

التجارة الإلكترونية:

رؤية في المفهوم، المرجعيات الدولية، والمفاهيم المشابهة

E-Commerce: An Analytical Perspective on the Concept, International References, and Related Concepts

الدكتور أمين الصغيار

مساعد اجتماعي في ألمانيا

دكتوراه في علم الاجتماع

جامعة عبد المالك السعدي تطوان - المغرب

aminesghiar@gmail.com

الدكتور محمد شرايحي

أستاذ التعليم العالي

جامعة عبد المالك السعدي تطوان - المغرب

chraimimohamed@gmail.com

ملخص

يستعرض المقال التجارة الإلكترونية بوصفها مفهوما مركبا يتجاوز البعد التقني ليشمل أبعاد اجتماعية واقتصادية وقانونية. ويسعى إلى تفكيك المفهوم من خلال استعراض أبرز التعريفات النظرية والمرجعيات الدولية التي أسهمت في بنائه وضبط حدوده الدلالية. كما يقارن بين التجارة الإلكترونية والمفاهيم الأخرى المتداخلة، مبرزاً أوجه التقاطع والاختلاف بينها.

يهدف هذا المقال إلى الإسهام في توضيح الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والحد من الخلط الاصطلاحي المرتبط بها، وكذا تقديم قراءة تحليلية تسهم في تقليص الغموض الاصطلاحي وتعزيز الدقة المفاهيمية في الدراسات الأكاديمية ذات الصلة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التحليل المفاهيمي، المرجعيات الدولية، المفاهيم

المشابهة.

Abstract

This article presents e-commerce as a complex concept that extends beyond its technical dimension to include social, economic, and legal aspects. It seeks to deconstruct the concept through a review of the main theoretical definitions and international references that have contributed to shaping it and defining its conceptual boundaries. The article also compares e-commerce with other related and overlapping concepts, highlighting points of convergence and divergence.

The article aims to contribute to clarifying the conceptual framework of e-commerce,

reducing terminological ambiguity, and offering an analytical reading that enhances conceptual precision in related academic studies.

Keywords: E-commerce; Conceptual Analysis; International References; Related Concepts.

Zusammenfassung

Der Artikel behandelt den elektronischen Handel als ein komplexes Konzept, das über die technische Dimension hinausgeht und auch soziale, wirtschaftliche und rechtliche Aspekte umfasst. Er zielt darauf ab, das Konzept zu analysieren, indem die wichtigsten theoretischen Definitionen und internationalen Referenzen, die zu seiner Entwicklung und zur Festlegung seiner begrifflichen Grenzen beigetragen haben, vorgestellt werden. Zudem wird der elektronische Handel mit anderen verwandten Konzepten verglichen, wobei Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufgezeigt werden.

Ziel dieses Artikels ist es, zum Verständnis des konzeptionellen Rahmens des elektronischen Handels beizutragen, begriffliche Verwechslungen zu verringern und eine analytische Perspektive zu bieten, die zur Reduzierung von Unklarheiten und zur Förderung konzeptioneller Genauigkeit in einschlägigen akademischen Studien beiträgt.

Schlüsselwörter: Elektronischer Handel - Begriffsanalyse - Internationale Referenzen - Verwandte Konzepte.

تقديم

يواجه الدارسون في العلوم الإنسانية والاجتماعية تحديات متعددة منها ما يتعلق بضبط المفاهيم وتحديد معانيها بدقة؛ فالمفهوم في علم الاجتماع ليس مجرد تسمية فقط، بل هو كائن حي يتطور بتطور الأدوات والوسائل التي يستخدمها الإنسان.

إن هذا الأخير كائن متجدد، ومن دون شك فظواهره الاجتماعية دائمة التحول. وفي علم الاجتماع تحديداً، لا يظهر المصطلح بشكل معزول، بل يولد من رحم التفاعلات البشرية المتغيرة. لذلك ومع بزوغ العصر الرقمي، وجدت العلوم الإنسانية نفسها أمام سيل من الظواهر المستحدثة التي فرضت أزمة اصطلاحية، حيث تتداخل اللغة التقنية مع اللغة الاجتماعية في قالب واحد.

وبهذا المعنى تعد «التجارة الإلكترونية» نموذجاً حياً لهذا التحدي المفاهيمي؛ فهي ليست مجرد نشاط تقني فحسب، بل هي تحول جذري في أشكال العلاقات والروابط بين أفراد المجتمع. ومن هنا تبرز الحاجة الملحة لتفكيك هذا المصطلح وفهم مكوناته.

ولا شك في أن التجارة الإلكترونية فعل تجاري كلاسيكي في جوهره، لكنه يرتدي ثوباً تقنياً افتراضياً شكّل الوجه الآخر من اللقاء البشري. إن هذه الازدواجية تفرض علينا ضرورة العودة إلى الأصول لضبط المفهوم وفهم حدوده، لتجنب الخلط الذي يقع فيه الكثيرون بينه وبين أنشطة رقمية أخرى من قبيل التسويق الرقمي، الأعمال الإلكترونية، وغيرها.

وبناء على ذلك، نضع الإشكالية التالية:

كيف يمكن ضبط ماهية التجارة الإلكترونية من خلال تفكيك عناصرها البنوية وتتبعها في الأدبيات العامة والمواثيق الدولية؟ وإلى أي حد تساهم هذه الرؤية التأصيلية في رسم حدود فاصلة تميزها عن المفاهيم الرقمية المشابهة والملتبسة بها؟

وللمضي قدماً في الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وسعياً منا للإحاطة بهذا المفهوم من مختلف جوانبه، سنعمد مقارنة تدريجية تبدأ بتفكيك المصطلح إلى عناصره الأولية. ثم التدرج بعد ذلك لمسح أهم التعريفات التي حاولت تأطير هذه الظاهرة نظرياً، مع استعراض الكيفية التي صاغت بها المنظمات الدولية والمواثيق العالمية والوطنية هذا المصطلح. وفي الختام، سنعمل على رسم الحدود الفاصلة التي تمنح التجارة الإلكترونية هويتها الخاصة، وتميزها بوضوح عن غيرها من المصطلحات الرقمية المجاورة لها.

• البنية الثنائية للتجارة الإلكترونية

إن التوافق على تعريف موحد للتجارة الإلكترونية يعد أمراً صعباً خصوصاً وأن المفهوم يتركب من شقين: (تجارة-Commerce) و (إلكترونية-Electronic)، وارتباطهما مع بعضهما البعض هو ما يعمق من صعوبة إيجاد تعريف شامل، ولذلك ارتأينا أن نورد أهم هذه التعريفات وأكثرها دلالة وسهولة.

- المركب الأول: التجارة

تشتق التجارة من تجر يتجر تجراً وتجارة أي باع واشترى، ويقتصر معناها على مبادلة السلع بهدف الربح ويتفق هذا مع مدلول اللغة لكلمة «تجارة» فهي تقليب المال لغرض الربح.⁽¹⁾

وبهذا المعنى فالتجارة تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات وذلك بهدف تحقيق الربح في إطار نظم وقواعد متفق عليها، وتختص في توزيع البضائع المنتجة محلياً أو دولياً بالاعتماد على الأيدي العاملة والمهارات التي يتقنها الأفراد.

1. ابن منظور، لسان العرب، المجلد 10، دار صابر، بيروت، 2003، ص 89.

- المركب الثاني: الإلكتروني

يعني مصطلح إلكتروني عملية إنشاء أو تسجيل أو نقل أو تخزين في صيغة رقمية أو أي صيغة أخرى غير ملموسة بواسطة وسائل إلكترونية أو بأية وسائل أخرى مشابهة لديها القدرة على الإنشاء أو التسجيل أو النقل أو التخزين إلكترونيا.⁽¹⁾

كما تعرف أيضا على أنها مجال أداء النشاط التجاري باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت والأساليب الإلكترونية.⁽²⁾

وبهذا المعنى «الإلكترونية» هي توصيف لمجال أداء نشاط معين باعتماد الإنترنت، ويقصد به في هذا السياق التجارة، وبذلك يصبح الحديث واردا عن نشاط تجاري يقوم على أساس استخدام الإلكترونيات أكانت اتصالات أو أنترنت أو غير ذلك.

ومن خلال ذلك يمكن أن نصل إلى معرفة مصطلحين هامين وهما (E-commerce) وتعني التجارة الإلكترونية، والمصطلح الثاني (Internet commerce) أي التجارة عبر الإنترنت، وهي الوجه الجديد للتجارة الإلكترونية، فالمصطلح الأول هو الأسبق من الثاني من حيث الزمن باعتبار استعمال تكنولوجيا الفاكس والتليكس وغيرها في ميدان التجارة، ولكن بعد ظهور الإنترنت تم استخدامها في مجال التجارة نظرا لما تحققه من نجاح في الأرباح وسيرورة العمل التجاري.

ويتضح مما سبق على أن (التجارة) و(الإلكترونية) كلمتين تكملان بعضهما البعض وتشكلان مفهوما جديدا وهو التجارة الإلكترونية (E-commerce)، التي يمكن اعتبارها على أنها مجموع عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت باستعمال الشبكات المعلوماتية، ويمكن الوقوف على تعاريفها بشكل مفصل انطلاقا من موضعين اثنين: الموضع الأول ويتعلق ببعض التعاريف العامة التي أعطيت للتجارة الإلكترونية، أما الثاني فيتعلق بالتعاريف التي قدمت لها من قبل المنظمات والمواثيق العالمية والوطنية.

• التجارة الإلكترونية : أبرز التعريفات النظرية

تعد التجارة الإلكترونية مفهوما واسعا يشمل أي نشاط أو تعامل تجاري يتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية أهمها شبكة الإنترنت، وقد أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي

1. خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 247.

2. عبد الحميد عبد المطلب، اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص 38-39 - بتصرف.

بيرتيلي نيكولاس (Nicolas Bertelli) تعريفا لهذا المفهوم؛ إذ يشير في نظره إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة، علاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من أحجامها.⁽¹⁾

ويعرفها جانكي رانس (Jean-guy Rens) بأنها مفهوم تطويري لا ثوري بحيث أنها تتضمن تطبيقاتا تكنولوجيا المعلومات على الوظائف التقليدية للتجارة (إشهار، تسويق، شراء، بيع...)، فالتجارة الإلكترونية هي جزء تكاملي من التسيير التجاري الكلي للمؤسسة وأي مشروع تجاري إلكتروني يهمل هذه الخطوة سيكون من دون أي شك فاشل.⁽²⁾

ويذهب طارق عبد العال حماد إلى أن التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات الشراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات العالمية الأخرى.⁽³⁾

ومن جهته اعتبر الحناوي صالح التجارة الإلكترونية أنها مجموعة من عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، فهي تتضمن إنجاز مختلف الأعمال عن طريق الإنترنت من خلال جميع أطراف التعامل.⁽⁴⁾

ونفهم من هذا التعريف والتعاريف السابقة أن التجارة الإلكترونية هي كل المراحل التي تمر بها عملية بيع المنتج من طلبه إلى غاية تسليمه للمستهلك ودفع هذا الأخير ثمنه، بحيث تتم كل هذه المراحل أو جزء منها بطريقة إلكترونية بدلا من أن يكون ماديا أو ماديا مباشرا، وبالتالي فالتجارة الإلكترونية عملية تجارية محضة سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

هذا ويعرف بعض الباحثين في أدبيات الفكر التسويقي المعاصر التجارة الإلكترونية بأنها مفهوم يصف عمليات تبادل المنتجات من بيع وشراء باستخدام الإنترنت، فنجد مثلا عبود نجم يعتبر أن التجارة الإلكترونية هي المجال الأوسع الذي يغطي صفقات الأعمال، وتعرف بدلالة القدرات

1. بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، ص 62.

2. Jean-Gus Rens, le cyber commerce au Québec, editeur isabelle qu'entier, Québec (Canada), édition 2001, p15.

3. حماد طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2001، ص 7-8.

4. الحناوي صالح، الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطبع والنشر، 2004، ص 159.

المستفادة من الإنترنت والوسائل الإلكترونية في تأدية الأعمال التجارية،⁽¹⁾ وبهذا المعنى تشير إلى التجارة التي يتم التعامل بها وإغناؤها بتكنولوجيا المعلومات وبشكل خاص الإنترنت.

هذا وقد اعتبر فريد النجار أن التجارة الإلكترونية بمثابة أداء الأعمال من خلال شبكة الإنترنت أو بيع أو شراء السلع والخدمات من خلال صفحات الويب.⁽²⁾

أما بريش عبد القادر وزيدان محمد فقد اعتبرا هذا المفهوم حديث الظهور؛ إذ يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفرغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة، علاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي، مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها.⁽³⁾ كما تعرف التجارة الإلكترونية بأنها الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء أو مبادلة السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الحاسوب.⁽⁴⁾

يتبين من خلال التعريف المقدمة للتجارة الإلكترونية أنها تتقاطع على مستوى اعتماد البيع وكل العمليات المرتبطة به إلكترونياً، إلا أن التعريف الأول ضيق لحد ما لكونه يحصر التجارة الإلكترونية في عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، في حين أن التعريف الثاني ركز على سهولة التبادل التجاري الذي تتيحه عملية التجارة الإلكترونية وذلك بفضل مساهمة الاتصالات في توفير الوقت وتقريب المسافات، فيما بين التعريف الثالث -وهو الأكثر اتساعاً وتفصيلاً- كل العمليات التي تتم في إطار التجارة الإلكترونية؛ إذ أنها تشتمل كل العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائل الاتصالات الإلكترونية وخاصة الإنترنت.

• التجارة الإلكترونية في المنظور المؤسسي؛ قراءة في المنظمات والمواثيق العالمية والوطنية

حتى نتبين التعريف التي أعطيت للتجارة الإلكترونية ونكون على إلمام بها، وبعد أن بسطنا بعضها، وجدنا أنه من الضروري التوقف كذلك عند التعريف المقدمة من قبل بعض المنظمات والمواثيق العالمية والوطنية.

1. نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المريح، الرياض، 2004، ص 24.
2. فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 89.
3. بريش عبد القادر، زيدان محمد، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية، ورقلة، بتاريخ 15-05-2007، ص 17، -بتصرف-
4. صالح الجداية محمد نور، جودة خلف سناء، تجارة إلكترونية، دار الحامل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 24-25.

تعريف منظمة التجارة العالمية: (1)

التجارة الإلكترونية هي أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية، حيث تشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات: عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه، وعمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات وعمليات تسليم المشتريات.⁽²⁾

والواضح من خلال هذا التعريف أنه لا يحصر عملية التجارة الإلكترونية في نطاق العمليات المرتبطة بشراء منتج معين، بل يعتبر أن التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لشركة أخرى أو شركة لمستهلك عبر الإنترنت أو غيرها من وسائط الاتصال الإلكتروني، بداية من معلومات ما قبل شراء المنتج أو تقديم الخدمة إلى ما بعد شرائه، وتقديم خدمات ما بعد البيع، وبالتالي فإننا هنا أمام مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائط الاتصال الإلكتروني وعلى وجه الخصوص الإنترنت.

تعريف اللجنة الأوروبية للتجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي أداء الأعمال إلكترونيًا حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني وفي البيانات مكتوبة كانت أو مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الإلكترونية للأموال والفواتير والمزادات التجارية وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع.⁽³⁾

وتعتبر اللجنة الأوروبية للتجارة الإلكترونية أن هذا الأداء يتم بطريقة إلكترونية في إطار تبادل البيانات والمعلومات، وهذا يعني أن جل الأعمال المرتبطة بها أو على الأقل بعضها يتم بطريقة إلكترونية، فيصبح الحديث وارداً عن تحولات إلكترونية لجميع العناصر الفاعلة في هذه التجارة.

1. منظمة التجارة العالمية (World Trade Organisation) وهي المنظمة العالمية الوحيدة التي تتعامل مع قواعد التجارة بين الدول، بحيث تعمل على تنظيم التجارة العالمية، تقوم بتسوية النزاعات التجارية بين أعضائها وتدعم احتياجات البلدان النامية. يمكن الاطلاع على معلومات أكثر من خلال الموقع الرسمي للمنظمة على الرابط المباشر التالي:
https://www.wto.org/english/thewto_e/thewto_e.htm

تمت الزيارة بتاريخ 2025-12-03 الساعة 21:44

2. العيسوي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2014، ص 11-12.

3. أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منظورات المنظمة العربية للنتيجة الإدارية، 2006، ص 34.

تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: (1)

تعرف هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها عملية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد، تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء أكانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم الأنشطة المختلفة.⁽²⁾

ويأتي هذا التعريف شاملاً إلا أنه يختلف إلى حد ما مع التعريف الوارد في المواثيق الدولية والتي عرضنا بعضها منها في الأعلى؛ إذ أن التجارة الإلكترونية من هذا المنطلق شاملة لجميع العمليات المرتبطة بالتجارة، وبالتالي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني سواء أكان هذا التبادل بين الشركات نفسها أو بين الشركات والأفراد.

تعريف المنظمة العربية لضمان الاستثمار: (3)

تعرف هذه المؤسسة التجارة الإلكترونية بأنها التجارة التي تقوم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت عبر التداول الإلكتروني للبيانات متجاوزة عنصري المكان والزمان.⁽⁴⁾ وبهذا المعنى تشتمل التجارة الإلكترونية كل المعلومات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات، لذلك اعتبر غالبية المحللون الاقتصاديون بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية، لكونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات وترويجها.

وفي إحدى التصريحات التي قدمها أعضاء المؤسسة: «يجب أن نعرف أن الكثير من الشركات

1. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (Organisation for Economic Co-operation and Development) منظمة اقتصادية حكومية تضم 38 دولة عضو، هدفها تحفيز التقدم الاقتصادي والتجارة العالمية والبحث عن حلول للمشاكل المقترحة، ويمكن الاطلاع على معلومات أكثر في هذا الصدد من خلال الموقع الرسمي للمنظمة: www.oecd.org تمت الزيارة بتاريخ 2025-12-03 الساعة 20:03.

2. عبد الرحيم سليمان عبد العزيز، التبادل التجاري: العولمة والتجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 199-200.

3. المنظمة العربية لضمان الاستثمار (Inter-Arab Investement Guarantees Corporation) منظمة تشكلت بمقتضى اتفاقية صادقت عليها كل الدول العربية تقريباً، ودخلت مرحلة التنفيذ عام 1974 بهدف ضمان تعزيز حركة رأس المال وتأمين المستثمر العربي. ويمكن الاطلاع على معلومات أكثر في هذا الصدد من خلال الموقع الرسمي للمنظمة <https://archive.unescwa.org/arabinvestment-and-export-credit-guarantee-corporation>

تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-04 الساعة 13:30

4. السديري محمد بن أحمد، التجارة الإلكترونية: تقنيات واستراتيجيات التطبيق، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد 73، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر، 2009، ص 11.

الأجنبية موجودة على الأرض الآن، ولكنها جعلت أدواتها التسويقية واتصالاتها الرئيسة عبر الإنترنت، فنحن لا نطالب بإلغاء الشركات الموجودة، فوجودها مهم ولكن يجب حثها على أن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية لتجارتها المحلية والعالمية والمستقبلية، فهل سيكون للتجارة العربية نصيب من التجارة الإلكترونية؟»⁽¹⁾

تعريف فيدرالية التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد:⁽²⁾

التجارة الإلكترونية هي شكل من أشكال البيع عن بعد، والذي يتم وفقا لأسلوب الطلب عبر البريد أو الهاتف الثابت أو النقال أو الإنترنت. ويتضح من هذا التعريف أن هذا النوع من التجارة يتسم بالبيع عن بعد باعتماد الوسائط الإلكترونية التي تمكن من التواصل بين البائع والمشتري، وبالتالي فالتجارة الإلكترونية واحدة من الظواهر الاقتصادية الناتجة عن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي:⁽³⁾

لقد عرف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية، والتي تتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية، سواء تمت العملية بين شخص وشخص أو بين شخص وكمبيوتر أو بين كمبيوتر وكمبيوتر.⁽⁴⁾

ويتبين من خلال هذا التعريف أن مجال اشتغال التجارة الإلكترونية أوسع من حيث أنها مجال لتقديم الخدمات من جهة أولى وبيع السلع والمنتجات بطريقة إلكترونية من جهة ثانية دون اشتراط جهة معينة التعامل بها، وهو التعريف الذي يتوافق إلى حد ما مع التعريف السابق الذي قدمته فيدرالية التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد (FEVAD).

1. انظر في التقرير الاقتصادي العربي الموحد الصادر عن نفس المنظمة (المنظمة العربية لضمان الاستثمار)، 2003، ص 25.
2. فيدرالية التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد (Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance) فيدرالية تضم أكثر من 800 شركة تعمل بالتجارة الإلكترونية في فرنسا، تهدف إلى خلق التواصل والانسجام والتبادل... الخ، ويمكن الاطلاع على معلومات أكثر في هذا الصدد من خلال الموقع الرسمي للفيدرالية: www.fevad.com تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-04 الساعة 17:33.
3. تأسس منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي في عام 1985، وقد أتيحت له الفرصة لخدمة أكثر من ثمانين (80) عميلا في أكثر من (1000) مشروع ودراسة في جميع أنحاء العالم، وفي أكثر من تسعين (90) موقعا صناعيا، ويمثل الغرب الأوسط للولايات المتحدة السوق الجغرافي الأساسي له.
يمكن الاطلاع على معلومات أكثر حول المنتدى من خلال موقعه الرسمي: <https://apec.com/about/> تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-04 الساعة 18:45.

4. علاوي محمد لحسن، مداخلة بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية، الملتقى الدولي الرابع أسرار نظام الدفع في البنوك وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل، 2011، ص 04.

تعريف الهيئة الأوروبية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة: (1)

لقد عرفت هذه الهيئة التجارة الإلكترونية على أنها النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال،⁽²⁾ وبالتالي فإن هذه القيم يتم تبادلها إلكترونياً سواء كانت معاملات مادية أو معاملات خدمتية تهم الشراء والبيع بين طرفين معينين مع الإشارة إلى اعتماد كل العمليات المتعلقة بها إلكترونياً وباستخدام شبكات الاتصال. وهذا المعنى تشمل التجارة الإلكترونية مختلف الأنشطة وعلاقات الأفراد بعضهم ببعض وبالشركات والبنوك، وذلك نظراً لكثرة حاجيات ومتطلبات الأفراد في مختلف دول العالم.

التعريف الوارد في مشروع الأمم المتحدة:

حين ظهرت فكرة التجارة الإلكترونية في الثمانينيات من القرن الماضي وتطورت في النظام الأمريكي، كان تعريفها تبادل المعطيات المعلوماتية، وهذا المفهوم يعني البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية والصناعية والإدارية التي يتم تفعيلها بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني، وكذلك استخدام الوسائل وضبطها من الناحية الشكلية وفقاً لمستوى معياري أو قياسي معين،⁽³⁾ ثم استخدمت الأمم المتحدة بعد ذلك مصطلحاً متطوراً وأكثر عمومية من مصطلح (تبادل المعطيات المعلوماتية) وهو يعني تبادل معطيات المعلوماتية في مجال الإدارة والتجارة والنقل؛ إذ بتاريخ 16 ديسمبر عام 1996 وافقت هذه اللجنة على القانون التجاري الدولي المعروف بالأنستريال (Incitral) وهو نموذج لمشروع قانون موحد للتجارة الإلكترونية، إلا أن هذا المشروع رغم تعلقه بالتجارة الإلكترونية فلم يتضمن تعريفاً خاصاً بها واكتفى بتعريف (تبادل المعلومات الإلكترونية) والتي تشمل التجارة الإلكترونية⁽⁴⁾

1. وكالة الاتحاد الأوروبي للأمن السيبراني (ENISA) تابعة للاتحاد الأوروبي، مكرسة لتحقيق مستوى عالٍ من الأمن السيبراني في جميع أنحاء أوروبا، تأسست في عام 2004 وعززها قانون الاتحاد الأوروبي للأمن السيبراني، وهي تسهم في السياسة الإلكترونية للاتحاد الأوروبي.

يمكن الاطلاع على معلومات أكثر حول الهيئة من خلال موقعها الرسمي: <https://www.enisa.europa.eu/about-enisa> تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-06 الساعة 16:44.

2. بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، عمان، الطبعة 02، 2005، ص 41.

3. حجازي سهير، التهديدات الإجرامية للتجارة الإلكترونية، مجلة شرط دبي، دولة الإمارات العربية، مركز البحوث والدراسات، العدد 91، 2003، ص 01.

4. قانون الأنستريال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، الجمعية العامة للأمم المتحدة، لجنة القانون التجاري الدولي، قرار رقم (85) بتاريخ 1996/12/16.

ويتضح من هذا كله أن الإنترنت ليست الوسيلة الوحيدة للقيام بعمليات التجارة الإلكترونية، بل تشاركها وسائل أخرى، لكن يمكن تداول معلومات ما بين جهازي كمبيوتر على شبكة موحدة شرط أن تكون هذه المعلومات ذات صيغة تجارية، وبالتالي تتم عملية التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية :

إن التجارة الإلكترونية ليست هي الهدف الوحيد، لكنها تظل وسيلة رئيسية وفعالة مع بداية العصر الرقمي، ويجب أن تبدأ المؤسسات العمل من الآن على تفعيل هذه القاعدة العظيمة في قنوات عملها اليومية لأننا أصبحنا في العالم العربي آخر من يهتم بهذا التحول المهم.⁽¹⁾ ورغم الحماس الهزيل بالنسبة للدول العربية تجاه التجارة الإلكترونية، إلا أن حتميتها في عصر العولمة حركت العزيمة، فبدأت المؤتمرات والندوات على جميع الأصعدة الدولية تتدارس ميكانيزمات وكيفية تطبيقها، كما بدأت بعض الدول في تطبيقها، من قبيل جمهورية مصر، تونس، والمغرب.

وفي هذا السياق قد عرفت التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين جهات تجارية وأخرى، أو بين مستهلك وجهة تجارية باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات⁽²⁾ وهو نفس التعريف المعتمد أيضا من قبل منظمة التجارة العالمية.

- على مستوى التجارة الإلكترونية المصرية:

ورد في المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصرية تعريفا لها بأنها كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية.⁽³⁾

كما تناولت بعض الدراسات المصرية تعريفات عدة للتجارة الإلكترونية منها أنها تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري وآخر أو بين مشروع تجاري ومستهلك، وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.⁽⁴⁾ ويتميز هذا التعريف بإضافته عنصرا جديدا لموضوع التجارة الإلكترونية التي تعنى بالسلع والخدمات، وهو عنصر المعلومات وبرامج الحاسب الآلي والتكنولوجيا في عمومها.

1. العوبثاني عدنان، التجارة الإلكترونية ومخاوف الدوت كوم، منشور بالملحق الاقتصادي لجريدة الخليج الاماراتية، العدد 8116، 08 غشت 2001، ص 30.

2. بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص 10.

3. بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 39.

4. بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 39.

- على مستوى التجارة الإلكترونية التونسية:

لقد عرف القانون التونسي للمبادلات والتجارة الإلكترونية لسنة 2000 التجارة الإلكترونية في الفصل الثاني من الباب الأول على أنها العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية أو المبادلات التي تتم باستعمال وثائق إلكترونية.⁽¹⁾ فالمبادلات التجارية تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية، أما التجارة الإلكترونية تعني العمليات التجارية التي تتم عبر تلك المبادلات الإلكترونية. ومنه يتضح على أن التجارة الإلكترونية هي في عمومها عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل وذلك عن طريق المبادلات التجارية.

- على مستوى التجارة الإلكترونية المغربية:

لقد عرفت التجارة الإلكترونية قفزة نوعية في المجتمع المغربي، هذه القفزة هي نتيجة لتأسيس منظمة الاتحاد الوطني للتجارة الإلكترونية في المغرب⁽²⁾ وقبلها الاتحاد العام لمقاولات المغرب،⁽³⁾ وعرفت نمواً غير مسبوق بعد انتشار جائحة كورونا وفترات الحجر الصحي؛ إذ اضطر العديد من المغاربة التعامل عبر المنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لشراء وتلبية مختلف حاجياتهم، ويمكن الاطلاع على أهم مواقع التجارة الإلكترونية المغربية من خلال زيارة الصفحة الرسمية لـ «حرف المغرب».⁽⁴⁾

1. برهم نضال اسماعيل، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 15.
2. فيدرالية التجارة الإلكترونية في المغرب (La Fédération Nationale du E-Commerce au Maroc) منظمة تمثيلية لقطاع التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد، تتمثل مهمتها في التعريف بالقطاع والعمل لصالح التنمية المستدامة وترسيخ أخلاق البيع عن بعد في المغرب، تم تأسيسها في 5 سبتمبر 2011 بهدف الدفاع عن الفاعلين في التجارة الإلكترونية وتمثل مهمتها في توحيد وتمثيل جميع الجهات الفاعلة في التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد لدعم الشركات وتعزيز تطوير القطاع، و تضم حالياً 418 عضواً. ولمعلومات أكثر يمكن زيارة الموقع الرسمي للمنظمة:
<https://www.assoHELP.org/ar/asso-297-federation-nationale-du-e-commerce-du-maroc>
3. تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-02 الساعة 19:20.
3. الاتحاد العام لمقاولات المغرب (Confédération Générale des Entreprises du Maroc) هيئة مغربية تأسست عام 1974، تضم أكثر من 90.000 عضو مباشر ومنتسب، فرضت نفسها كممثل رسمي عن القطاع الخاص أمام السلطات العامة والشركاء والمؤسسات الاجتماعية، تعمل من أجل خلق مناخ الأعمال اللازم لفعل ريادة الأعمال والعمليات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، ويمكن التعرف أكثر على الهيئة من خلال موقعها الرسمي التالي: <https://www.assoHELP.org/ar/asso-297-federation-nationale-du-e-commerce-du-maroc> تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025-12-12 الساعة 14:06.
4. حرف المغرب: منصات التجارة الإلكترونية المغربية
<https://www.mda.gov.ma/ar/%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/>

تمت زيارة الموقع بتاريخ 2024-12-11-12-11 الساعة 19:50.

وفي حدود علمنا لا يوجد تعريف دقيق للتجارة الإلكترونية المغربية أكثر مما هو موضح في الموقع الرسمي لوزارة التجارة والصناعة؛ إذ أن التجارة الإلكترونية حسمها عملية جديدة في عالم الاقتصاد ظهرت مع انتشار الإنترنت وترتكز بالأساس على بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت بشكل داخلي أو خارجي.⁽¹⁾

ويختلف هذا التعريف عن التعريف الوارد في القانون رقم 53-05 والمتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات والذي يشمل أيضا التجارة الإلكترونية؛ إذ لا نجد تعريفا واضحا في هذا الصدد خاصة وأن مجال التعاملات الإلكترونية مرحلة جديدة تفرض على المشرع المغربي إصدار قوانين جديدة تتماشى والتطورات التي أفرزتها الثورة الرقمية، ومن نتيجة ذلك نجد أن هذه التشريعات عرفت التبادلات الإلكترونية على أساس أن التجارة الإلكترونية تندرج معها، وهو ما حذاه المشرع المغربي بمقتضى ترسانة تشريعية كالقانون 53-05 والمتعلق بالتبادلات الإلكترونية.⁽²⁾

إن جرد التعاريف السابقة التي تم تقديمها سواء على مستوى التعريفات التي قدمها الدارسون أو تلك التي قدمتها المنظمات والهيئات العالمية لم يكن بشكل اعتباطي، وإنما كنا نهدف من وراء ذلك تبيان التقاطعات والتمفصلات التي تتداخل مع هذا المفهوم، وحتى نحلله ونتبين خصائصه، من ثم محاولة صياغة تعريف آخر له من وجهه نظرنا.

وانطلاقا مما سبق يتبين أنه ليس بالسهل تحديد مفهوم دقيق للتجارة الإلكترونية، ولكننا سنحاول صياغة تعريف قد يرتقي إلى جملة التعريفات السابقة مفاده أن التجارة الإلكترونية شكل من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل الأفراد إلكترونيا، تتضمن عملياتها شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر وسائل إلكترونية متقدمة، ويتم ذلك بين الأطراف المعنية (البائعون، المشترون، شركات ووسطاء، سماسرة) التي تنشط داخل السوق الإلكتروني، هذا السوق الذي يضم باعة ومستثمرين ومشتريين أيضا، كل هذا يتم على شبكة الإنترنت، ومن هذا وذاك يمكن أن نعتبر أن التجارة الإلكترونية نظام متكامل يتعلق بممارسة العمليات التجارية على مستوى البيع والشراء وما تقتضيه هذه العمليات من إعلان وتوصيل

1. الموقع الرسمي لوزارة الصناعة والاستثمار والتجارة والاقتصاد الرقمي www.mcienet.gov.ma - تمت زيارة الموقع بتاريخ 2025/12/11 الساعة 20:21.

2. للتوسع أكثر في مقتضيات هذا القانون أنظر في الظهير الشريف 129-07-01 والذي يقضي بتنفيذ القانون 05-53 المتعلق بالتبادل الإلكتروني والمنشور بالجريدة الرسمية رقم 5584 بتاريخ 2007/12/06.

للمعلومات وتسديد واستلام للمبالغ المترتبة عنها باستخدام الوسائل الإلكترونية المعتمدة على الشبكات بين الشركات أو العملاء.

وفي الواقع التطبيقي فإن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة كعرض عمليات الدفع النقدي بالبطاقات الشبكية أو غيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محلات بيع عبر الإنترنت والقيام بأنشطة التوريد والتوزيع عبره، أو ممارسة خدمات النقل والشحن وغير ذلك، فلم تعد كما كانت منذ سنوات، بل تشعبت فروعها واندمجت فأضحت تحضر في معظم مجالات الحياة اليومية وذلك راجع إلى انتشار ثقافة الإنترنت واقتناء أجهزة الحاسب الآلي، وما تلى ذلك من استخدام لهذه التقنيات في التحول للعمل وفق التجارة الإلكترونية أو التجارة عن بعد أو كما يطلق عليها بالتجارة عبر الإنترنت، إلا أنها تداخلت واختلطت مع مجموعة من المفاهيم الأخرى في ظل استخدامها في سياقات متعددة هو ما حتم علينا تبيان مختلف التمفصلات والتقاطعات التي تربطها بها.

• التمييز بين التجارة الإلكترونية والمفاهيم الرقمية المتداخلة

مع تزايد النمو في سوق التجارة الإلكترونية، لا سيما مع شيوع ثقافة الشراء عبر الإنترنت نتيجة ثورة المعلومات والتي لم يقتصر تأثيرها على قطاع التجارة والأعمال، ظهرت مفاهيم جديدة تتداخل وتشابه مع مفهوم التجارة الإلكترونية، هذه المفاهيم التي ما كانت لتظهر لولا تطور الاتصالات والتقنيات الرقمية وانتشار الإنترنت، وقد ارتبطت التجارة الإلكترونية وتداخلت مع عدة مفاهيم مرافقة من بينها:

الأعمال الإلكترونية (E-business)

من التعريفات التي أعطيت للأعمال الإلكترونية أنها النتيجة التي نتحصل عليها عند جمع المجال الواسع الذي يمثله الإنترنت مع شساعة مصادر أنظمة المعلومات الكلاسيكية، أي أن الأعمال الإلكترونية تشكل رابطة فعالة بين المعلومات المفيدة والأشخاص الذين هم بحاجة إليها.⁽¹⁾

كما يعرفها البعض بأنها استخدام تكنولوجيا الإنترنت لتدعيم العمليات التشغيلية والتجارة الإلكترونية والاتصالات والتعاون داخل المنظمة، وبينها وبين مورديها وغيرهم من أصحاب المصالح.⁽²⁾

1. نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، مرجع سبق ذكره، ص 45-بتصرف.

2. سراج عبد الله حمود، التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 05، جامعة محمد حيدر، بسكرة، ديسمبر 2003، ص 129.

يتبين من خلال هذين التعريفين أنه يشاع لدى الكثيرين استخدام مصطلحي التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية بطريقة تبادلية، إلا أنه لا يتم مراعاة الفرق بينهما؛ إذ تعد الأعمال الإلكترونية المظلة التي تندرج تحتها التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وغير ذلك من المجالات الإلكترونية الأخرى. ومن ثم فالتجارة الإلكترونية ما هي إلا جزء بسيط من الأعمال الإلكترونية، فهذه التجارة لا تشكل سوى جزء بسيط من الأعمال الإلكترونية والتي تشتمل تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآلية تقنية، فيما الأعمال الإلكترونية لا تقتصر على علاقة البائع والمورد بالزبون فقط، بل تمتد إلى علاقة المنشأة بموظفيها وعملائها وكل الأطراف التي لها صلة بهذه المنشأة، وبالتالي فالأعمال الإلكترونية بهذا المعنى تمثل كل الأنشطة إدارية وإنتاجية ومالية وخدمائية، وبذلك يتأكد لنا بأن الأعمال الإلكترونية مفهوم أكثر اتساعاً وشمولاً من التجارة الإلكترونية.

- التسويق الإلكتروني (E-marketing)

يعرف التسويق الإلكتروني أيضاً بالتسويق الافتراضي (Cyber marketing)، ويعني استغلال الشبكة المفتوحة للتسويق باستخدام مختلف الوسائل الرقمية،⁽¹⁾ وطبقاً لهذا التعريف فإن التسويق الإلكتروني يقصد به تنفيذ كافة الأنشطة المتعلقة بالوظيفة التسويقية مثل البيع والإعلان وتوصيل السلع والخدمات وخدمة ما بعد البيع الإلكتروني باستخدام الويب.⁽²⁾

ويعرف كذلك على أنه عبارة عن عملية لتحليل الأوضاع التي تقوم على التخطيط التسويقي وتنفيذ مختلف أنشطة التسويق التي تتم في الغالب عبر الإنترنت (الشبكة العنكبوتية) وذلك لتسهيل عملية التجارة الإلكترونية،⁽³⁾ وبالتالي نجد من خلال هذا التعريف أن التسويق الإلكتروني يعمل على تسهيل التجارة الإلكترونية وهو جزء منها.

ويتبين انطلاقاً مما سبق أن التسويق الإلكتروني يمكن تعريفه أيضاً بالتسويق الرقمي (Digital marketing) أو التسويق عبر الشبكة (web marketing) وهو كل الممارسات والعمليات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الإنترنت، فهو استخدام الإنترنت في الأنشطة التسويقية وهو جزء من التجارة الإلكترونية، ويبين الشكل الآتي العلاقة بين الأعمال الإلكترونية والتسويق الشبكي والتجارة الإلكترونية:

1. أبو فارة يوسف أحمد، التسويق الإلكتروني - عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 34.

2. فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، مرجع سبق ذكره، ص 92.

3. Gray.S.Z, Impact of e-commerce on consumes and small firms England: ashgate publishing limited, 2006, p 45.

الشكل 01: العلاقة بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني⁽¹⁾

ويتبين من الشكل (03) أن الأعمال الإلكترونية هي كيان واسع جدا، يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الأعمال التي تستخدم الوسيط الإلكتروني لتنفيذ أو المساعدة في تنفيذ الفعاليات التجارية العامة والمتخصصة، فيما التجارة الإلكترونية هي جزء من الأعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسيط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية (عمليات البيع والشراء). أما التسويق الإلكتروني فهو جزء من التجارة الإلكترونية التي تتضمن الوسيط الإلكتروني لإنجاز الأهداف التسويقية الإلكترونية. وعليه فالتسويق الإلكتروني من أبرز نشاطات التجارة الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت.

- التجارة عبر الإنترنت (E-commerce)

تم اشتقاق كلمة (E-commerce) باللغة الإنجليزية من الكلمتين (internet-commerce) أي التجارة عبر الإنترنت، بينما (E-commerce) مشتقة من (electronic commerce).

وعادة ما يستخدم هذين اللفظين كمترادفين ولكن يوجد فرق بينهما، فالتجارة الإلكترونية هي مجموعة من الأنشطة التجارية التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية والشبكات الآلية والإنترنت، بينما تشير التجارة عبر الإنترنت إلى الأنشطة التجارية التي يتم تنفيذها عبر شبكة الإنترنت تحديداً، أي أن التجارة الإلكترونية هي عمل تجاري يتم من خلال تنسيق إلكتروني، والتجارة عبر الإنترنت هي عمل إلكتروني من خلال تنسيق إلكتروني عبر الإنترنت.⁽²⁾

والجدير بالذكر من خلال هذا التعريف أن التجارة عبر الإنترنت ليست سوى جانب واحد من التجارة الإلكترونية، لأن التجارة عبر الإنترنت تركز الاهتمام على جانب واحد من العمليات التي

1. من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Dejan Petrovic, What is E-Marketing: Principles Marketing Today, Home Search online marketing, 2010.

2. حماد طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، مرجع سبق ذكره، ص 80، -بتصرف-

تتم باستعمال وسيط إلكتروني وهو الإنترنت مع إهمال الوسائل التكنولوجية وشبكات الاتصال والعمليات الأخرى، كما أن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على مجرد إجراء أعمال تجارية عبر الإنترنت، بل تمتد لتشمل كل الوظائف المساعدة في الشركة على تنفيذ هذه الأعمال، فعلى سبيل المثال لا الحصر إذا أدخلت مؤسسة / شركة معينة طلبا ما في الحاسوب فسوف يولد تلقائيا فاتورة إلكترونية حول ذلك الطلب، وهذه هي التجارة الإلكترونية، وإذا أرسلت المؤسسة أو الشركة هذه الفاتورة بالبريد الإلكتروني عبر الإنترنت، فإن ذلك يعد تجارة إلكترونية وتجارة عبر الإنترنت في آن واحد. ومن ذلك يتضح جليا أن التجارة عبر الإنترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية وقد يكون العمل بالتجارة عبر الإنترنت عملا في مجال واحد.

الحكومة الإلكترونية (E-government)

تعني الحكومة الإلكترونية تقديم الخدمات للأفراد والمؤسسات والإدارات الحكومية والقطاع الخاص عبر الأنترنت، وهو ما يساعد على قيام نموذج الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.⁽¹⁾ إن قيام حكومة إلكترونية لا يعني أن يحل جهاز كمبيوتر محل أعضاء الوزارة أو أن تدار الدولة بالتقنية في ظل الاستغناء عن أعضائها البشرية، ولكنها عبارة عن تفعيل وإدماج وتشابك كافة المؤسسات الحكومية وضمها في إطار تفاعلي واحد، وذلك من خلال تنمئة كافة الدوائر المختلفة وربطها معا عبر الوسائل الإلكترونية، على أن تحل قواعد البيانات مقام الوثائق التقليدية الورقية والملفات الأرشيفية المخزنة.⁽²⁾ وبهذا يمكن اعتبار الحكومة الإلكترونية مرحلة تحول إلى الاقتصاد الإلكتروني الذي يستخدم الحد الأدنى من الأوراق ويختصر العامل الزمني، وبالتالي فهي النسخة الافتراضية للحكومة المادية.

استنتاجات

بناء على ما ورد من عرض وتحليل لماهية التجارة الإلكترونية، باعتبارها ظاهرة معقدة، ومن خلال تتبع تمفصلاتها في الأدبيات النظرية والموثيق الدولية والتشريعات الوطنية، وما كشف عنه التحليل من تقاطعات بين الأبعاد التقنية والتمثلات الاجتماعية للفعل التجاري، نستعرض فيما يلي أهم الاستنتاجات التي تضبط الحدود المفاهيمية لهذه الظاهرة وتؤصل لهويتها المستقلة عن المفاهيم المشابهة الأخرى:

1. مصباح الطيطي خضر، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وإداري وتجاري، دار الحامد، الأردن، 2008، ص 25، -بتصرف-

2. الأخرس إبراهيم، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 243.

- تتشكل التجارة الإلكترونية من بنية ثنائية تجمع بين النشاط الاقتصادي (تجارة) والوسيلة التقنية (إلكترونية)، وهو ما يولد صعوبة في صياغة تعريف أحادي شامل.
- التجارة الإلكترونية ليست مجرد تسمية تقنية جامدة، بل هي كائن يتطور اجتماعيا بتطور الأدوات والوسائل التي يستخدمها الفاعل فيه، خاصة وأنها مفهوم مركب يتجاوز البعد التقني البسيط ليشمل أبعادا أخرى اقتصادية واجتماعية وقانونية، ويتأثر بالتفاعلات البشرية المتغيرة
- تؤكد التعريفات النظرية الواردة على نشوء نمط علاقاتي جديد يتسم بغياب العلاقة المباشرة بين الأطراف الفاعلة، حيث يحل «الوسيط الإلكتروني» محل التفاعل المادي المباشر. وبالتالي لم يقتصر على التبادل المادي، بل امتد لتشمل تبادل المعطيات والمعلومات والخبرات.
- تجمع بين التعريفات النظرية المقدمة سمة جوهرية وهي وجود «الوسيط الإلكتروني» الذي يؤدي إلى غياب العلاقة المادية المباشرة بين الأطراف، وبالتالي فالمفهوم الأكاديمي الواسع للتجارة الإلكترونية يغطي كامل دورة حياة المنتج، بداية من الإعلان والطلب الرقمي، وصولاً إلى التسليم وسداد الثمن.
- يظهر تعريف الموائيق الدولية للتجارة الإلكترونية كمحاولة لفرض معايير سلوكية موحدة تتجاوز خصوصيات الدول؛ حيث تم تعريفها بوصفها نشاطا عابرا للحدود، مما يسهم في خلق مجتمع استهلاكي عالمي يخضع لنفس القواعد القانونية والتقنية بغض النظر عن الجغرافيا.
- تعد «الأعمال الإلكترونية» النسق الأكبر الذي يستوعب التجارة الإلكترونية كجزء من منظومة تفاعلية أوسع تشمل الإدارة والإنتاج والخدمات، وهذا يعني أن «التسويق الإلكتروني» أداة وظيفية داخل نسق التجارة الإلكترونية لتسهيل عمليات التبادل وإيصال المعلومات للمستهلك في البيئة الافتراضية.
- ترتبط التجارة الإلكترونية بالبنية التحتية، وبالتالي لا تعتبر «الحكومة الإلكترونية» تجارة، بل أداة تشكل البيئة التي توفر الخدمات والربط المؤسسي الذي يساعد على قيام وازدهار التجارة الإلكترونية وبالتالي التحول نحو الاقتصاد الإلكتروني.

بيبلوغرافيا

- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 10، دار صابر، بيروت، 2003.
- أبو فارة يوسف أحمد، التسويق الإلكتروني- عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منظورات المنظمة العربية للنتيجة الإدارية، 2006.
- الأخرس إبراهيم، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، عمان، الطبعة 02، 2005.
- برهم نضال اسماعيل، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- بريش عبد القادر، زيدان محمد، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية، ورقلة، 2007.
- بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2000.
- بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003.
- التقرير الاقتصادي العربي الموحد الصادر عن المنظمة العربية لضمان الاستثمار، 2003.
- حجازي سهير، التهديدات الإجرامية للتجارة الإلكترونية، مجلة شرط دبي، دولة الإمارات العربية، مركز البحوث والدراسات، العدد 91، 2003.
- حماد طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2001.
- الحناوي صالح، الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطبع والنشر، 2004.
- خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008.
- السديري محمد بن أحمد، التجارة الإلكترونية: تقنيات واستراتيجيات التطبيق، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد 73، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر، 2009.

- سراج عبد الله حمود، التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 05، جامعة محمد حيزر، بسكرة، ديسمبر 2003.
- صالح الجداية محمد نور، جودة خلف سناء، تجارة إلكترونية، دار الحامل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- عبد الحميد عبد المطلب، اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
- عبد الرحيم سليمان عبد العزيز، التبادل التجاري: العولمة والتجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- علاوي محمد لحسن، مداخله بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية، الملتقى الدولي الرابع أسرار نظام الدفع في البنوك وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، 2011.
- العوبثاني عدنان، التجارة الإلكترونية ومخاوف الدول كوم، منشور بالملحق الاقتصادي لجريدة الخليج الاماراتية، العدد 8116، 08 غشت 2001.
- العيسوي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2014.
- فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- مصباح الطيطي خضر، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وإداري وتجاري، دار الحامد، الأردن، 2008.
- نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المرتج، الرياض، 2004.
- Dejan Petrovic, What is E-Marketing: Principles Marketing Today, Home Search online marketing, 2010.
- Gray.S.Z, Impact of e-commerce on consumes and small firms England: ashgate publishing limited, 2006.
- Jean_gus Rens, le cyber commerce au québec, editeur isabelle qu'entier, Québec (Canada), édition 2001.
- الاتحاد العام لمقاولات المغرب (Confédération Générale des Entreprises du Maroc)

maroc <https://www.assoHELP.org/ar/asso-297-federation-nationale-du-e-commerce-duc>

- حرف المغرب: منصات التجارة الإلكترونية المغربية <https://www.mda.gov.ma/ar>
- فيدرالية التجارة الإلكترونية في المغرب (La Fédération Nationale du E-Commerce au Maroc)
<https://www.assoHELP.org/ar/asso-297-federation-nationale-du-e-commerce-du-maroc>

- فيدرالية التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد (Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance)
www.fevad.com

- منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي [/https://apec.com/about](https://apec.com/about)
- منظمة التجارة العالمية (World Trade Organisation)
https://www.wto.org/english/thewto_e/thewto_e.htm

- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (Organisation for Economic Co-operation and Development) www.oecd.org

- المنظمة العربية لضمان الاستثمار (Inter-Arab Investment Guarantees Corporation)
<https://archive.unescwa.org/arab-investment-and-export-credit-guarantee-corporation>

- الموقع الرسمي لوزارة الصناعة والاستثمار والتجارة والاقتصاد الرقمي www.mcienet.gov.ma
- وكالة الاتحاد الأوروبي للأمن السيبراني (ENISA) <https://www.enisa.europa.eu/about-enisa>

مجلة آراء للعلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية
Revue Arae pour les Sciences Humaines, Sociales et Juridiques



سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية
مجلة علمية أكاديمية محكمة

السنة السادسة

2024

عدد مزدوج
15/14

ملف العدد

الأسرة والمجتمع والقيم

دراسات وأبحاث

تخصصات مختلفة

بتعاون مع مركز آفاق للعلوم الإنسانية والاجتماعية

المدير المسؤول: د. أيوب الشاوش - رئيس التحرير: د. هشام ادرحو
البريد الإلكتروني: revuearae@gmail.com
الهاتف (الواتساب): (+212) 06 61 70 39 42

العدد: 120 د