الإلكترونية فهي تعد كذلك سوقا افتراضيا وعالما خال من الحدود؟ لأن سمات الأنترنت التقنية تجعل التجارة عبرها مختلفة بشكل جوهري عن التجارة في العالم الحقيقي، وإذا كانت الاختلافات بين التجارة التقليدية والإلكترونية تتجاوز طبيعة الأنترنت من أوجه عديدة، إلا أن الاختلافات الجوهرية نشأت عن هذه الطبيعة المميزة للأنترنت، فهذا العالم الافتراضي جعل تعين الموقع الجغرافي لمصدر المعلومة أو المستخدم أمر غير متيسر، ومثل هذه المسألة ليست ذات أهمية بالنسبة للقائمين على الشبكات أو للأغراض العمل التقني، إذ لا يعتمد نشاط وعمل وإدارة الأنترنت ومواقعها على البعد الجغرافي و المكاني. في حين أن الجغرافية و المكان في العالم الحقيقي لها أهمية كبرى. ويسهل تحديد المكان كثيرا من عناصر التجارة كما بالنسبة لتبادل الرسائل و تحديد الالتزامات سواء فيما يتعلق بانفاذ العقود أو منازعتها (22). ويرتبط بمسألة غياب الحدود الجغرافية في عالم الأنترنت حقيقة أن غالبية العناوين على شبكة الأنترنت والتي تمثل المواقع الافتراضية للمشاريع لا ترتبط بـ ميميز جغرافي يربط العنوان بدولة ما، إضافة إلى أن العناوين في الحقيقة ليست عناوين مادية وإنما مجرد عناوين رقمية افتراضية على الشبكة، فعنوان موقع <http://www.bmgi.com> وهو لشركة جزائرية لكنه مستضاف على نظام تقني في الولايات المتحدة الأمريكية، ويدار من خلال نظام خادم مرتبط به في فرنسا، وتحويل المعلومات منه وإليه لا يتطلب انتقالا ماديا، ويمكن إدخال معلومة إليه من الجهة المالكة أثناء وجود المشرف إدارة الموقع في الجزائر أو كندا مثلا. وعندما يسعى أحد المستخدمين للدخول إلى مصدر الموقع، ومصدر العنوان المشار إليه لن يحصل على مرجع يحدد الوجود الجغرافي للجهة صاحبة الموقع، وإذا كان العنوان يشير إلى الموقع جغرافي فإنه في الحقيقة لا يشير إلى مكان النظام التقني الذي يخدم الموقع أو مكان النظام التقني للمستخدم. وغياب عنصر المكان ينطوي أيضا على هدم للفوارق الزمنية بين المتصلين على الشبكة ويغيب عنصر الزمان أيضا. وكذلك فإن الواجهات التجارية والمواقع التي تفتتحها المؤسسات على شبكة الأنترنت ما هي في الحقيقة إلا وجهات افتراضية (virtuelle) فالمتحول من خلالها يبنى صورة افتراضية عن المؤسسة المعروضة، لذا تولى المؤسسات أهمية خاصة في تصميم مواقعها على شبكة الأنترنت فهذه الأخيرة أي المواقع هي وحدها الكفيلة عن إعطاء صورة عن ماهية المؤسسة.

إن الخاصية الافتراضية التي تميز شبكة الأنترنت كفضاء اقتصادي يمكن أن تمنح ميزة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهذا بمنحها صورة أكبر من صورتها الحقيقية وهذا ما يجعلها تنافس شركات أكبر منها حجما على أسواق جديدة (23). بحيث تتم المراسلات في عالم الأنترنت عبر وسائل تقنية عديدة مثل البريد الإلكتروني والإنصال مباشرة على واجهة الموقع على شبكة الويب، أو الإتصال الصوتي عبر مواقع الأنترنت أو الإتصالات المرئية فيما يعرف بوسائل الإتصال عن بعد وغيرها. وفي جميع الحالات فإننا نكون أمام رسالة عبارة عن وثيقة إلكترونية موجودة داخل نظام كمبيوتر ترسل عبر الشبكة إلى نظام كمبيوتر آخر بينهما على الأغلب النظام الوسيط، الذي يتمثل بنظام مزود بخدمة الأنترنت وأنظمة الجهة المستضيفة للموقع، وأنظمة السيطرة على تبادلات المواقع الإلكترونية، والإرسال يتم بآلية تقنية عن طريق إصدار أمر الرسالة أيا كان محتواها أو شكلها أو نمطها. ويستقبلها النظام التقني المرسل إليه والتي يقوم بتخزينها بالنسبة للرسائل البريدية والرسائل الصوتية، ليتمكن بعد ذلك تلقيها من قبل الشخص المرسل إليه بعد أن يتم تحميلها من مكان التخزين إلى النظام الخاص بالمرسل إليه متعددة لاستعراضها وقراءتها وإعادة طباعتها على الورق بالنسبة للرسائل المكتوبة. وما لم يتم طباعة الرسالة عن طريق وسائط الإخراج الموجودة في النظام لا يكون ثمة وجود لعالم الأوراق في فضاء الأنترنت ومراسلاتها، وشيء فشيء يتجه المستخدمون إلى التخلي عن عالم الأوراق والإعتماد على الإستعراض والتخزين التقني، وحتى في حالة طباعة الرسالة في صورة ورقية فليس ثمة رساله أصلية قد أرسلت؛ و إنما طباعة أجزائها نظام المرسل إليه للمحتوى الرقمي المرسل من قبل مصدر الرسالة (24). ويشير سوق الأنترنت الافتراضي والخال من الأوراق، العديد من التساؤلات التي تتصل بأكثر مسائل التجارة الإلكترونية سخونة، المتصلة بمدى حجية الوثائق الإلكترونية في عالم التجارة الإلكترونية باعتبار أن المكتوبة

منها في الغالب غير موقعة بإمضاء مادي كما في عالم المراسلات الورقية؛ إضافة إلى المسائل المتصلة بتشفيرها ومسؤوليات الجهات الوسيطة والجهات المزودة للخدمات التقنية عن سلامة وصولها والمسائل المتصلة بصحة محتوى الرسالة وصحة توقيعها رقمياً (25).

**كما تلعب الوساطة في الأنترنت عادة دوراً هاماً في النشاطات التجارية التقليدية، التي تبدأ بخروج السلعة أو الخدمة أو المعلومة من المصنع أو المصدر وتنتهي بوصولها إلى المستهلك أو المستفيد.** وتتضمن الوساطة في واقع الأمر ثلاثة عناصر رئيسية وهي عنصر الزمن والوسطاء التقليديون من البشر وقنوات التوزيع؛ وقد عملت التجارة الإلكترونية من خلال الأنترنت على إنهاء الوساطة التقليدية فمن خلال إمكانية وصول العملاء وشركاء العمل والموظفين للمعلومات بشكل مباشر، دون الحاجة إلى وسيط. ويصبح لديهم تحكم كامل في أي نشاط يقومون به. وإذا بدأنا بالحديث عن إنهاء دور الزمن باعتباره أحد عناصر الوساطة؛ فإنه هذا الدور يتحقق من خلال أتمتة وتزويد العاملين بتكنولوجيا وأدوات الأنترنت لإنجاز جميع مراحل العمل يؤدي إلى توفير الوقت وإلغاء عنصر الزمن في بعض الحالات؛ وإذا كانت الإجراءات الراهنة الخاصة بإصدار أوامر البيع في إحدى الشركات تنطوي على تعيين أحد الموظفين لإبلاغ هذه الأوامر. فإن أتمتة هذه الإجراءات ينهي دور هذا الوسيط البشري (26). وأي منتج لم يسبق له بيع إنتاجه مباشرة إلى الجمهور، يستطيع الآن إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت؛ لتنفيذ أوامر الشراء منه مباشرة ومن ثمة ينتهي دور قنوات التوزيع التقليدية وما يترتب على ذلك من آثار مرتبطة بالأرباح التي يمكن تحقيقها، والفوائد التي تعود على المستهلكين نتيجة انخفاض أسعار السلع والخدمات التي يحصلون عليها دون وسيط. فمن خلال إمكانية وصول المستهلكين والشركاء والموظفين للمعلومات مباشرة دون الحاجة إلى وسيط ينتهي دور وسطاء المعلومات التقليديين. وإذا كان يتعين على أي عميل فيما مضى أن يوجه أولاً رسالة بالفاكس إلى الشركة لإصدار أمر بالشراء، ثم ينتظر إلى أن يتصل به أحد موظفي المبيعات بالشركة ليبلغه بمدى توافر السلعة التي طلبها ومواعيد التسليم. أما في الوقت الراهن فإن هذا العميل يستطيع توجيه أمر (27) الشراء مباشرة إلى موقع الشركة على الويب. وبمجرد قيامه بتوجيه هذا الأمر استعراض قائمة المواد والسلع التي طلبها وكل تفاصيل الشحن من حيث مواعيد التسليم وسائر البيانات الأخرى. ويلاحظ مع ذلك في الوقت نفسه أن الأنترنت تعمل في بعض الحالات على خلق نوع من أنواع الوساطة التي تسهل إنجاز الأعمال عبر الشبكة مثل موقع شركة (E-bay) التي تعد بمثابة صالة مزادات إلكترونية بيع البائع والمشتري. فالناس الذين يرغبون مما لديهم يقومون بتسجيل أشيائهم على موقع الشركة. ويقوم الراغبين في الشراء بزيارة هذا الموقع للتعرف على المواد المعروضة للبيع وبدون وجود مثل هذه الشركة يكون من الصعب التقاء البائع والمشتري فالشركة هنا تقوم بدور الوسيط بينهما. بخاصية التفاعل المباشر على شبكة الأنترنت بين مختلف مستخدميها. إن مؤسسة "شبكة التسويق عبر الأنترنت" Internet shopping Network والتي تقوم بعرض وتسويق أكثر من 20.000 سلعة على شبكة الأنترنت، استطاعت بفضل ذلك من تخفيض قيمة البرمجيات التي تباعها إلى نصف دولار أمريكي بدلا من 15 دولار أمريكي في المحلات التقليدية (28).

**ومن أهم خصائص الأنترنت أن لها تواجد دائم ومت مستمر (متواصل) فتجاهل شبكة الأنترنت لعامل الوقت يعتبر ميزة تجارية حقيقة للمؤسسات والهيئات التي اختارت هذا الفضاء العالمي كأداة للإتصال وواجهة للإشهار والتبادل والتعريف بضمائنها ومنتوجاتها، فالأنترنت تسمح بالظهور الدائم والمتواصل للمعلومات غير مبالية بتعاقب الليل والنهار، فحواسيب الويب ينشرون مواقع المؤسسات في كل يوم وعلى مدار السنة بغير انقطاع. والإتصال بالمؤسسة لا تحده أوقات العمل ولا غياب الموظفين ولا المسافات الشاسعة بين المؤسسات وزبائنها أو مورديها. فخدمة البريد الإلكتروني مثلا تسمح باتصال المعلومة بسرعة فائقة وفي أي وقت من الزمن (29).**

**دون أنا ننسى أيضا أن الأنترنت هي أداة ترصد الذي يعبر عن مدى الحذر والحيطه اللذان توليهما المؤسسة اتجاه محيطها المتغير والمتطور مما يستدعي منها البقاء في حالة مراقبة دائمة لكل ما يحدث من حولها أو بالأصح في حالة ترصد، يمكنها من التزود بمعلومات تمس جوانب عديدة من المحيط الذي تنمو فيه. و ينقسم الترخد إلى نوعين (30):**

- 1. الترخد التكنولوجي:** ويعني الحصول على كل المعلومات المتعلقة بتكنولوجيا معينة تم المؤسسة.
- 2. الترخد التنافسي:** ويعني الحصول على كل المعلومات المتعلقة بالتنافسين والأسواق المحتمل غزوها من قبل المؤسسة. فإن القيام بعملية الترخد يفرض على المؤسسة استغلال كافة الإمكانيات الممكنة لجمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ثم استعمالها وفق احتياجاتها. وتلعب شبكة الأنترنت في هذا المجال دورا مهما في عملية الترخد بفضل ما توفره من أدوات وخدمات تسهل البحث عن المعلومات وتبادلها وكذا

إمكانية مراقبة المنافسين والتعرف على أسواق جديدة. و للتوسع أكثر في النوعين نبدأ بالترصد التكنولوجي الذي هو اختيار تكنولوجيا ماوتبينها من طرف المؤسسة لاستغلالها في نشاطها يتطلب منها أولا البحث عن المعلومات التي تهمها ومراقبة مختلف التطورات الحادثة في عالم التكنولوجيا خاصة تلك التي تمكنها من اقتناء التكنولوجيا الجديدة ومراقبة التكنولوجيات المستخدمة من طرف المنافسين وتطورها مما يكسب المؤسسة القدرة على التنبؤ بالتغيرات التكنولوجية الممكن بروزها في محيطها ويكسبها بذلك ميزة استغلالها أو إنتاج سلع وخدمات بديلة لمواجهةها<sup>(31)</sup>. وللحصول على ذلك يتم استخدام المجموعات الإخبارية لمراقبة التكنولوجيا الجديدة فأمام التطور الدائم والسريع للتكنولوجيا والمكانة الهامة التي تحتلها في حياة الأفراد والمؤسسات فإن فهم المحيط التكنولوجي الذي تعيش فيه المؤسسة والتعرف على التكنولوجيات الجديدة تعتبر عامل محدود ومهم في بقائها، فتوفر المعلومة يسمح بتوقع التغيرات التي يمكن حدوثها والتأقلم معها.

وتوفر خدمة المجموعات الإخبارية بكثرة على شبكة الأنترنت مجانا؛ وما تتداوله عناوينها من موضوعات وحوارات وأسئلة يسمح بإيجاد معلومات ثمينة حول تكنولوجيا تهم مؤسسة ما أو الإجابة على الأسئلة تشغل بال مسيريتها وباحثي المؤسسة. إن هذه الأدوات والخدمات التي توفرها شبكة الأنترنت العالمية للمؤسسة والتي إن أحسنت استغلالها وتوظيفها في تحسين أداءها عند القيام بعملية التردد التكنولوجي لمحيطها فتكسبها القدرة على مواجهة المنافسين والحد من تهديداتهم<sup>(32)</sup>.

أما بالنسبة للأنترنت كأداة للترصد التنافسي يمكن القول أن ما يميز المؤسسة الحديثة هو سعيها المتواصل للتقرب والتعرف على محيطها وتحليله وهذا بهدف التكيف مع التغيرات التي يمكن أن تحدث فيه أو التنبؤ بما قبل حدوثها ووقوعها. وهنا تلعب عملية التردد التنافسي دورا بارزا بفضل المعلومات الإستراتيجية والتي تقتنيها المؤسسة حول منافسيها ومنتجاتهم من سلع أو خدمات وكذا استراتيجيتهم التجارية<sup>(33)</sup>. وهذا ما يتيح فرصة أن تكون شبكة الأنترنت أداة استراتيجية بيد المؤسسة في إطار عملية التردد التنافسي، إذ أن التغطية العالمية التي تغطي بها الأنترنت وسهولة استخدام التطبيقات والخدمات التي توفرها كما رأينا سابقا وكذا لجوء معظم المؤسسات والهيئات المحلية والعالمية لاستعمالها كواجهة إعلانية وإشهارية، ووسيلة اتصال وتبادل جعل من شبكة الأنترنت موردا لا يستهان به للمعلومات التي تمس كل القطاعات والميادين وخاصة تلك المتعلقة بمنافسي المؤسسة والذين يثبون الإعلانات حول منتجاتهم للدعاية مما يمكن المؤسسة التي تقوم بالترصد ومراقبة منافسيها من التعرف على منتجاتهم في السوق وتحديد مدى منافستهم لمنتجاتها<sup>(34)</sup>.

مع إمكانية مراقبة إعلانات المنافسين لمنتجاتهم على الشبكة فقد مست شبكة الويب في وقت قصير قبلة المؤسسات التجارية والهيئات العمومية والخاصة. لذا يجد المتجول على شبكة الأنترنت الملايين من الصفحات التي تبثها هذه المؤسسات على مواقعها قصد التعريف والدعاية لمنتجاتها وخدماتها.

فمراقبة مواقع المنافسين على شبكة الأنترنت تمكن المؤسسة من جمع المعلومات الهامة عن المنتجات المعروضة والجديدة لمنافسيها ومقارنتها بمنتجات المؤسسة ومعرفة مدى منافستها لها<sup>(35)</sup>. وكذا إدراك توجهات المنافسين كل هذا يمكن المؤسسة من بلورة الإستراتيجيات المناسبة لمواجهةهم ومراقبة طلبات العمل المعروضة من طرف المنافسين بحيث تلجأ العديد من المؤسسات المتواجدة على شبكة الأنترنت إلى القيام بعملية التوظيف عن طريق مواقعها على الويب. فمراقبة المؤسسة لمناصب العمل التي يعرضها المنافسون وتحليل طلباتهم يمكنها من معرفة بعض المؤشرات حول مشاريعهم الجديدة أو المستقبلية. إن هذه الخدمات والتطبيقات التي تضعها شبكة الأنترنت في يد المؤسسات التجارية لتلعب دورا بارزا في تعرفها على محيطها والتكيف مع التغيرات الحادثة فيه، بفضل ما توفره من المعلومات حول المنتجات، والتكنولوجيا المستعملة من طرف المنافسين<sup>(36)</sup>.

وأخيرا الأنترنت هي قاعدة عالمية للتجارة بإمتياز بحيث أن شبكة الأنترنت تعمل على خلق فرص وفوائد عظيمة لقدرة على تحقيق التواصل السريع بين أرجاء العالم، و هي تنطوي على العديد من المزايا والفوائد لكل من يستطيع استخدامها بكفاءة بسبب طابعها العالمي. فالدول والحكومات والأعمال والناس في جميع أرجاء العالم أصبحوا متصلين معا من خلال هذه الوسيلة التكنولوجية الجديدة. وأصبحت شبكة الأنترنت الصغيرة التي كانت حكرا على مجموعة من الباحثين والعلماء شبكة عالمية تربط أكثر من أربعمائة مليون شخص معا. وهذا التواصل السلس والسريع بين هذا العدد الضخم من البشر والمؤسسات زاد من قيمة الأنترنت كمرقق عام وكأداة هامة من أدوات الحصول

على المعلومات. إذ يستطيع أي شخص أو مؤسسة في الوقت الراهن في أية دولة من دول العالم استخدام هذا المرفق العالمي في الإتصال بالأخيرين أو في إنجاز الأعمال.

### الهوامش:

1. الصميدمي محمود حاسم، يوسف عثمان ردينة. التسويق الإلكتروني = E-MARKETING. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012. ص 57.
2. عليان ربحي مصطفى، إيمان فاضل السمرائي. تسويق المعلومات وخدمات المعلومات = INFORMATIONMARKETING. ط 2. عمان: دار صفاء، 2015. ص. 315.
3. زياد، القاضي. مقدمة إلى الأنترنت. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000. ص 130
4. قاسم، حشمت. الإتصال العلمي في البيئة الإلكترونية. القاهرة: دار غرب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001. ص 246 .
5. 2004.p 243 ,PRAX, Jean-Yves. La gestion électronique documentaire. 3ed. Paris :Dunod
6. العبد الله، سنومي. الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة (بحث نظري وميداني). ط 2. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 2001. ص 190.
7. عباس، طارق محمود. مجتمع المعلومات الرقمي. القاهرة: المركز الأصيل للطباعة والنشر والتوزيع، 2004. ص 97.
8. عليان، ربحي مصطفى، المومني، حسن أحمد. المكتبات والمعلومات والبحث العلمي. عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2006. ص 460.
9. حشمت، قاسم. الدوريات الإلكترونية المتخصصة: نشأتها وتطورها عصر الحاسوب. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 2001. ص 125.
10. الشافعي، هشام محمود دياب. الأنترنت وشيء من قضاياها في المكتبات ومراكز المعلومات في تكنولوجيا المعلومات. ص 350.
11. قنديلجي، عامر ابراهيم. مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الأنترنت. عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، 2000. ص 336.
12. النوايسية، غالب عوض. المراجع والخدمة المرجعية في المكتبات ومراكز المعلومات واتجاهاتها الحديثة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003 . ص 236-239.
13. الدركري، شذى سلمان. الأنترنت: ثورة المعلومات والثقافة والتعليم، آفاق الثقافة والتراث، العدد 66، 1997، ص. 13- 43 .
14. العوانسة، محمد. التكشيف والإستخلاص و الأنترنت في المكتبات و مراكز المعلومات. عمان: عالم الكتاب الحديث، 2009. ص 117.
15. الزبيدي، ماجد. شبكة الأنترنت واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات. بحث مقدم إلى المؤتمر الرابع للمكتبيين الأردنيين، 13/14/1997/8، عمان، ص 6.
16. حشمت، قاسم. الأنترنت ومستقبل خدمات المعلومات. دراسات عربية في المكتبات والمعلومات. العدد الأول، 1996. ص 84.44.
17. نغال، فؤاد اسماعيل. الاتجاهات الحديثة في تكنولوجيا المكتبات والمعلومات. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2011. ص 64.
18. الجنهبي، منير محمد. أمن المعلومات الإلكترونية. القاهرة: دار الفكر الجامعي، 2005. ص 160.
19. الزبيدي، ماجد. الأنترنت و التدريب في علوم المعلومات و المكتبات. رسالة المكتبة. المجلد 35. العدد الأول و الثاني 2000، ص. 63. 76.
20. المرجع السابق. الزبيدي، ماجد. الأنترنت و التدريب في علوم المعلومات و المكتبات. ص 66 .
21. عليان، ربحي مصطفى. المكتبات والمعلومات والبحث العلمي. الأردن: عالم الكتب الحديث، 2006. ص 284.
22. منظمة الأمم المتحدة، المجلس الإقتصادي والإجتماعي. منازعات التجارة الإلكترونية. اجتماع فريق الخبراء بشأن تسيير التجارة و التجارة الإلكترونية. بيروت، 2001. ص 10
23. قاسم، حشمت. الإتصال العلمي في البيئة الإلكترونية. القاهرة: دار غرب للنشر والتوزيع، (د.ت). ص 410.
24. سامر محمد السعيد. الأنترنت: المنافع والمعاذير. بيروت: دار النشر والتوزيع، 1997. ص 64
25. المرجع السابق. قاسم، حشمت. الإتصال اعلمي في البيئة الإلكترونية. ص 411.
26. بقاء، شاهين. العولمة و التجارة الإلكترونية. القاهرة: دار فاروق النشر والتوزيع. 2000. ص 81
27. الجنهبي، منير محمد. أمن المعلومات الإلكترونية. القاهرة: دار الفكر الجامعي، 2005. ص 162. بتصرف.
28. AIMETTI, Jean-Paul : L'internet et la vente. Paris : les éditions d'organisation, 1997.P.51
29. سنومي، العبد الله. الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات (بحث نظري وميداني). بيروت: دار النهضة العربية، 2000. ص 194-195 .
30. AIT ELHADJ ,Smail L'entreprise face à la mutation technologique. Paris : édition organisation, 1996.p89
31. ANDRIEU, Olivier : Internet et l'entreprise. France : édition Eyrolles, 1996.p. 139.
32. بيتر، دايسون؛ بات كولمان، لن غيلبرت؛ تر. مركز التعريب و الترجمة. ألغباء الأنترنت. بيروت: الدار العربية للعلوم، 1998. ص 22.
33. مصطفى السيد. دليل الشامل إلى شبكة الأنترنت. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 1999
34. كاريش، صليحة. دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة: حالة المؤسسة الجزائرية. رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، 2000. ص 68.
35. ANDRIEU, Oliver. op. cit. p. 152.
36. نوري، منير. التسويق: مدخل للمعلومات والإستراتيجيات. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007. ص 213-221. بتصرف



