



جامعة  
المنارة  
MANARA UNIVERSITY

جامعة المنارة

كلية إدارة الأعمال

قسم التسويق والتجارة الإلكترونية

مقرر التجارة الإلكترونية

Electronic Commerce

جامعة  
المنارة  
MANARA UNIVERSITY

إعداد مدرس المقرر

د. أحمد السكري

2020-2021

## المحاضرة الأولى

### مدخل إلى التجارة الإلكترونية

- مقدمة عامة

- مفهوم التجارة الإلكترونية

- تعريف التجارة الإلكترونية

- الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

- أنواع منظمات الأعمال الإلكترونية

- التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

- خصائص التجارة الإلكترونية

## - مقدمة عامة:

نتيجة التطورات التكنولوجية الحاصلة فإن العالم يعيش اليوم ضمن شبكة افتراضية يتبادل فيها الناس المعلومات، الأفكار، السلع والخدمات، لاسيما وأن إمكانية نقلها وتوزيعها عبر العالم لم يعد أمرا صعبا، ويعود الفضل في ذلك إلى التطور المذهل في التكنولوجيا بصفة عامة والاتصالات والإنترنت ونظم المعلومات بصفة خاصة. إن التزاوج بين التكنولوجيا والمعلومات قد أدى إلى ظهور ما يسمى بتكنولوجيا المعلومات (Information Technology). إن هذا التطور قد مس جميع المجالات، وبالتالي كان لا بد أن يكون له أثر على النشاط الاقتصادي، ومن ثماره كان ظهور نوع جديد من الاقتصاد سمي بالاقتصاد الرقمي (Economy Digital) والذي يقوم على دعمتين أساسيتين هما: التجارة الإلكترونية (E-Commerce) وتكنولوجيا المعلومات (Information Technology)، هذه الأخيرة التي خلقت الوجود الواقعي للتجارة الإلكترونية.

مع ظهور التجارة الإلكترونية وجد العالم نفسه أمام متغيرات جديدة وآليات مستحدثة تعتمد على تقنيات الحواسيب وشبكات الاتصال الإلكترونية العالمية، لاسيما شبكة الإنترنت التي أصبحت كيانا واسعا ومهما جدا. إن هذه الوسائل المتطورة هي التي سمحت بإجراء معاملات تجارية من نوع آخر بحيث عملت على تغيير الطريقة التي يعمل بها الاقتصاد الحالي، وأدت إلى تطوير المنتجات والأسواق الحالية وخلق أخرى جديدة، أيضا نشأ عنها علاقات جديدة بين المنظمات والمستهلكين، وانتشرت قنوات جديدة للتوزيع، هذا ما جعل المنظمات تتبع طرقا وأساليب جديدة في البيع والتسويق، وبفضل كل هذا أصبحت التجارة الإلكترونية أحد أهم الطرق المبتكرة التي تستفيد منها الدول والمنظمات في يومنا هذا.

## ● مفهوم التجارة الإلكترونية:

إن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين: الأول التجارة (Commerce): وهذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري يتم من خلاله تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها. الثاني الإلكترونية (Electronic): والمقصود به هو القيام بأداء النشاط التجاري باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة والشبكات الإلكترونية مثل شبكة الإنترنت. يمكن تلخيص مفهوم التجارة الإلكترونية بأنه يتضمن تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية عموما إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة: الأول هو خدمات ربط أو دخول الانترنت مثل الخدمات المقدمة من قبل مزودي خدمة الإنترنت. الثاني هو تسليم أو تزويد الخدمات تقنيا، أما الثالث فهو استعمال الإنترنت كوسيلة لتوزيع السلع والخدمات بطريقة مادية ملموسة (غير تقنية).

إن مجال التجارة الإلكترونية واسع وهو يزداد اتساعا يوما بعد يوم، حيث يشمل على سبيل المثال وليس الحصر إنشاء وتسجيل المواقع الإلكترونية، تبادل البريد الإلكتروني بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية، تبادل البيانات الإلكترونية مثل تبادل المعلومات عن السلع والخدمات، المراسلات الإلكترونية، التعاملات المصرفية الإلكترونية وإصدار الفواتير الإلكترونية، أيضا الدعاية والإعلان عن التجارة الإلكترونية، التفاوض على الصفقات التجارية بالوسائل الإلكترونية، عقود البيع الفوري للسلع والخدمات على الإنترنت، تنسيق أنشطة التسليم والسداد بالطريقة المادية الملموسة خارج شبكة الإنترنت، سداد الالتزامات المالية الناجمة عن عقود التجارة الإلكترونية، المتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات والتوزيع للسلع والخدمات.

## ● تعريف التجارة الإلكترونية:

في الواقع لا يدرك الكثير من الناس ما المقصود بمصطلح التجارة الإلكترونية، فهو حديث نسبيا ويتضمن عدة مفاهيم قد تكون غامضة بالنسبة لغير المختصين، الأمر الذي دفع العديد من المنظمات والهيئات الدولية ورجال الفقه والقانون والتسويق إلى وضع تعاريف متعددة لهذا المصطلح وبيان خصائصه. هذا الأمر قد دفعنا إلى سرد مجموعة من التعاريف الخاصة بمصطلح التجارة الإلكترونية الأكثر أهمية والتي لامست إلى حد كبير المعنى الدقيق لهذا المصطلح.

يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على مجموعة العمليات التجارية التي تتم عبر شبكة الويب في الوقت الحاضر، وأكثر التعريفات شيوعا للتجارة الإلكترونية هو تعريف منظمة التجارة العالمية (WTO) بأنها: مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج، وتوزيع، وتسويق السلع والخدمات بوسائل إلكترونية. أيضا عرفتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بأنها تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مرئية أو مكتوبة أو مسموعة. التجارة الإلكترونية هي: ذلك النشاط الإلكتروني المتعلق بتنفيذ عمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات ونشاط الإعلان عن والتسويق وخدمات ما بعد البيع. أيضا تعرف التجارة الإلكترونية بأنها استخدام الوسائل والأدوات التقنية الحديثة -من وسائل اتصال وحواسيب وشبكات متطورة- من قبل الأطراف التجارية بمستوياتها المختلفة لإتمام الصفقات والأعمال.

هناك جانب من الفقه اتجه إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستعمال وسيلة إلكترونية وذلك حتى إتمام العقد، وهذا التعريف يتفق مع التعريف الوارد في التوجيه الأوروبي في 20 أيار 1997 للتجارة الإلكترونية بأنها: عقد بيع عن بعد تستخدم فيه وسيلة تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد، وذلك حتى إتمام العقد. بينما أطلق جانب آخر من الفقه مصطلح التجارة الإلكترونية على مجمل الخدمات

التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والشركات والأفراد) المعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص والصوت والصورة).

### ● الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية:

يشيع لدى الكثيرين استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce) رديفاً لمصطلح الأعمال الإلكترونية (E-business) غير أن هذا يعتبر خطأً شائعاً لا يراعي الفرق بينهما، فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية هي استخدام الأدوات والوسائل التقنية الحديثة -كوسائل الاتصالات والحواسيب وشبكة الإنترنت- من قبل الأطراف التجارية بمستوياتها المختلفة لإتمام الصفقات والأعمال. أيضاً يمكن القول بأنها نشاط تجاري إلكتروني خاص بتعاقدات البيع والشراء وطلب السلع والخدمات وتلقيها بآليات تقنية معينة ضمن البيئة الإلكترونية أو خارجها.

أما الأعمال الإلكترونية فهي تشمل نماذج طرق ممارسة الأعمال في البيئة الإلكترونية والعمليات التجارية الإلكترونية. تقوم الأعمال الإلكترونية على فكرة أتمتة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد مع الزبون، بل تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها، كما تمتد أيضاً إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه. يدخل ضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية المصنع الإلكتروني المؤتمت والبنك الإلكتروني وشركة التأمين الإلكترونية والخدمات الحكومية الإلكترونية والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحالي نحو مفهوم أكثر شمولاً هو الحكومة الإلكترونية.

## ● أنواع منظمات الأعمال الإلكترونية:

فيما يتعلق بممارسة الأعمال الإلكترونية فإنه يمكننا تمييز عدة أنواع من منظمات الأعمال كما يلي:

### 1- منظمات أعمال تمارس الأعمال الإلكترونية فقط:

هذه المنظمات إما أنها دخلت سوق الأعمال الإلكترونية بعد أن كان لها ممارسات وأعمال سابقة في ميدان الأعمال التقليدية غير الافتراضية ثم تركتها وأغلقت محلاتها التجارية القائمة على أرض الواقع وذلك بعد أن حققت نجاحا كبيرا في ميدان الأعمال الإلكترونية عبر الإنترنت، أو أنها دخلت إلى سوق الأعمال الإلكترونية مباشرة دون أن يكون لها تجربة سابقة في الأعمال التقليدية، أي أنها باشرت أعمالها التجارية وبدأت دورة حياتها عبر الإنترنت منذ اللحظة الأولى. هذا النوع من منظمات الأعمال لا يعاني من مشكلات التحول من ممارسة الأعمال التقليدية إلى ممارسة الأعمال الإلكترونية، لأنه يبني منذ اللحظة الأولى مواقعه التجارية الإلكترونية ويربطها بالنظم الداعمة لها اللوجستية منها والمالية ويبدأ في مباشرة نشاطه التجاري الإلكتروني بصورة تدريجية عبر استهداف الأسواق المناسبة لطبيعة منتجاته.

### 2- منظمات الأعمال التقليدية المتجهة للأعمال الإلكترونية:

هذه المنظمات استطاعت أن تدخل ميدان الأعمال الإلكترونية إلى جانب أنشطتها التقليدية، أي أنها لم تتوقف عن التعامل في الأسواق التقليدية عندما حققت نجاحا في الأسواق الإلكترونية، بل إنها استمرت في مواصلة نشاطها التجاري التقليدي إلى جانب الإلكتروني.

### 3- منظمات الأعمال التقليدية المحضنة:

هذا النوع من منظمات الأعمال لا يزال مستمرا في ممارسة نشاطه التجاري التقليدي وبالتالي لن يستطيع الصمود طويلا أمام التغيرات التي فرضتها البيئة الإلكترونية خاصة على الصعيد التسويقي، لذلك فإن هذه المنظمات لابد من أن تطور أدواتها وأساليب عملها التقليدية حتى تتلاءم مع بيئة العمل الإلكترونية الجديدة.

#### ● التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية:

التجارة الإلكترونية هي عملية التبادل التجاري للسلع والخدمات بواسطة شبكة الإنترنت أو أي شبكة أخرى، وبذلك فهي تتبع نفس قواعد التجارة التقليدية من حيث أن المشتري والبائع يلتقيان من أجل تبادل السلع والخدمات مقابل النقود، ولكن بدل من أن تتم هذه اللقاءات من خلال المتاجر أو المحلات أو من خلال الاتصالات التليفونية أو عبر الكتالوجات الخاصة فإنهم يلتقون عبر الإنترنت، وبالتالي فإن التجارة الإلكترونية توفر أقصى درجات الراحة للمشتري الذي يستطيع زيارة عشرات بل مئات المواقع الإلكترونية التي تعرض نفس السلعة بأكثر من طريقة وبذلك يستطيع مقارنة الأسعار ومصاريف الشحن مثلا دون أن يتطلب ذلك مغادرته لمنزله أو مكتبه، وبذلك يكون قراره الشرائي مبني على معلومات غنية ودقيقة، كما تعد التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لصيد السلع التي يرغب بها المشتري من خلال البحث والتقصي والمقارنة بين أعداد كبيرة من البدائل المتاحة إلكترونيا.



تحدثنا عن المشتري وهو أحد طرفي العملية فقط فماذا عن البائع؟ في الواقع توفر التجارة الإلكترونية على البائع العديد من التكاليف التي تتحملها السلعة قبل وصولها للمشتري، فهو لا يحتاج مثلا إلى عدد كبير من مندوبي التوزيع أو المبيعات ولا يحتاج كذلك إلى طبع الكثير من الكatalوجات التي يوضح فيها مزايا سلعه وخدماته للمشتري، أيضا إذا كانت السلعة عبارة عن منتج إلكتروني فإنه يمكن تحميله من خلال الشبكة وبالتالي تكلفة الشحن في هذه الحالة ستكون صفرا وبذلك لا تتحمل السلعة تكاليف إضافية. الفائدة الأخرى للتجارة الإلكترونية بالنسبة للبائع هي عدم اضطراره لشراء متجر أو مكان يعرض فيه سلعه وخدماته في حين أنه يستطيع أن يعرض سلعه في عشرات المواقع الإلكترونية المتخصصة نظير تكلفة قليلة مقارنة بالتجارة التقليدية.

في التجارة الإلكترونية يشعر المشتري أحيانا بعدم الراحة و الأمان التام في حالة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية المتعددة، كذلك فإن البعض يعتبر عملية الشراء من المتاجر التقليدية هي عملية ممتعة في حد ذاتها، كما أن هناك نوعية من السلع مثل الملابس والأثاث يجب أن يراها المشتري بعينه و يلمسها ويجربها حتى يقتنع بها، ولكن تجدر الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية تسعى جاهدة و بإيقاع سريع لتطوير أدواتها الإلكترونية من أجل التغلب على ناحية الملموسية في عملية الشراء.

## ● خصائص التجارة الإلكترونية:

تتسم التجارة الإلكترونية بخصائص معينة تميزها عن التجارة التقليدية، هذه الخصائص قد ساهمت بشكل كبير في انتشارها، خاصة في الدول المتقدمة التي تتوفر فيها البنى التحتية اللازمة، ويمكننا تحديد أهم خصائص التجارة الإلكترونية كما يلي:

- تتميز التجارة الإلكترونية بأنها عالمية، تختصر المسافات وتتيح التفاوض عبر الدول مهما ابتعدت عن بعضها، حيث ينتشر هذا النوع من التجارة في العالم بأسره وذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية التي من شأنها إتاحة الفرصة أمام المتعاملين بالتجارة الإلكترونية للقيام بأعمالهم التجارية مهما اختلفت جنسياتهم ودولهم.

- إن التجارة الإلكترونية متطورة تناسب مع متغيرات العصر وتواكب التطور التكنولوجي الملحوظ، فهي تتطور بتطور الوسائل الإلكترونية المستخدمة بصورة رئيسية في هذا النوع من التجارة بدلاً عن المستندات الورقية المعقدة.

- تتم معاملات التجارة الإلكترونية بسرعة وسهولة نتيجة استخدام الوسائل الإلكترونية المتطورة التي من شأنها توفير الوقت والجهد، حيث يستطيع مستخدمو الإنترنت إبرام عقودهم المتعلقة بمعاملاتهم التجارية بسهولة ومرونة، ذلك أن شبكة الإنترنت أداة سهلة ومتاحة للجميع قد أدت وبشكل فعال إلى إزالة الحواجز الجغرافية، ومن ثم أصبحت سوقاً لترويج السلع والخدمات والوفاء بالديون، وهي أساس لتطوير التجارة الإلكترونية.

- لا تحتاج التجارة الإلكترونية إلى الوجود المادي للأطراف، إذ يكفي تواصلهم عبر إحدى الوسائل الإلكترونية، حيث تتم العملية التجارية بسرعة وسهولة دون مشقة السفر.

- تقدم التجارة الإلكترونية للمشتريين مجالاً واسعاً لاختيار السلع والخدمات، لأنها تتيح لهم الاطلاع على أكبر عدد ممكن من العروض المقدمة من قبل البائعين، وبالتالي فإنها تزيد من فرص الشراء، كما أنها بالمقابل تزيد من المبيعات وتخفض التكلفة المتعلقة باستعلامات المبيعات وتقديم عروض الأسعار، وغيرها من العمليات التي نجدها في التجارة التقليدية، بالتالي هي تؤدي إلى تخفيض نفقات التسويق من خلال تخفيض الوقت اللازم لتأمين حاجات الزبائن وإتمام عملية البيع عبر الإنترنت. أيضاً تقلل من النفقات الإدارية من خلال التقليل من الأعمال الروتينية كالإمداد وإعداد الفاتورة، وتعمل على زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي بسبب الكفاءة في عرض السلع والخدمات، وتقليل القيود للدخول إلى الأسواق، والمقدرة العالية في الحصول على المعلومات اللازمة.