

## 2 تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات العالمية:

## أ. تعريف المنظمة العالمية للتجارة :

يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونياً: الكتب، القطع الموسيقية"<sup>1</sup>.

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عملية تسليم المشتريات.

## ب. تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية:

يشير التعريف إلى أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات. وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة

لقد ركز هذا التعريف على طبيعة المتعاملين (أفراد، شركات) وطبيعة البيانات المتبادلة (صوت،

صورة)، ولكنه غير صريح وواضح فيما يخص عملية التبادل نفسها وإجراءاتها، كما أشار هذا

التعريف إلى مصطلح "بيانات رقمية" للدلالة على وجود وسيط إلكتروني يسهل التبادل.

1 - سعاد بومايلة، فارس بوباكور، "أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الاقتصاد والمانجمنت، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، مارس 2004، ص 205.

ج. تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية :

يشير التعريف إلى أن: "التجارة الإلكترونية في شكلها الواسع تشمل كل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة ". إن المنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرغم من اهتمامها بموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية وحقوق التأليف وبراءات الاختراع في مجال التجارة الإلكترونية، إلا أنها لم تقدم تعريفا للتجارة الإلكترونية، بل اهتمت بالوسائل المستخدمة في إبرام الصفقات التجارية.<sup>1</sup>

\_ الجدول رقم 01 : مناظير تعريف التجارة الإلكترونية

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

1 - الاتحاد الدولي للاتصالات، " الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام- 2009 الدول العربية"، متوفر على الموقع الإلكتروني:

www.itu.int/dms\_pub/itu-d/opb/ind/D- : IND-RPM.AR-2009-PDF-A.pdf

بعد هذا العرض لأهم التعريفات الواردة بشأن التجارة الإلكترونية، يمكننا استنتاج ما يلي:

- إن الركيزة الأساسية للتجارة الإلكترونية تتجلى في فكرة النشاط التجاري، فهي أولا وقبل كل شيء تجارة، والشبكة الإلكترونية ما هي إلا وسيلة اتصالات.
- اعتماد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات وعلى رأسها شبكة الإنترنت لإتمام مختلف نشاطاتها وعملياتها.
- عدم اقتصار التجارة الإلكترونية على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات فقط بل شمولها كل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها.
- تحطيم التجارة الإلكترونية لكل القيود الزمانية والمكانية المعرقلة لحركة التعاملات التجارية وعدم بقائها حبيسة مكان أو بلد معين.<sup>1</sup>
- تشمل التجارة الإلكترونية ثلاثة أنواع من المتعاملين: المؤسسات، الأفراد، الحكومة.

انطلاقا مما سبق يتبين أنه ليس من السهولة تحديد مفهوم دقيق للتجارة الإلكترونية، ولكننا سوف نحاول استنباط تعريف قد يرتقي إلى جملة التعريفات السابقة مفاده أن التجارة الإلكترونية هي: "استخدام الوسائل الإلكترونية المتطورة التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات في إنجاز كافة المعاملات التجارية من بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين وغيرها من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية بدءا من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء ما بعد البيع".<sup>2</sup>

ثانيا : التمييز بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية :

لكي يتضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الإلكترونية ولإزالة الغموض واللبس حوله، لا بد من التعرف على الفرق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية. في التجارة الإلكترونية ليست نوعا واحدا

1 محمود سحنون، " التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، حالة الدول العربية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد3، دار الهدى للطباعة والنشر، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص 22.

2- الملتقى الوطني الأول: الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البلدة، يومي 21-22 ماي 2002 .

يل هناك أشكال ودرجات مختلفة منها، وتختلف هذه أو الأشكال تبعاً لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، حيث أن كل سلعة يتم تسويقها المعاملات التجارية إما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وسيط في العملية التجارية إما يكون ملموس رقمي، وكذلك العملية إما أن تكون ملموسة أو رقمية<sup>1</sup>، وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاث أنواع:

### 1 - تجارة إلكترونية بحتة خاصة:

وتعني أن الزبون يزور موقعاً لشركة على الإنترنت، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملاء استمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبعث بها إلى البائع ويسوي مدفوعاته النقدية إلكترونياً، كما أن التسليم يكون فوراً عبر الإنترنت. ففي هذه الحالة يكون الوسيط رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، مثل حالة شراء برمجيات من موقع للتجارة الإلكترونية:

- فالمنتج يتمثل في برمجيات الكمبيوتر ذات الطبيعة الرقمية أي التي لا يمكن لمسها باليد.

- عملية الشراء أيضاً لم تتم من خلال زيارة الموقع المادي للشركة، وإنما من خلال موقعها على الويب البريد أو الأنترنت عبر البرمجيات لهذه الشركة.

### 2 - تجارة تقليدية بحتة:

عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لاقتناء الاحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة

### 3- تجارة إلكترونية جزئية:

هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمي والباقي ملموس، مثل شراء كتاب من موقع شركة على الإنترنت، أي أن العمليات تم إنجازها إلكترونياً (الطلب و

1 - السيد أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، المرجع السابق، ص 18.

التسديد)، بينما التسليم يكون ماديا أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي.

ومن خلال هذه الأنواع يتضح لنا بأن:

التجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته، بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها.

### المطلب الثاني : أشكال التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها

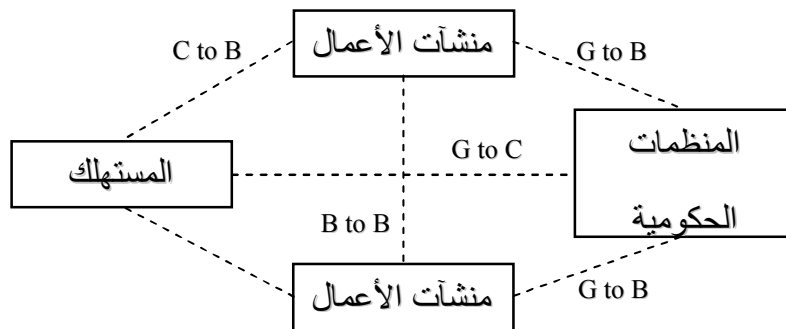
شهدت التجارة الإلكترونية تطورا كبيرا أدى إلى تنوع أشكالها على نحو كبير وزاد تطبيقاتها في مجالات

شقي.<sup>1</sup>

#### أولا : أشكال التجارة الإلكترونية :

صاحب ظهور التجارة الإلكترونية ثورة كبيرة تمثلت في تطور وسائل وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات. حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 01 : أشكال التجارة الإلكترونية



1 - جوهري بن رجدة، "الإنترنت والتجارة الإلكترونية : حالة استيراد الكتاب جامعة سعد دحلب" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، جامعة الجزائر، 2002، ص55.

### 1-التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال شركة و المستهلك :

تعتبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع و الخدمات الي ترغب في تسويقها عبر الأنترنت و المستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة و يقتني منها حاجياته لاشباع رغباته .

### 2-التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى :

ويقصد بها البيع والشراء بين الشركات ،سواء كانوا أطراف عملية تجارية ،أو شركات ،أو في شكل تبادل بيانات الكترونية . و يمكننا أن نميز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات و هما :

أ – تجارة الكترونية عمودية بين الشركات

ب – تجارة الكترونية أفقية بين الشركات <sup>1</sup>

### 3- التجارة الإلكترونية بين المشروعات والإدارة المحلية 'الحكومة'

و هي تغطي كافة التعاملات بين الشركات و المنظمات الحكومية ،حيث تقوم الحكومة بعرض الاجراءات و اللوائح و الرسوم و نماذج المعاملات على الأنترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة الكترونية

### 4- التجارة الإلكترونية بين المستهلك و المنظمات الحكومية :

1 - نضال إسماعيل برهم،" أحكام عقود التجارة الإلكترونية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2005،ص63.

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات.<sup>1</sup>

### ثانيا : تطبيقات التجارة الإلكترونية :

للتجارة الإلكترونية تطبيقات كثيرة ومتنوعة ، وتمثل هذه التطبيقات المهام المختلفة والأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل الاتصالات الإلكترونية أو بمعنى آخر هي المجالات التي تستخدم فيها التجارة الإلكترونية مثل الصيرفة الإلكترونية ، وشراء الأسهم و السندات ، الاعلان و التسويق الإلكتروني ، البيع بالجملة والتجزئة ، النشر الإلكتروني ، البحث عن فرص عمل ، اجراءات المزادات الإلكترونية ، التعاون الإلكتروني في مجال البحث و التطوير ، التصميمات الهندسية و تقديم الخدمة للعميل .

### المطلب الثالث : مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية :

#### أولا : مزايا التجارة الإلكترونية :

للتجارة الإلكترونية فوائد جمة بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام

#### 1- مزايا التجارة الإلكترونية للأفراد :

##### أ- خدمة مستمر :

مكنت التجارة الإلكترونية المستهلك من الابحار عبر شبكة الحاسوب و التسوق و اجراء التعاملات

الأخرى على مدى 24 ساعة<sup>2</sup>.

1 - نضال إسماعيل برهم، " أحكام عقود التجارة الإلكترونية"، نفس المرجع، ص 64.

2 - محمود سحنون، " التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، حالة الدول العربية"، المرجع السابق، ص 24.

## ب- حرية الاختيار:

أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كل تفاصيلها و مواصفاتها ، وللعامل أن يختار بينها بكل حرية مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات .

## ج- انخفاض أسعار المنتجات :

هذه التجارة تسمح بالتسوق من أماكن عديدة و اجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السلع و الخدمات المعروضة ، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار ، فاذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر الأنترنت ونفس المنتجات المعروضة في المتاجر التقليدية فسيجد أن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية<sup>1</sup>

## د- تحقيق رضا العملاء :

من بين الآثار الهامة للتجارة الإلكترونية هي احداث التفاعل بين العملاء و الشركات ، فقد أصبح العميل بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج أو سلعة ما في ثوان معدودة بدلا من أيام و أسابيع ، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج .

## 2- مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي :

## من بين الانعكاسات

الإيجابية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي ما يلي :

- التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة و المتوسطة

1 - منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، " البنوك الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005 ، ص 84.



- التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها<sup>1</sup>

- التجارة الإلكترونية أداة لتحسين رصيد الميزان التجاري

- التجارة الإلكترونية أداة لزيادة الانتاجية و النمو الاقتصادي

- التجارة الإلكترونية أداة لتعظيم الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق التكنولوجيا

ثانيا : مخاطر التجارة الإلكترونية :

ينطوي تطبيق التجارة الإلكترونية على العديد من المخاطر، التي لابد من تكثيف الجهود لتذليلها<sup>2</sup>

1- مشكلة حقوق الملكية الفكرية :

يؤدي نشر الأعمال و الابداعات الفنية على شبكة الأنترنت الى انتقالها بسرعة دون الترخيص باستخدامها أو بيعها و يعني ذلك القفز على حقوق الملكية في البراءة و حق النشر و التعرض لخطر الانتهاكات و

القرصنة<sup>3</sup>

2- تهديد أنظمة أمن الشركة :

من بين التهديدات الخطيرة التي تواجه الشركة هي محاولة المخترقين التسلل الى قواعد معلومات هذه

الشركة و العبث بمواردها.

- 1

2 - عبد المالك ردمان الدناني، " الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت " ، الطبعة الأولى، دار الراتب الجامعي، بيروت، لبنان، 2001 . ص 75.

3 - عبد الفتاح بيومي حجاز، "التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت"، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006 . ص 85.