

**المحور التاسع: النشاط التسويقي المعلوماتي****أولاً: التسويق عن بعد.**

يعرف التسويق عن بعد بأنه كل فن من فنون الاتصال عن بعد يسمح للمستهلك خارج الأماكن المعتادة لاستقبال العملاء بأن يطلب منتوجاً أو خدمة مثل الاتصال الآلي عن بعد ، الهاتف، الانترنت، إلى جانب المراسلات المكتوبة و المطبوعة...، و بالرغم من أهمية هذا التسويق و انتشاره المتزايد إلا أن المشرع قد أهمله هو الآخر.

**ثانياً: أهمية تكنولوجيا المعلومات في التسويق**

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أهمية تحققها في القطاع الحكومي بصفة عامة و في القطاع التسويقي بصفة خاصة بناءً على الاستراتيجيات التي ترسمها الشركات وفقاً لمايلي:

- حفظ تكاليف الإنتاج مع مراعاة مبدأ المنافسة المشروعة .
- توفير المعلومات الدقيقة المتجددة قصد خدمة المستهلك
- تبسيط اجراءات و نشاطات الشركات و جعلها اكثر وضوحاً و فعالية .
- ضمان الشفافية و تقليل خطر الوقوع في التزوير .
- تقديم خدمات افضل و ضمان تنظيم النشاط التسويقي .

**ثالثاً: تأثير تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في التسويق .**

ان تكريس مبدأ التسويق الالكتروني باعتماد تقنيات تكنولوجيا متطورة يهدف الى تطوير المنتجات و الخدمات وفقاً لمبدأ التناسق المرتبط بحماية التسويق الالكتروني مما يترتب عليه الآثار الآتية :

- تحديد الاسواق الاكثر حداثة تتميز الاسواق باستخدام الآليات التكنولوجية التي تساهم في تحديد منظمات الاعمال من خلال جمع المعلومات و البيانات عن السوق كما يقول الدكتور كولتر " ان المعرفة بالسوق يتطلب التركيز على الاسس الحديثة التي تحدد عوامل التطور وفقاً للأنظمة المعرفية التي ترسم استراتيجيات التسويق الحديث و التنبؤ بمعدل نمو السوق الالكتروني مستقبلاً" .
- المعرفة بالاحتياجات الاستهلاكية بحيث ان نجاح التسويق يرتبط بتحديد رغبات المستهلك من خلال التعامل الالكتروني الامر الذي يحدد المتطلبات الاستهلاكية فتعمل الشركات التجارية على تحليل الانماط السلوكية للمستهلك و على هذا الاساس تحقق رغباته .
- تكريس مبدأ المنافسة المشروعة فالنشاط التسويقي يتضمن معرفة كافة النشاطات التي ترتبط بمعرفة المنافسين و الاستراتيجيات التي يتبعونها و على هذا الاساس يمكن تحديد المنافسة السائدة في السوق الذي يرسم الخيارات التي تتبعها الشركة في مواجهة أصول المنافسة في الاسواق
- ان التسويق الإلكتروني يهدف الى تحديد الجهات الاعلامية الترويجية للسلع و الخدمات عبر الانترنت و الوسائط الاعلانية التي يتم توظيفها ، و على هذا الاساس تحدد الشركات اختيار كيفية الترويج لموقع الشركة التجارية من خلال مراقبة بقية المتعاملين من اجل التعريف بسلعها و خدماتها

**رابعاً: الأهمية القانونية للتسويق الإلكتروني.****1- أهمية التسويق الإلكتروني بالنسبة للشركات التجارية .**

- يساهم خلق فرص انتاجية و خدماتية تساهم في تكريس المبادئ الآتية :
- انخفاض تكاليف الإنتاج و زيادة ارباح الشركات التجارية من خلال تنشيط التبادل التجاري .
- اتساع نطاق الاسواق التي تتعامل من خلال ايجاد اسواق جديدة سواء على المستوى المحلي او المستوى الوطني نتيجة ازالة الحواجز و القيود الجغرافية ليحقق الإنتاج للاحتياجات الاستهلاكية وفقاً لمعلومات دقيقة .

-تحسين جودة المنتج و خدمات ما قبل و ما بعد البيع و زيادة درجات المنافسة و يقلل من درجة الاحتكار .

- تفدي مخاطر التعامل الورقي في الاسواق باستبداله بالدفع الالكتروني ، و يساعد على استخدام الحواسيب كآلية لتخزين المعلومات و مراقبة الانتاج عن طريق السجلات و الدفاتر الالكترونية

## 2- اهمية التسويق الالكتروني بالنسبة للاقتصاد الوطني

- توفير فرص و معاملات تجارية غرضها تقريب الاسواق و ضمان المنافسة المشروعة و حماية المستهلك

- تحسين مستوى المنظمات الحكومية من خلال تحسين الخدمات الحكومية و تبسيط اجراءاتها مما يسهل المعاملات التجارية من اجل تحقيق متطلبات الاستهلاك و تحقيق التنمية الوطنية .

- الاستفادة من الفرص المتاحة في الاسواق التكنولوجية و يتم ذلك من خلال انشاء صناعات محلية و ضبط مجال الصناعات المتخصصة

- زيادة الصادرات و دعم الاقتصاد الوطني و امكانية الوصول الى الاسواق بسهولة و تحقيق ادواق المستهلك.

## خامسا: التعاقد الالكتروني في مجال التسويق.

على اساس الحداثة تم سن قوانين ملاءمة لعقود التسويق بالطرق القانونية يتناسب مع طبيعة التجارة الالكترونية و تحقيق اهدافها ، بحيث ان المشرع الجزائري حدد اصول للحماية القانونية للمستهلك في ظل التسويق الالكتروني وفقا لمايلي

- ضمان المنافسة المشروعة في الاسواق ، و ضمان خدمات ما بعد البيع .

- تمويل التجارة وفقا لمعايير تحددتها ضوابط التسويق .

- ضمان ترشيد عمليات التوزيع .

- ضمان الوسطاء في العملية التسويقية لسلمة السلع السريعة التلف من حين النقل التبريد و التخزين حتى تصل الى المستهلك بشكل نهائي .

- ضمان التوزيع المباشر بالنظر لطبيعة السلعة و خارطتها الجغرافية التسويقية من خلال استخدام عدد كبير من الوسطاء لضمان وصولها للمستهلك .

يضمن التسويق الالكتروني ارضاء رغبات المستهلك من خلال تحسين الجودة و دعمها على مستوى خدمات ما قبل و ما بعد البيع مما يؤدي الى تحسين المنافسة بين الشركات التجارية .