

## المحاضرة الرابعة : التجارة الإلكترونية

### تمهيد:

إن تغيرات السلوك التجاري و الاقتصادي للإنسان جاءت تبعا لتغيرات احتياجات الإنسان ، كذلك هي تعاملات التجارة الإلكترونية فهي لم تظهر فجأة بل جاءت تبعا لمستجدات التي طرأت على طبيعة المعاملات التجارية ، التي كانت تتم على أساس المقايضة قديما، إلى شكها الحديث و التي أصبحت تتم عن طريق الانترنت، و الوسائط الإلكترونية فهي لم تنشأ بقرار أو تشريع و إنما ظهرت استجابة لعصر السرعة.

### 1- تعريف التجارة الإلكترونية :

قبل التطرق إلى مفهوم هذا المصطلح نجده مركب من مفهومين أساسيين :

**التجارة :** و هي تعني في مفهومها التقليدي ممارسة البيع و الشراء أي أن هناك تبادل للسلع ، و الخدمات باستخدام وسيط ما ، والذي قد شهد تطورا عبر الزمن حتى وصلنا إلى النقود و هذا ما أصبح يعرف بالتجارة التقليدية المقترنة بالعقود ، و الفواتير الورقية و الطرق اليدوية في التسليم.

لكن مفهوم التجارة قد إقترن بوصف الإلكترونية ، أي أن الأسلوب الاقتصادي قد تغير باستخدام وسائل إلكترونية متعددة، حيث تعتبر الانترنت من أهم هذه الوسائل<sup>1</sup>.

و قد تطورت التجارة من التقليدية إلى الإلكترونية القديمة التي تعتمد على تبادل المعلومات و التفاوض ، و التعاقد إلكترونيا أما عملية التسليم ، و تسوية المدفوعات تتم بالطريقة التقليدية ، وصولا إلى التجارة الإلكترونية الحديثة التي تعتمد على الانترنت ووسائل الاتصال العصرية ، وفق بروتوكولات للتحكم في النقل و هي مؤمنة لعرض و

- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2000، ص 31

تبادل البيانات على شبكة الانترنت من خلال وسائل عديدة كالتشفير<sup>1</sup> و فيها تتم كل مراحل التعامل بشكل إلكتروني، إبتداءً من الإعلان عن السلعة ، التسويق ، التعاقد وصولاً إلى تسوية الدفع<sup>2</sup>.

\*تعرفها منظمة التجارة العالمية ( OMC ) على أنها<sup>3</sup> " أنشطة إنتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية ".

\*وقد عرفها منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا و المحيط الهادي ( APEC ) 1 : " بأنها

أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمائية و السلعية و التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية سواء تمت بين شخص و شخص آخر أو بين شخص و كمبيوتر أو بين كمبيوتر و كمبيوتر ".

من خلال هذا التعريف نستنتج: أن عقود التجارة الإلكترونية قد تكون عقود بيع إلكترونية كسواء بضائع أو تذاكر طيران أو عقود شراء برامج الكمبيوتر ، فالتجارة الإلكترونية لا تقتصر على السلع المادية فقط بل تمتد إلى مستوى الخدمات .

\* وقد عرفها **عزة العطار** بأنها<sup>4</sup> "مصطلح يطلق على عملية بيع أو شراء أو تبادل منتجات أو خدمات أو معلومات عن طريق الحاسب الآلي".

\***أما إبراهيم بختي** فقد " عم التجارة الإلكترونية على كل معاملة تجارية بين البائع و المشتري ساهمت فيها شبكة الأنترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية، تخص خدمة أو

---

- التشفير : تقنية لترميز البيانات و المعلومات لا يمكن قراءتها إلا بفك الشفرة<sup>1</sup>

- السيد أحمد عبد الخالق، نفس المرجع، ص32.<sup>2</sup>

- إبراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية ، ط1 ، المكنية الأكاديمية ، القاهرة، 2003، ص<sup>3</sup>

- عزة العطار ، التجارة الإلكترونية بين البناء و التطبيق ، منشأة المعارف، دون طبعة ، الإسكندرية ، مصر ، 2003، ص07.<sup>4</sup>

سلعة معينة لاقتنائها لاحقا ، و سواء تم التسديد إلكترونيا بصك ورقي نقدا عند الإستلام أو بطريقة أخرى " 1 .

## 2 - أهمية التجارة الإلكترونية :

إن التجارة الإلكترونية تساهم من خلال ميزاتها في خفض التكاليف في توسيع الأسواق ، و كذا توفر المعلومات حول الأسعار و الأسواق و تمتع المستهلك بالحرية في الاختيار و مقارنة السعر السوق ، وتحسين كفاءة العملية التجارية.

فالتجارة الإلكترونية ما هي إلا سوق عالمي تجمع الباعين و المستهلكين في معارض أو مراكز تجارية افتراضية.

لقد ساهمت التجارة الإلكترونية بشكل كبير بالاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية لتحل محلها دعائم إلكترونية ، مما يوفر الورق و الاستغناء عن غرف الحفظ و التخزين ، كما يجنب ببطء حركة المستندات الورقية و احتمال تأخير إجراءات الجمارك و تعرض البضاعة لخطر الفساد و التلف .

## 3- أشكال التجارة الإلكترونية :

إن التجارة الإلكترونية يمكن النظر إليها على أنها مفهوم متعدد الأبعاد و يمكن أن يتم من خلال تسعة أشكال و هي على النحو التالي :

1- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و منشأة تجارية : Business to business

ويرمز لها ب ( B2B ) ، و يقصد بها تعاملات التجارة الإلكترونية بين منظمات

الأعمال البائعة و منظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكات الانترنت .

---

- إبراهيم بختي ، التجارة الإلكترونية ، مفاهيم ، استراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط1 ، الجزائر ، 2005 ، ص1.42

2- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و مستهلك ( Business To Customer ) و

يرمز لها ب ( B2 C ) و انتشر هذا الشكل بشكل كبير ، و يستخدم من قبل العميل

لشراء المنتجات و الخدمات عن طريق الويب<sup>1</sup>.

3- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و الإدارة الحكومية Business To Government

وهي تغطي جميع التعاملات بين وحدات الأعمال و الإدارة الحكومية كدفع الضرائب

و الرسوم التجارية .

4- التجارة الإلكترونية بين مستهلك و مستهلك ( Customer To Customer ) (C2C).

و هي كل التعاملات بين مستهلك و مستهلك آخر عبر الواب كالمزاد الافتراضي.

5- التعاملات فيما بين المستهلك و الشركات Customer to Busniss (C2B)

تشير الى تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين مستهلكين أفراد بائعين ومنظمات

أعمال كمشتري

6- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض Government to Government

(G2G).

7- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات Government to Busniss (G2B).

وتتمثل في المبادلات في المعلومات بين الحكومة والشركات باستخدام الانترنت ،

كالضرائب مثلاً.

8- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين Government to Consumer (G2C)

وتتمثل في الخدمات الإلكترونية كدفع الضرائب أو استخراج وثائق .

9- التعاملات من المستهلك الى الحكومة Consumer to Governement (C2G).

4- مراحل التجارة الإلكترونية :

---

<sup>1</sup> - Frances Merhin ; B2 Bstratégie de communication, 2eme tirage d'organisation, paris, 2005, p25.

- 1- **مرحلة العرض :** يقوم العارض بتقديم السلع و الخدمات عبر الكاتالوجات الرقمية ،كالإعلان و الترويج لها بهدف إقتناع المستهلكين و حثهم على شرائها<sup>1</sup>.
- 2- **مرحلة القبول :** إذا اقتنع الطرف الآخر بالعرض ينعقد العقد و يقوم القابل بالمزيد من المعلومات حول السلعة و مواصفاتها.
- 3- **مرحلة التنفيذ :** في هذه المرحلة تنفذ الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ و يقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها لتسليمها إما يدويا نقدا أو بالشيك أو بالإعتماد على الوسائل الإلكترونية.

## 5- خصائص التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>:

يمكن إبرازها فيما يلي:

- 1- الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية.
- 2- غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارية الإلكترونية.
- 3- عدم الكشف عن هوية المتعاملين.
- 4- سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية.

## 6- مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية:

كما للتجارة الإلكترونية مزايا وإيجابيات فهي أيضا لها عيوب نستعرضها كالآتي:

### 1- المزايا بالنسبة للفرد:

- توفير الوقت والجهد
- حرية الاختيار
- خفض الأسعار
- نيل رضا المستخدم

---

- السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق ص12.

- إبراهيم العيسوي، مرجع سابق، ص31-36.

## 2- بالنسبة للمؤسسات:

- تسويق أكثر فاعلية وأرباح أكثر
- تخفيض مصاريف المؤسسات من تجهيزات وصيانة

## 3- المزايا على المستوى القومي:

تتمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الالكترونية:

- دعم التجارة الخارجية من خلال رفع درجة الانفتاح الاقتصادي.
- دعم التنمية الاقتصادية.
- دعم التوظيف بتمكينها من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة وربطها بأسواق عالمية بأقل تكلفة.
- دعم القطاعات التكنولوجية.

أما عيوب التجارة الالكترونية فهي تتمثل في<sup>1</sup>:

- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يقدّموا بها.
- غياب التعامل الورقي يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير.
- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الالكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة.
- استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.
- حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.

---

- محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2004، ص166.