



الأعمال الافتراضية – حقيقة التطور وإشكالية المصطلح

أ. علي حسين علي حسين الأشول

المدرس المساعد بكلية العلوم الإدارية

جامعة العلوم والتكنولوجيا – اليمن

عنوان المراسلة: alialashwal01@gmail.com

الملخص:

هدف البحث إلى التعرف على إمكانية توحيد المصطلحات التي تستخدم للتعبير عن مفهوم "الأعمال الافتراضية"، مثل مصطلح التجارة الإلكترونية، ومصطلح التجارة الرقمية، ومصطلح الأعمال الافتراضية، ومصطلح الأعمال الإلكترونية، ومصطلح التجارة النقالة، ومصطلح الأعمال السحابية، وغيرها من المصطلحات، وقد عمد البحث إلى إختيار مصطلح علمي واحد مناسب يعبر عن هذا المفهوم بشمولية ودقة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي الإستقرائي لوصف المشكلة وتطورها التاريخي و استقراء الآراء المختلفة حولها وصولاً إلى حل علمي لها، وخلص البحث إلى أن مصطلح "الأعمال الافتراضية" هو المصطلح المناسب والدقيق للتعريف والتعبير عن مفهوم ممارسة التجارة والنشاطات الإقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها، وقد أوصت الدراسة المؤسسات الأكاديمية اليمنية والعربية والمؤسسات العامة والخاصة ذات العلاقة بموضوع البحث باستخدام مصطلح "الأعمال الافتراضية" كأدق وأشمل مصطلح للتعامل مع موضوع ممارسة التجارة من خلال العالم الافتراضي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الأعمال الإلكترونية، الأعمال الافتراضية، التجارة الرقمية، الواقع الافتراضي.



Virtual Business: Development Reality and the Terminology Challenge

Abstract:

This research aimed to identify the possibility of unifying the terms used to deal with the concept of 'virtual business' such as Electronic Commerce, Digital Commerce, Virtual commerce, Mobile Commerce, Electronic Business, I-Cloud Business, etc. The study employed the most appropriate and comprehensive term for this concept. The study used the deductive, descriptive method to describe the concept and explore its historical evolution. The results of the study revealed that the term "Virtual Business" is the most appropriate and accurate term for describing the concept of practicing commerce and various economic activities through the virtual world using the internet and the related technological applications. The study recommended that the Yemeni and Arab Academic institutions and also the related public and private institutions use the term "Virtual Business" in dealing with the issue of practicing commerce activities online.

Keywords: Electronic commerce, Electronic business, Virtual business, Digital commerce, Virtual reality.



المقدمة:

تتعدد الأبحاث العلمية التي تدرس المشاكل المتعلقة بموضوع ممارسة التجارة والتسويق من خلال الواقع الافتراضي، باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الذكية المرتبطة بها المنصبة على أجهزة الاتصالات الحديثة النقالة أو الثابتة. وتتفاوت تلك الأبحاث في اهتماماتها ومجالات بحثها، فبعضها يدرس المشكلات الفنية والتقنية التي تواجه المشاريع التجارية في العالم الافتراضي وبعضها يبحث في التحديات الخاصة بالتشريعات الحكومية المنظمة لنشاط تلك المشاريع، و ما توفره الحكومة من خدمات وبنية تحتية لدعمها، وبعض ثالث يدرس المشكلات المتعلقة بنظرة المجتمع لهذا النوع الحديث من الممارسات التجارية ومدى قبوله بها وثقته فيها. وبعض آخر - وليس أخيراً - يدرس التحديات المتعلقة بإدارة تلك المشاريع، و كيفية ممارسة الوظائف الإدارية المختلفة اللازمة لنجاحها في الواقع الافتراضي.

إن الأبحاث المشار إليها أعلاه يجمعها في الغالب هدف واحد، وهو تطوير ممارسة الأعمال التجارية والنشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال شبكة الإنترنت، باستخدام أفضل التقنيات الحديثة، وفي ظل أفضل المهارات الفنية والإدارية اللازمة لنجاح تلك الأعمال، ولكن يفرق بين معظم تلك الأبحاث أمر أساسي ما انفك يتكرر في أغلب الأدبيات والدراسات المتعلقة بموضوع ممارسة الأعمال الاقتصادية في الواقع الافتراضي الذي تخلقه الوسائط الإلكترونية الحديثة.

هذا الأمر الأساسي الذي يمثل نقطة اختلاف متكررة و متجددة بين جميع الأبحاث ذات العلاقة، هو موضوع: (عدم الاتفاق على مصطلح علمي محدد للتعبير عن التعامل مع الأعمال والنشاطات التجارية التي تمارس من خلال الواقع الافتراضي)، فهناك مصطلح التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)،

وهناك مصطلح الأعمال الإلكترونية (Electronic Business)، وهناك مصطلح التجارة الرقمية (Digital Commerce)، وهناك مصطلح الأعمال السحابية (I-Cloud Business)، وهناك مصطلح التجارة النقالة (Mobile Commerce)، وهناك مصطلح الأعمال الافتراضية (Virtual Business)، وكلها مصطلحات وردت في الأدبيات والدراسات الإدارية والاقتصادية ذات العلاقة بهذا الموضوع قديماً وحديثاً.

الإطار العام للبحث:

مشكلة البحث:

قد يتساءل بعض المهتمين بحقيقة وجود مشكلة أصلاً في تعدد المصطلحات المستخدمة للتعامل مع موضوع ممارسة التجارة من خلال شبكة الإنترنت، والحقيقة أن الاطلاع الأولي يشجع الذهاب نحو هذه الفكرة، لكن المزيد من التأمل و البحث في هذا الموضوع سيؤكد وجود مشكلة حقيقية لها آثارها العلمية الأكاديمية وكذلك العملية الواقعية. ففي المجال الأكاديمي يحتاج الباحثون لتوحيد المصطلحات في مصطلح واحد واضح و دقيق وشامل، من أجل تحديد مواضيع بحثهم ومن أجل توفير الوقت في الرجوع إلى المراجع و العناوين و تقسيمات الأرشفة ذات العلاقة وغير ذلك من الحاجات الأكاديمية والعلمية. والواقع أن الباحث نفسه قد واجه هذه المشكلة بوضوح عندما احتاج تحديد المصطلح المناسب في عنوان بحث يقوم به حول مشكلات ريادة الأعمال الافتراضية في الجمهورية اليمنية (حيث أصر أكثر من محكم على صوابية مصطلح دون آخر). وعموماً لاحظ الباحث من خلال تتبع الدراسات ذات العلاقة، أنه في العالم العربي يُوجد ما يشبه المدارس المختلفة حول استخدام هذا المصطلح أو ذاك في مجال الأعمال التجارية التي تتم من خلال شبكة الإنترنت، فبينما تستخدم المدرسة المصرية والمجتمع الأكاديمي الذي يدور في فلها كاليمني والخليجي،



مصطلح التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)، فإن دول المغرب العربي يستخدمون مصطلح التجارة الافتراضية (Virtual Commerce) والأعمال الرقمية (Digital Business) بشكل أكبر، أما في الشام فيستخدمون مصطلح الأعمال الإلكترونية (Electronic Business)، وفي الجانب العملي هناك كثير من الإشكالات يمكن أن تحصل بسبب الحاجة لتحديد المجالات الذي يغطيها هذا المصطلح أو ذاك، فبعض هذه المصطلحات - كما سنرى في بحثنا - أشمل من الآخر، وبعضها ينصرف إلى جانب بعينه في التجارة الإلكترونية.

وإذا كان الباحث يزعم أن تصديه لهذه المشكلة يحمل قدراً كبيراً من التفرد والحدادة في آن واحد، فإنه لا يغفل أن هذه المشكلة قد تطرق لها بشكل جزئي كثير من الباحثين و الكتاب، وكان هذا التطرق يظهر في شكل مقارنة - جزئية أو كلية - بين مصطلحين من تلك المصطلحات كما فعل (Chaffy, 2013, 3-45) في فصل كامل خصصه للمقارنة بين مصطلحي التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) والأعمال الإلكترونية (Electronic Business)، وكذلك ما ناقشه (Miles et al, 2000, 54) حول مصطلح الأعمال الإلكترونية (E-Business)، وكون هذا المصطلح أشمل من مصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، وكذلك ما كتبه (فريد، 2010، 142) في كتابها (أساسيات الأعمال في ظل العولمة) حول كون مفهوم الأعمال الإلكترونية (E-Business) أكثر شمولاً من مفهوم التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، حيث يقوم مفهوم الأعمال الإلكترونية على فكرة رئيسية هي (الآتمة) لنشاطات المشروع. هذه الفكرة تمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية، وفي إطار مفهوم الأعمال الإلكترونية توجد مفاهيم متنوعة تشمل قطاعات إقتصادية مختلفة فهناك المصارف الإلكترونية المؤتمتة، و هناك

المصانع الإلكترونية المؤتمتة و شركات التأمين الإلكترونية المؤتمتة وغير ذلك، في حين أن التجارة الإلكترونية هي نشاط تجاري بحث يرتبط بتعاقدات الشراء والبيع وطلب الخدمات وتلقي تلك الخدمات بوسائل وطرق تقنية وفي إطار بيئة تقنية، ولا يتسع المقام لذكر كثير من الدراسات التي كتبت عن المقارنة بين مصطلح وآخر، وتبقى حقيقة أن وجود بحث حول مشكلة تعدد المصطلح و التصدي لحاجة توحيدها في مصطلح دقيق وشامل هو هدف هذا البحث ولم يسبق التطرق إليه حسب علم الباحث وإمكانياته البحثية.

بناءً على ما سبق، يمكن تلخيص مشكلة هذا البحث في: تعدد المصطلحات العلمية المستخدمة لتوصيف المفهوم الخاص بممارسة الأعمال والنشاطات التجارية و الاقتصادية من خلال الواقع الافتراضي، باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها، والحاجة الأكاديمية والعملية إلى تحديد مصطلح دقيق ومناسب وشامل للتعبير عن تسمية هذا المفهوم.

أهمية البحث:

- 1- **الأهمية النظرية للبحث:** يمثل هذا البحث فرصة مهمة للتخلص من الاضطراب و التعدد في المصطلحات المستخدمة في الأدبيات العلمية التي تناقش و تبحث في موضوع (ممارسة التجارة والنشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها)، ولهذا تأثيراته الإيجابية على الباحثين المهتمين، من حيث توفير الوقت والجهد في استخدام المراجع والعنونة والأرشفة وغير ذلك.
- 2- **الأهمية العملية للبحث:** إن إيجاد المصطلح العلمي المناسب وتوحيده للتعبير عن موضوع (ممارسة التجارة والنشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها) يساهم بشكل عملي في التعريف بهذا الموضوع و الدفع بعملية



تطوير هذا النوع من الممارسات التجارية والاقتصادية الحديثة على أرض الواقع وفي الميدان الأكاديمي.

هدف البحث:

يهدف هذه البحث إلى تحديد المصطلح العلمي المناسب الذي يُفترض أن يستخدمه الباحثون والكتاب المهتمون بدراسة وتطوير موضوع: (ممارسة النشاطات التجارية والاقتصادية من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها).

أسئلة البحث:

يُجيب هذا البحث على سؤال محدد وأساسي هو:

• ما المصطلح العلمي الدقيق والمناسب والشامل الذي يجب استخدامه أكاديمياً وعملياً للتعبير عن تسمية مفهوم: (ممارسة التجارة و النشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت و التطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها).

ويتفرع من هذا السؤال الأساسي ثلاثة أسئلة فرعية هي:

- 1- ما مفهوم " الأعمال الافتراضية" ؟
- 2- ما إشكالية مصطلح "الأعمال الافتراضية" ؟
- 3- ما المصطلح المناسب والأكثر دقة وشمولية للتعبير عن تسمية مفهوم: (ممارسة التجارة والنشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها).

مصطلحات البحث:

التجارة الإلكترونية (E-Commerce): هي النشاطات والمعاملات التجارية المختلفة التي يقوم بها الأفراد أو تقوم بها المؤسسات التي تعتمد على نقل البيانات الرقمية بما في ذلك الصورة والصوت والفيديو من خلال شبكات إلكترونية مفتوحة مثل شبكة الإنترنت أو شبكات مغلقة خاصة تسمح بالدخول إلى شبكة

الإنترنت أو غيرها من الشبكات المفتوحة (بلقاسم و علي ، 2002 : 360).
الأعمال الإلكترونية (E-Business): هي الأعمال التجارية الإلكترونية
 (بالإنجليزية: Electronic Business) التي يشار إليها غالباً ب (E-
 Business) اختصاراً ، ويقصد بها كافة الأنشطة التجارية التي تستخدم
 تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل الإنترنت والاتصالات وغيرها
 (Miles et al., 2000, 24).

الأعمال الافتراضية (Virtual Business): كأساس لتعريف مفهوم "الأعمال
 الافتراضية (Virtual Business)"، من المفيد التعرض أولاً لتعريف مصطلح
 "افتراضي (Virtual)"، حيث يتم تعريفه لغوياً: كل ما يُخلق (بضم الياء و فتح
 اللام) أو يُمثل (بفتح الثاء) أو يُحمل بواسطة الكمبيوتر أو شبكة كمبيوترات
 (القاموس الحر على شبكة الإنترنت (Free Dictionary)،
www.thefreedictionary.com/virtual، 26 أغسطس 2015).

أما اصطلاحاً، فيوضح (العلاق والغالبي، 2013، 3) بأن كلمة
 "افتراضي (Virtual)" تستخدم لتوصيف نوع من التطبيقات والحلول التقنية
 المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات (Information Technology Solutions)
 – الذي يسمح لعدد كبير (غير محدود في أحيان كثيرة) من الأفراد الأعضاء في
 مشروع ما بالتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض والقيام بأعمالهم و نشاطاتهم
 مستخدمين بنية تحتية مشتركة ومشاعة للجميع، وفي هذه البنية التحتية المشاعة
 (Infrastructure) للمشروع أو الشركة الافتراضية (Virtual Business)
 يتم توزيع نفس التطبيقات البرمجية و المعدات الحاسوبية المختلفة والبيانات
 الإلكترونية و مصادر الاتصالات المختلفة ، كما يتم – يتم ترميط وتوزيع وتقاسم
 تطبيقات البرمجيات وتجهيزات الحاسوب والبيانات ومصادر شبكة الاتصالات،
 كما يتم توحيد نوعية التجهيزات المحلية التي يستخدمها كل عضو من أعضاء
 المشروع إلى أقصى حد ممكن، ويكون وصول المستخدمين لمصادر البنية التحتية
 المشتركة من أماكن ومواقع بعيدة (Remote locations) دون الأخذ في



الاعتبار الموقع الحقيقي لمصادر تكنولوجيا المعلومات، وهذا ما يجعل النظام المشترك نظاماً افتراضياً.

ويعرف (العلاق والغالبي، 2013، 5-7) "المشروع الافتراضي (Virtual Business)" – الذي هو التجسيد العملي للأعمال الافتراضية – بأنه: "عبارة عن منظمة أعمال تنشأ بين شركاء تجاريين يعملون في مواقع جغرافية متناثرة على مدى الفترة الزمنية التي تستغرقها مهمة إنجاز المشروع المشترك، وغالباً ما تتطلب عملية تصميم وتصنيع المنتجات والخدمات توافر مواهب العديد من الاختصاصيين، وعندما تقوم عدة منشآت أعمال بتوحيد خاصياتها لتطوير أو تكوين منتج جديد، فإن ثمرة ذلك تسمى بالمشروع الافتراضي"، ويواصل العلاق وزميله التعريف قائلاً: إنه يمكن إجمال أسباب ومبررات تنظيم مثل هذه النشاطات والعمليات في العالم الافتراضي من خلال شبكة الإنترنت بما يأتي: (1) الحاجة المتزايدة للمرونة ((Flexibility، 2)) الحاجة للكفاءة ((Efficiency، 3)) الحاجة إلى التكيف (Adaptation) مع بيئات وظروف تتصف بالتغيرات السريعة في عملية التطور.

ويعرف (لخضر وآخرون، 2011، 6) مصطلح الشركة الافتراضية (Virtual Company) بأنها: "وحدة مكونة من عاملين موزعين جغرافياً يتقاسمون العمل ويتصلون بوسائل إلكترونية مع شركات أخرى أو مع الزبائن، وهذه الوحدة لا تحتاج إلى تجميع العمال في مكان واحد، و أيضاً من مميزات أنها بلا حدود تنظيمية ولا تخضع إلى الهياكل الهرمية، وفيها شبكة تقاسم للمعلومات بين العاملين فيها داخلياً ومع الموردين والزبائن خارجياً"

ويرى (Tapscott et al., 2006, 66) أن "المشروع الافتراضي" هو: شبكة من الموردين، الزبائن و المنافسين ، متواصلين من خلال شبكة تقنية المعلومات من أجل التشارك في المهارات والتكاليف والوصول لأسواق بعضهم البعض، مثل هذه المنظمات يتم تأسيسها عادة بناء على اتفاق ثنائي بقليل من (أو بدون) هرمية أو اندماج وتكامل رأسي".



إجراءات البحث:

تم وضع الإطار العام للبحث من خلال تحديد كلٍ من: مشكلة البحث و أهميته وأهدافه و الأسئلة التي يفترض أن يجيب عليها البحث. كما تم تحديد المصطلحات الإجرائية للبحث.

تم إجراء البحث من خلال تناول ثلاث مواضيع أساسية (موضوع في كل مبحث):

الموضوع الأول: التطور التاريخي لمفهوم الأعمال الافتراضية.

الموضوع الثاني: إشكالية مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)".

الموضوع الثالث: مبررات اختيار مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)".

المبحث الأول

التطور التاريخي لمفهوم الأعمال الافتراضية

(Historical Background of V-Business)

إن تاريخ مفهوم "الأعمال الافتراضية (V-Business)" لا ينفصل في الحقيقة عن تاريخ مفاهيم "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" أو "التجارة الرقمية (Digital Commerce)" أو الأعمال الإلكترونية (E-Business)، فجميعها تعتبر حلقات أو مراحل متتالية في سلسلة تطورية تاريخية و طبيعية لموضوع استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مجال التجارة ونشاطات المال والأعمال. و لهذا فإن البحث في تاريخ مفهوم "الأعمال الافتراضية (V-Business)" يقتضي ضمنا البحث في تاريخ مفاهيم التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية و غيرها من المفاهيم التي مر بها تطور مفهوم الأعمال الافتراضية. وفيما يلي سنورد تباعاً نبذة مختصرة عن التطور التاريخي لمفاهيم (التجارة الإلكترونية، الأعمال الإلكترونية، والأعمال الافتراضية) آخذين بعين الاعتبار أن اختلاف هذه المفاهيم هو اختلاف التطور والتكامل وليس التناقض والتضاد.

أولاً: مرحلة التجارة الإلكترونية (E-Commerce):

تعد قضية التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) من أهم قضايا التطور التي حدثت عالمياً بوضوح كبير خلال السنوات والعقود الأخيرة من



القرن العشرين، وبالتالي أصبحت ذات أهمية كبيرة وإحدى دعائم النظام الاقتصادي الدولي الجديد، حيث إن الاقتصاد العالمي الحديث يقوم على استخدام شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الخاصة بالتجارة الإلكترونية (الشريف، 2001، 83).

ويعد مصطلح "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)" أحد التعبيرات الحديثة التي أخذت بالظهور المتنامي والمتسارع في حياتنا اليومية العادية، وهذا المصطلح له علاقة بالتطور الهائل والثوري في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويمكن تقسيم مصطلح "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)" إلى مقطعين أساسيين، هما، أولاً: "التجارة (Commerce)"، وهو الذي يدل على أي نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول وتبادل الخدمات والسلع بين الحكومات والهيئات والأفراد، وتحكم هذا النشاط بطبيعة الحال عدة قواعد وأساليب معترف بها عالمياً، أما المقطع الثاني من المصطلح، فهو كلمة "الإلكترونية (Electronic)"، وهو يدل على توصيف لمجال وميدان أداء ذلك النشاط التجاري المشار إليه، وبالتالي: يقصد بالمصطلح ككل ذلك النشاط التجاري الذي يتم باستخدام الوسائط الإلكترونية مثل شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الإلكترونية المختلفة (Laudon & Traver, 2014, 5).

ويشير (برهم، 2009، 91) إلى أن مصطلح "التجارة الإلكترونية (E-Commerc)" يعود إلى بداية السبعينيات من القرن الماضي عندما قامت شركات أمريكية باستخدام شبكات خاصة بها تقوم بوظيفة ربطها بشركاء أعمالها المختلفين من عملاء وموردين وغيرهم، وفي بداية السبعينيات من القرن الماضي ظهرت التطبيقات الإلكترونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية ذات العلاقة بتحويل الأموال إلكترونياً (Electronic Fund Transfers)، على الرغم من أن مدى استخدام تلك التطبيقات لم يخرج عن دائرة المؤسسات التجارية الكبيرة، وفي نفس الفترة ظهر مفهوم تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) الذي قفز بموضوع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد تعاملات مالية بسيطة إلى آفاق أرحب تمثلت في معاملات اقتصادية وتجارية أخرى.





ظهر البريد الإلكتروني من ناحية أخرى مع استخدام شبكة الإنترنت وتوسع استخدامه في عالم الأعمال منذ بداية الثمانينيات كخيار فعال وسريع بديلاً عن البريد التقليدي، ثم أصبح البريد الإلكتروني فيما بعد من أهم الوسائل التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات المختلفة في اتصالاتهم التجارية. ومع ظهور شبكة الإنترنت كأداة مالية و ربحية في تسعينيات القرن الماضي و انتشارها الواسع، ظهر مصطلح "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)" ، ثم تطورت تطبيقات هذا النوع من التجارة (Shaw, 2015, 9-81).

ومع ازدهار وتوسع استخدام شبكة الإنترنت، ودخول هذه الشبكة في مجال الخدمة العامة في بداية التسعينيات، وخلال النصف الأول منها، أضافت الشركات استخداماً تقنياً جديداً بالتوازي مع استخدام البريدي الإلكتروني، هذا الاستخدام هو مواقع الإنترنت أو ما تسمى بمواقع الويب (Web)، وذلك من أجل عرض منتجاتها وأنشطتها المختلفة، وكذلك تطرق التواصل بينهما وبين عملائها ومورديها وغيرهم، ونتيجة لتطور وتحسن إعدادات ومواصفات صفحات شبكة الويب على الإنترنت وسرعة توسعها وتزايد عدد مستخدميها، قامت الشركات بتغيير وتحديث مواقعها على الإنترنت، فكانت تقوم بنشر المعلومات عن الأنشطة المختلفة للشركة و كذلك نشر الإعلانات عن الوظائف وكذلك نشر بيانات ومواصفات المنتجات والخدمات المختلفة عبر شبكة ويب Web، مع صلات تذهب لصفحات خاصة بالمنتجات وبأقسام الإنترنت وبأقسام الدعم الفني والمراسلات وغيرها، ولكن الوصول إلى تلك المنشورات والبيانات كان يأخذ وقتاً و جهداً كبيراً مع بعض الصعوبات و التحديات التي تم التغلب عليها فيما بعد (موقع مجلة التجارة الإلكترونية على الإنترنت، www.etegara.com، 28 اغسطس 2015).

ويرى (Barbara et al., 2000, 2) أن مصطلح ومفهوم "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)" يدخل تحت مفهوم أشمل يُعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy)، وهو المفهوم الذي يتضمن قضايا ومواضيع التجارة الإلكترونية والقطاعات الاقتصادية التي تستخدم تكنولوجيا



المعلومات والاتصالات في نشاطاتها

ويعرف (Barbara et al., 2000, 5) التجارة الإلكترونية بأنها: إنجاز و إتمام أي عملية أو نشاط تجاري من خلال شبكات الكمبيوتر، بما يتضمن ذلك من نقل أو تحويل ملكية أو نقل حقوق استخدام السلع و الخدمات. حيث تتم العملية التجارية الإلكترونية ضمن آلية معينة مثل عمليات البيع والشراء، و تعتبر العملية متحققة عندما يتفق الطرفان (البائع والمشتري) على نقل حق استخدام أو ملكية السلع أو الخدمات عبر شبكات الكمبيوتر، وتعد الموافقة إلكترونياً أو التراضي بين المشتري والباع على إتمام عملية الشراء والبيع نقطة أساسية في تعريف مفهوم التجارة الإلكترونية.

وبحسب (حامد، 2004، 23)، يعتمد تعريف التجارة الإلكترونية على وجهة نظر الجهة المعنية والاختصاص، فمثلاً: من وجهة نظر الاتصالات، يتم تعريف التجارة الإلكترونية على أنها تبادل للمعلومات: عن البضائع، والسلع والخدمات عن طريق خطوط الهاتف، وشبكات الكمبيوتر أو أي وسيلة اتصال إلكترونية. أما من وجهة نظر تجارية فإن التجارة الإلكترونية هي تطبيق التكنولوجيا وتسخيرها نحو أنتمة النشاطات التجارية المختلفة. ومن وجهة نظر خدماتية، هي وسيلة تستخدم لتلبية رغبات المؤسسات، الزبائن والإدارات من حيث تحسين نوعية الخدمات المقدمة، وتخفيض التكلفة اللازمة للحصول على هذه الخدمة، إضافة إلى تسريع عملية الحصول على هذه الخدمة .

ووفقاً ل (Zimmerer et a.l, 2013, 312)، يمكن القول: إن مفهوم "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)" يعني استخدام شبكة الإنترنت لتبادل العمليات التجارية المختلفة بين المشاريع والمؤسسات المختلفة مع التأكيد على عنصر استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد.

وقد عرّف (بلقاسم وعلي، 2002، 5-35) مصطلح التجارة الإلكترونية بأنه ذلك المصطلح الذي يعبر عن التعاملات التجارية التي يتم تنفيذها من قبل الأفراد والشركات و التي تعتمد في وجودها على نقل (وقبل ذلك معالجة)





البيانات والمعلومات الرقمية بما في ذلك الصورة والفيديو من خلال شبكة الإنترنت أو غيرها من الشبكات المفتوحة، وكذلك من خلال الشبكات الخاصة الأخرى المتصلة بالشبكات المفتوحة.

أما تعريف موقع "البوابة الرقمية" الإلكتروني للتجارة الإلكترونية، فقد جاء كالآتي:

"التجارة الإلكترونية هي: نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية" (موقع البوابة الرقمية، www.adslgate.com 14 مايو 2015). ووفقاً ل (Graham, 2009, 17) فإن مفهوم التجارة الإلكترونية يتعلق بعملية إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أهمها شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الذكية المختلفة) في التعاملات بين مقدم الخدمة أو منتج السلعة وعملائه، وإدماج تلك التكنولوجيا أيضاً في عمليات ابتكار المنتجات والخدمات وعمليات التسويق لها وغير ذلك من العمليات التجارية والتسويقية.

وبحسب (موقع المتجر الإلكتروني، www.metjar.com 2015) الذي ركز على البعد التقني في تعريفه، فإن التجارة الإلكترونية هي: ممارسة الأنشطة التجارية والاقتصادية المختلفة من خلال أنظمة الحاسوب و من خلال الشبكات المفتوحة (شبكة الإنترنت مثال أساسي على ذلك) و شبكة نظام اللوحات الإخبارية (BBS- bulletin board system). ويؤكد الموقع أن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على نشاطات البيع فقط، بل تتجاوز ذلك لتشمل نشاطات الإعلانات التجارية و تبادل المعلومات والبيانات بطريقة إلكترونية (EDI- Electronic Data Interchange)، و تشمل كذلك ما يسمى بأنظمة نقطة



البيع (POS systems) . ويرى الموقع أيضاً أن نمو التجارة الإلكترونية يرتبط بنمو ما يسمى بتقنيات النشاطات المالية وضمان أمنها. ولأن معظم نشاطات التجارة الإلكترونية يتم عبر شبكة الإنترنت، فإنه يطلق عليها أحياناً (من باب المجاز) اسم التجارة عبر الإنترنت (Internet commerce) .

ويرى (العبدلي، 2006، 6) أن مصطلح التجارة الإلكترونية ينطوي تحت مفهوم أشمل يُعرف (بالاقتصاد الرقمي Digital Economy)، وهذا المصطلح الشامل (الاقتصاد الرقمي) يتضمن في داخله قضية التجارة الإلكترونية و كل ما يخص القطاعات المنتجة والمستخدمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويعرف (Roger, 2000, 2) التجارة الإلكترونية باختصار بأنها: ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات).

ويشكل عام يصف خبراء الإنترنت التجارة الإلكترونية بأنها: (التجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت) (موقع الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، www.c4arab.com، مارس 2015). من كل ما سبق يمكن أن نخلص إلى تعريف شامل ومبسط للتجارة الإلكترونية بأنها: (أي نشاط تجاري يتم عن طريق شبكة الإنترنت أو باستخدام أي أداة من أدوات الاتصالات وتقنية المعلومات الحديثة سواء في البيع أو الشراء أو عملية الدفع أو غير ذلك).

ثانياً: مرحلة الأعمال الإلكترونية (E-Business):

يُعرف (Miles et al., 2000, 24) الأعمال الإلكترونية بأنها: "الأعمال التجارية الإلكترونية (بالإنجليزية: Electronic Business) التي يشار إليها غالباً بـ (E-Business) اختصاراً ، ويقصد بها كافة الأنشطة التجارية التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل: الإنترنت والاتصالات وغيرها. ويرى (Miles et al., 2000, 54) أن مصطلح الأعمال الإلكترونية هو أشمل من مصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce) الذي تم تعريفه أدناه . ومع نهاية القرن الماضي وبداية العقد الأول من القرن الحالي ظهرت



شركات التجارة التي تعرف بشركات ال (دوت كوم Dot Com)، فقد ظهرت هذه الشركات كمواقع مستقلة تتخصص في الأعمال الإلكترونية و ليست تابعة لشركات البيع أو شركات الإنترنت، وتتخصص كذلك في جمع و عرض منتجات المنتجين المختلفين ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلال مواقع هذه الشركات، وبالمقابل تحصل مواقع هذه الشركات على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم عن طريقها. كما ظهرت أيضاً في نفس الفترة تقريباً بطاقات الائتمان الذكية التي حلت محل بطاقات الائتمان العادية التي توفر سرية أكبر للتعاملات المالية عبر شبكة الإنترنت، وأصبحت تلك البطاقات من أهم دعائم عالم الأعمال الإلكترونية، وقد أدركت المؤسسات والهيئات التجارية والاقتصادية المختلفة أهمية شبكة الإنترنت بدرجة كبيرة، وظهر ذلك الإدراك الكبير في أن نسبة 76 ٪ من عدد المشتركين الجدد في شبكة الإنترنت هي من نصيب المؤسسات التجارية (ياسين و العلاق ، 2015 ، 18).

ويميز (Chaffey, 2013, 43) بوضوح بين مفهومي (التجارة الإلكترونية E-Commerce) و(الأعمال الإلكترونية E-Business) في كتابه حول إدارة كل من التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية تحت عنوان: (E-Business And E-Commerce Management: Strategy, Implementation And Practice) بقوله:

"إن مصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، يعود إلى قضية ممارسة البيع والشراء من خلال الوسائط الإلكترونية، بينما يدل مصطلح الأعمال الإلكترونية (E-Business) على مفهوم أوسع يتعلق بكل أنواع الفوائد التي تنتج عن استخدام التكنولوجيا في جميع العمليات والتفاعلات بين عناصر النشاط التجاري والأطراف الأخرى ذات العلاقة، ويتضمن ذلك نشاط التجارة الإلكترونية وسلسلة القيمة الداخلية للمشروع (Internal Value Chain).

وبحسب (ياسين و العلاق ، 2015 ، 14) فقد بدأت "الأعمال الإلكترونية (Electronic Business)" بين الشركات التجارية عبر شبكة الإنترنت من خلال المراسلات الإلكترونية التي كانت تعطيها صفة التجارة الإلكترونية،



لتنقل إليها بعد ذلك الصفقات التجارية بتفاصيلها الدقيقة وأعمالها الإدارية المختلفة، و كذلك انتقل إليها الوثائق التجارية المهمة كبوليصات التأمين، وفواتير الشحن، والعقود التجارية المختلفة، وأوامر التحويلات البنكية، و كذلك عروض الأسعار والاعتمادات المستندية وغيرها الكثير من الوثائق التي أصبحت إلكترونية و بمفهوم ومنظور مختلف عن الطرق التقليدية. ثم بعد ذلك ظهرت الأسواق الإلكترونية كمواقع تلاقٍ لشركات مختلفة تربط مجموعة كبيرة من المصنعين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات الإنتاج في صناعة أو نشاط بشبكة معلومات واحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية واستثمارها في عقد الصفقات بينهم، ومن أمثلة ذلك مواقع الأسواق الإلكترونية الشهيرة (علي بابا www.alibaba.com) و (إي بي www.ebay.com) وأمازون دوت كوم www.amazon.com) وغيرها من المواقع. وفي اليمن ظهرت مواقع شبيهة وإن كانت أقل شهرة، ونطاق استخدامها مرتبط إلى حد كبير بالجمهورية اليمنية مثل موقع سوق تموين www.tamween.biz وموقع سوق ورزان www.warazan.com وموقع جو يمن www.goyemen.com وموقع متجر أوكي يمن www.okaym.com وموقع جريت ديل يمن www.gdyemen.com وموقع هوكه www.hawkah.com وموقع غابريز www.gabreez.com وموقع فيسع www.fesa3.com وموقع يمن تريد www.yemen-trade.com وغيرها الكثير من مواقع الشركات والمشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة ذات الأغراض التجارية المتنوعة في عالم الأعمال الافتراضية اليمنية (Yemeni Virtual Business). (أحصى البحث - تمهيداً للمسح الميداني - في استطلاع أولي من خلال الإنترنت عدد 550 مشروع ريادي افتراضي يمني في مختلف الأغراض التجارية والتسويقية).

ثالثاً: مرحلة الأعمال الافتراضية (Virtual Business):

يؤكد (Sharma, 2013, 16) في كتابه (تبني التكنولوجيا الافتراضية في عالم الأعمال والتعليم والتطورات الحكومية) (Adoption of



Virtual Technologies for Business, Educational, and Governmental Advancements)، أن هذا العصر هو عصر ثورة المعلومات ولا يمكن تجاهل أهمية وفائدة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معظم - إن لم يكن كل - النشاطات البشرية الإنتاجية ، سواء ما كان منها في القطاع الخاص أو القطاع الحكومي، لأن ذلك سبب في زيادة الفعالية والكفاءة والكفاية لمزيد من جودة الإنتاج كما وكيفا و أيضا من أجل سرعة تراكم الإنتاج الذي يخلق في نهاية الأمر عملية نمو اقتصادي حقيقي ومتسارع، وهو ما تحتاجه كثير من دول العالم، لاسيما الدول النامية والأقل نمواً (Developing & Under-developed countries). مثل هذا الكلام ينطبق تماماً على حالة الجمهورية اليمنية وأهمية تبين الحكومة والقطاعين الخاص والمختلط لاستراتيجية دمج الأعمال في العالم الافتراضي ودعم إنشاء واستدامة بنية تحتية تكنولوجية متطورة لما من شأنه خلق فرصة حقيقية للأعمال في الواقع المحسوس وفي العالم الافتراضي أن تساهم في تنمية المجتمع وتطوير الاقتصاد.

وفي دراسة أجرتها مؤسسة كاناليس (Canalice) لصالح شركة (في إم واير V.M.Wire)، ظهر أن هناك إقبالاً متزايداً من جانب الشركات الصغيرة والمتوسطة في الشرق الأوسط على التقنيات الافتراضية في ممارسة أعمالها، باعتبار هذه التقنيات من الأولويات الأساسية في مجال تقنية المعلومات، وأشارت الدراسة التي أجريت في مايو 2012 إلى تضاعف عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي ستعتمد التقنيات الافتراضية بنسبة تزيد عن 80% مع حلول العام 2014م، وذلك رغبة منها في تعزيز الكفاءة في العمل والانتقال نحو الحوسبة السحابية (I-Cloud Computerization) (Canalice, 2012, 22).

وتقدر الإحصائيات عدد الموظفين الافتراضيين الذين يعملون داخل فضاء بيئة العمل البديلة (الافتراضية) في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها بما لا يقل عن 30 مليون موظف، وقد أجري مسح على عينة كبيرة منهم فجاءت النتيجة أن 87% منهم يؤكد ارتفاع إنتاجيتهم في العالم الافتراضي عما كانت عليه في العالم



الحقيقي.

ورغم تعارض مصطلح افتراضي (Virtual) مع مصطلح حقيقي (Real) فإن للشركة الافتراضية جوهرًا حقيقياً، فأى شركة هي في حقيقتها تنظيم مؤسسي ذو آلية محددة لتنسيق وتوحيد الجهود باتجاه غرض مشترك و محدد، وفي الواقع أن هذا الأمر ينطبق على الشركات الافتراضية أكثر مما ينطبق على الشركات الحقيقية، فهناك شركات حقيقية كثيرة تفشل في صياغة آلية أو نمط لتنسيق الجهود بها، كما يغيب عنها الهدف المشترك وتتضارب فيها المصالح فتفشل (بسيوني، 2002، 77).

وفي الوقت الحاضر - لاسيما في الأدبيات الأكاديمية الأجنبية - أصبح الاستخدام محدوداً لمصطلحات "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" أو "الأعمال الإلكترونية (E-Business)" أو حتى "التجارة الرقمية (Digital Commerce)" أو "الأعمال الرقمية (Digital Business)"، لأنها أصبحت مصطلحات قاصرة عن وصف التطور الواسع والمتعدد الاتجاهات والأبعاد الذي وصل إليه ميدان استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال التجارة و تبادل المصالح والسلع والخدمات، كما وضعنا ذلك في المبحث الأول (انظر المبحث الثالث: "مبررات استخدام مصطلح "الأعمال الافتراضية")، فهذا التطور أصبح لا يتعلق باستخدام أجهزة إلكترونية ومراسلات إلكترونية، بل أصبح يتعلق بكل الأنشطة والممارسات والأنظمة التي تجعل الزبون يحصل على الخدمة أو السلعة التي يريد و القيام بالدفع دون أن يتحرك من مقعده، كما أن البائع أو التاجر أو صاحب المشروع أو المتجر الافتراضي أصبح قادراً على تصنيع وتوريد السلع أو الدعاية لها، ثم توصيلها و تحصيل قيمتها، كل ذلك يتحقق من خلال عالم افتراضي خيالي تحركه أزرار لوحة الكمبيوتر فقط ، بل وصلنا إلى مرحلة أن ما يحركه هو رمشة عين أو حركة رأس أو حتى خاطرة في عقل من يتعامل مع هذا العالم، إنه فعلاً عالم خيالي افتراضي بكل جوانبه ، ولكنه حقيقي وفعلي بكل آثاره، ومن هنا أصبح لدينا مفهوم "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في الوقت الحاضر امتداداً لتاريخ طويل يصل إلى أربعة قرون من



تطور التجارة الإلكترونية و توسع مجالات تطبيقاتها، وصولاً إلى ما هو أذكى و أخف وأسرع في عالم افتراضي صنعه الإنسان بحكمة و هندسة تشهد على خيال خصب وطموح لا ينتهي. هذا هو تاريخ مفهوم " الأعمال الافتراضية" نتوقع أن المستقبل أكثر عطاء و إبداعاً لما فيه مزيد من ريادة الأعمال ومزيد من خدمة الإنسان وتطوره الاقتصادي ورفاهه الاجتماعي.

المبحث الثاني:

إشكالية مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)"

في هذا المبحث سنناقش طبيعة المشكلة التي تواجه استخدام مصطلح مناسب وموحد وجامع ودقيق للتسمية و التعبير عن مفهوم (ممارسة التجارة والنشاطات الاقتصادية المختلفة من خلال الواقع الافتراضي باستخدام شبكة الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية الذكية المرتبطة بها)، والحقيقة أن هناك ثلاث تحديات مهمة تبرز الإشكالية المتعلقة بمصطلح "الأعمال الافتراضية"، هذه التحديات يمكن توضيحها كالآتي:

أولاً: عدم الاتفاق:

يوجد عدم اتفاق – شبه كامل – لدى جميع الأدبيات التي اطلع عليها الباحث حول موضوع الدراسة – سواء أكانت كتباً أم دراسات أم أوراق عمل أم مقالات علمية محكمة – حول استخدام مصطلح واحد لتناول موضوع ممارسة الأعمال التجارية من خلال شبكة الإنترنت، فمؤلف يستخدم مصطلح الأعمال الإلكترونية (Electronic Business)، وباحث يستخدم مصطلح التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) وآخر يستخدم مصطلح الأعمال الافتراضية (Virtual Business) ورابع يستخدم مصطلح التجارة الرقمية (Digital Commerce)، بل إن هناك مصطلحات جديدة حول هذا الموضوع مثل الأعمال السحابية (I-Cloud Business) (نسبة إلى مصطلح "السحابة الإلكترونية (I-Cloud)" أو "الحوسبة السحابية (Cloud Computing)" الذي يعني القيام بتخزين البيانات واستخدامها والرجوع إليها في خوازن و خوادم كبيرة



(Servers) مرتبطة بالإنترنت بعيدة عن صاحب المشروع الافتراضي ولا يملكها، وإنما فقط يقوم باستخدامها من خلال هاتفه الذكي أو حاسبه اللوحي) موقع (Gartner) على شبكة الإنترنت، www.gartner.com 11 يناير 2016. ومصطلح التجارة النقالة (Mobile Commerce) يرمز له (M-Commerce) ويقصد به التحويلات الإلكترونية والاتصالات التي تستخدم أجهزة إلكترونية متنقلة مثل الأجهزة اللوحية و التلوفونات الذكية التي عادة ما تكون ضمن التغطية اللاسلكية (Chaffey, 2013, 162).

ثانياً: استمرار الاختلاف حول المصطلحات:

على الرغم من اجتهاد الباحث في الاطلاع الواسع حول موضوع البحث، فإنه لم يقف على أي محاولة متخصصة لتحديد وتأصيل مصطلح علمي موحد لموضوع (ممارسة الأعمال والنشاطات التجارية وما يرتبط بهما من وظائف ومهام من خلال الواقع الافتراضي (Virtual) / الرقمي (Digital) / الإلكتروني (Electronic) / السحابي (I-Cloud) / النقال (Mobile)) وربما كان اختلاف زوايا النظر لهذا الموضوع (القديم الحديث و المتطور باستمرار) هو ما أدى إلى اختلاف المصطلحات، ولكن الأمر في النهاية وحتى كتابة هذا البحث قاد إلى عدم الاتفاق على مصطلح جامع موحد، وهو ما نحن بصدد تحديده هنا إنشاءً لله . وجد الباحث أن المصنفات العلمية المنشورة حول موضوع (التجارة من خلال شبكة الإنترنت) على اختلاف سياقات اهتماماتها، تتقاسم استخدام هذه المصطلحات بنسب متفاوتة وإن كان مصطلح (التجارة الإلكترونية E-Commerce) هو الأكثر شيوعاً في الأدبيات العربية، بينما تحافظ المصنفات الأجنبية على ذلك التوازن في تقاسم استخدام المصطلحات مع ميل واضح لاستخدام مصطلح (الأعمال الافتراضية Visual Business) في المؤلفات والأبحاث الحديثة.

وفيما يلي نذكر بعض المراجع الأجنبية والعربية الحديثة التي تستخدم المصطلحات المختلفة المشار إليها أعلاه كتسميات متعددة لنفس الموضوع سواء أكان ذلك في عناوينها الرئيسية أم الفرعية، أم في مضامينها العلمية والنقاشية.

نشير إليها هنا كدليل على الاختلاف القائم والمستمر في استخدام تلك المصطلحات، وكدليل على ترجيح شمولية مصطلح "الأعمال الافتراضية".

• **مصطلح "التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)":**

ويكتب اختصاراً (E-Commerce)، وقد استخدمه كثير من الدارسين ومن ضمنهم الباحثان: البروفيسور بلمقدم مصطفى والدكتور طويطي مصطفى في دراستهما: (التجارة الإلكترونية في الوطن العربي بين سلبيات الواقع وآمال المستقبل) (مصطفى و مصطفى، 2011، 25).

كما ذكره كمصطلح شائع للحديث عن التجارة و التسويق من خلال شبكات التواصل الإجتماعي الباحث مشاركة نور الدين (نور الدين، 2014، 7 – 45).

وفي دراسة يمنية حديثة حول مخاطر الأسواق الإلكترونية و البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات كمحددات لأداء الأعمال ونجاح التجارة الإلكترونية كان مصطلح "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" هو المعتمد في هذه الدراسة (البكاري، 2012، 4–60).

أما في الأدبيات الإنجليزية فيمكن أن نحصي المئات من الكتب والدراسات التي استخدمت مصطلح "التجارة الإلكترونية" (انظر قسم المراجع في نهاية البحث)، لكننا نكتفي هنا بالإشارة إلى مرجعين رئيسيين: أحدهما قديم نسبياً والآخر حديث. الأول هو كتاب التجارة الإلكترونية (E-Commerce) (Laudon & Traver, 2014).

والكتاب الثاني الحديث هو منصة قبول التجارة الإلكترونية: المورد وتجار التجزئة والمستهلكين (E-Commerce Platform Acceptance: Suppliers, Retailers, and Consumers) (Lacka et al., 2014).

• **مصطلح "الأعمال الإلكترونية (Electronic Business)":**

ويكتب اختصاراً (E-Business). هذا المصطلح هو الأكثر تداولاً في الأدبيات الأجنبية فقد استخدمه (Badger, 2013, 32-35) في كتابه حول تعزيز شبكة الإنترنت لعدم العدالة الاقتصادية في الواقع العملي، تحت عنوان:



The Internet: Enhancing The Economic Inequality in)
(Practice).

واستخدمه أيضاً المؤلف (Chaffey, 2013, 43-44) في كتابه حول إدارة كل من: الأعمال الإلكترونية (E-Business) والتجارة الإلكترونية (E-Commerce) تحت عنوان: (E-Commerce And E-Commerce) (Management: Strategy, Implementation And Practice).

• **مصطلح "الأعمال الرقمية (Digital Business)":**

هذا المصطلح ذكرته الكاتبة شيريل ريكرمان (Cheryl Rickman) في كتابها دليل إنشاء مشروع الأعمال الرقمية (The Digital Business Start Up workbook) (Rickman, 2012, 20-36).

• **مصطلح "التجارة الرقمية (Digital Commerce)":**

استخدم هذا المصطلح الباحثان: بيل داتون و بيل إمله (Bill Dutton & Bill Imlah) في مقالهما المنشور على موقع جامعة أكسفورد حول مفهوم (The Concept of Digital Economy) (جامعة أكسفورد، <http://odec.org.uk/the-concept-of-a-digital-economy>، 25 أغسطس 2015).

• **مصطلح "التجارة النقالة (Mobile Commerce)":**

ويكتب اختصاراً (M-Commerce) وهو مصطلح ظهر حديثاً مع انتشار الأجهزة النقالة الذكية ، ذلك التطور الكبير الذي أطلقتته مع نهاية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين شركة أبل (Apple) الأمريكية، ثم تبنته عبر العالم شركات عديدة عابرة للقارات مثل شركة سامسونج (Samsung) الكورية.

وقد استخدم المصطلح لأول مرة (Awad, 2008, 161) في كتابه (التجارة الإلكترونية: من الرؤية حتى الإنجاز) (Electronic Commerce: From Vision to Fulfillment)، وعرف المؤلف التجارة النقالة بأنها: عمليات الأعمال التجارية وعمليات الدفع التي تتم بوسائط وفي بيئة غير حاسوبية، أو

كما ورد في النص الإنجليزي للتعريف:

"M-Commerce: Business transactions and payments conducted in a non-PC- based Environment."

كما استخدم (Chaffey, 2013, 162) مصطلح "التجارة النقالة (M-Commerce)" وقصد به التحويلات الإلكترونية والاتصالات التي تستخدم أجهزة إلكترونية متنقلة مثل الأجهزة اللوحية و التلوفونات الذكية التي عادة ما تكون ضمن التغطية اللاسلكية.

● مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)":

ويكتب اختصاراً (V-Business)، وهو المصطلح الذين قررنا اعتماداه في هذه الدراسة، وقد ورد بشكل واضح في كتاب عالمي الإدارة توبسكوت دون ووليام أنتوني (Tapscott Don & Williams Anthony) المعنون "Wikinomics" الذي يؤسس لعصر جديد من عالم الاقتصاد الافتراضي (Tapscott et al., 2006, 6 - 52).

ويتم أحياناً ربط مصطلح الأعمال الافتراضية بمصطلح أشمل هو مصطلح (الاقتصاد الافتراضي) الذي يمكن تعريفه بأنه ذلك الاقتصاد الناجم عن مخرجات غير مباشرة قادمة من الثروات الطبيعية، ومن التبادلات التجارية والإنتاج الصناعي والزراعي وغيرهما، ويأتي في صدارة هذه المخرجات الرسوم والتعريفات والجمارك والضرائب، وكل ما يأتي مقابل الخدمات والتعاملات في مختلف الأنشطة (موسى و علي، 2013، 2).

وقد ورد مصطلح الأعمال الافتراضية في كثير الدراسات العربية الحديثة مثل دراسة الباحثين: أمحمد فرعون وزروقي نسرین المعنونة: (أخلاقيات الأعمال الافتراضية وانتهاكات هذا الواقد الجديد) (فرعون وزروقي، 2013، 6). والحقيقة أن هذا المصطلح هو أكثر انتشاراً في الأدبيات الحديثة، و الأجنبية منها على وجه الخصوص، فقد استخدم (Czerniawska & Potter, 2010) مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في كتابهما (الأعمال في العالم الافتراضي) (Business in A Virtual World).



كما استخدم (Graham, 2009) مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في كتابه (الأعمال الافتراضية) (Virtual Business). وقد استخدمه أيضاً (Thierauf, 2003) في كتابه المعنون: (أنظمة الواقع الافتراضي للأعمال) (Virtual Reality Systems for Business). وقد استخدم (Gerard et al., 2014) هذا المصطلح في كتابه (الأعمال تتطلق افتراضياً: تحقيق قيمة الاستراتيجيات التعاونية والاجتماعية والافتراضية) (Business Goes Virtual: Realizing the Value of Collaboration, Social and Virtual Strategies). كما استخدم (Young & Jude, 2014) مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في كتابهما: (عمليات الأعمال الافتراضية) (The Case For Virtual Business Process). وباستخدام نفس المصطلح أيضاً، كتب (Zemliansky & Amant, 2013) كتابهما: (دليل البحث في: أماكن العمل الافتراضية والطبيعة الجديدة لممارسات الأعمال) (Handbook of Research on: Virtual Workplaces and the New Nature of Business Practices). واستخدم (Chaffey, 2013) أيضاً مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في كتابه حول إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية المعنون: (إدارة الأعمال الإلكترونية و التجارة الإلكترونية: الاستراتيجية و التنفيذ والممارسة) (E-Business And E-Commerce Management: Strategy, Implementation And Practice). واستخدم (Barnes, 2014) مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في كتابه (التجارة الإلكترونية و الأعمال الافتراضية: المشاريع الرقمية في القرن الواحد والعشرين) (E-Commerce & V-Business: Digital Enterprise in Twenty First Century) في إطار المقارنة بين مفهوم "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" ومفهوم "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)".



وفي الواقع، هناك الكثير من الكتب والدراسات الأجنبية التي استخدمت وتستخدم مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" ونكتفي هنا بما ورد من عرض أهم الكتب و المراجع المذكورة أعلاه كأمثلة على الأدبيات التي استخدمت مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)"، وهي تعد مصنفات وأبحاث حديثة، لم يمر على نشر بعضها بضعة أشهر أو سنة أو سنتين قبل كتابة هذه الرسالة.

وكخلاصة للحديث عن هذا التحدي الثاني، يمكن القول: إن استمرار الاختلاف في المصطلحات يفرض على الباحث مسئولية تحديد موقفه العلمي، و اتخاذ قرار باستخدام أفضل وأدق مصطلح يعبر عن موضوع دراسته .

ثالثاً: التطور المتسارع والمستمر في هذا المجال:

شهد و يشهد مجال استخدام الإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة في الأنشطة التجارية المختلفة في العقود الأخيرة تطورات متسارعة وعلى مستويات متعددة، فمن استخدام البريد الإلكتروني في المراسلات التجارية في بداية هذا الطريق إلى ظهور الأسواق الافتراضية (Virtual Malls) (التي يرتادها الزبون من شاشة حاسوبه ويشترى أغراضه ويدفع إلكترونياً ثم يغادر موقعها الإلكتروني)، كانت رحلة تتسم بالتطورات والتغيرات السريعة

إن ذلك التطور الهائل سمح للاختلاف في استخدام المصطلحات المختلفة أن يكون مبرراً حسب خلفية الباحث أو المؤلف و تصوره وزاوية النظر التي يعتمدها لتحليل ودراسة تلك التطورات، فالباحث الذي يهتم بوصف التقنية المستخدمة في المراسلات التجارية و التسويقية لشركة ما يميل إلى استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية باعتبار أن الشركة تستخدم الحاسوب الإلكتروني والإنترنت ذا المحتوى الإلكتروني والإيميل الإلكتروني وغير ذلك. وباحث آخر قد ينظر لمسألة القيام بنشاطات المشروع من خلال وسائط رقمية بحثه دون استخدام الأوراق و النقود و المعدات والوسائط المادية الأخرى في التعاملات، فهذا يميل إلى استخدام مصطلح التجارة الرقمية ، وثالث ينظر بشكل أشمل، فيرى أن الأمر لا يتعلق بالبيع والشراء والعرض والطلب من أمور التجارة والتسويق فقط بل يتعدى الأمر إلى



القيام بكل أعمال المشروع و نشاطاته المختلفة التجارية والتسويقية والإدارية والعلاقات مع المجتمع ومع الحكومة و غيرها، وهذا يميل إلى استخدام مصطلح الأعمال الإلكترونية بدلاً عن التجارة الإلكترونية أو التجارة الرقمية . وتبقى هناك نظرة أشمل من الرؤى السابقة، وهي التي يميل إليها الباحث هنا، وهي استخدام مصطلح (الأعمال الافتراضية)، باعتبار أن المقصود هو النشاطات أو الأعمال التجارية التي تتم في عالم غير محسوس ولكنه حقيقي، عالم تخيلي في فضاء الإنترنت و شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية. إنه عالم مفترض لأنه له تأثير وأثر حقيقي رغم أنه غير ملموس في بعض أو جميع جوانبه، فيصبح استخدام مصطلح "الأعمال الافتراضية" هو الأشمل والأحوط باعتبار أن المشاريع التي تستخدم شبكة الإنترنت في أعمالها قد تصل إلى درجة أن كل نشاطها هو ضمن فضاء الإنترنت وليس فقط المراسلات التجارية الإلكترونية أو التسويق الإلكتروني (Turban & Volonino, 2014).

ويمكن القول: إن التطور الهائل في تقنيات ممارسة التجارة من خلال العالم الافتراضي وباستخدام وسائط إلكترونية مختلفة، تتطور وتتنوع بشكل متسارع، يجعل الباحث أمام مسئولية اختيار المصطلح الأنسب لدراسة وتحليل تلك الممارسة، ليس فقط من أجل التعامل مع الحاضر ولكن من أجل استيعاب التطورات في المستقبل، الذي بالتأكيد لن يكون فيه استخدام الإنترنت في مجال الأعمال التجارية مقتصرًا على المراسلات الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، بل سيكون الأمر عالمًا افتراضيًا متكاملًا يستفيد منه صاحب المشروع التجاري الريادي الافتراضي كما يستفيد منه الزبائن المحتملين الذين يسعون لتلبية احتياجاتهم من السلع والخدمات بأيسر الطرق وأكثرها فعالية (ومتعة في أحيان كثيرة)، وتظهر الحاجة بالتالي لاختيار مصطلح أشمل و أدق وأكثر مرونة. وهذا ما يهتم به الباحث في هذا البحث.

المبحث الثالث:

مبررات اختيار مصطلح " الأعمال الافتراضية (Virtual Business) ":

رأى الباحث صوابية ودقة استخدام مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" في الأبحاث والمصنفات العلمية التي تدرس موضوع التجارة الإلكترونية و الأنشطة الاقتصادية المختلفة التي تتم من خلال الواقع الافتراضي، سواء تلك الأنشطة المتعلقة بأصحاب المشاريع الافتراضية ومؤسسيها أو تلك التي تتعلق بزبائن وعملاء هذه المشاريع الذين يستفيدون من سلعها وخدماتها، وسواء أكانت هذه الأنشطة تتم بشكل كلي أم جزئي في الواقع الافتراضي، ومبررات الباحث لاعتماد هذا المصطلح هي كالآتي:

1 - الشمولية (Comprehensiveness):

إن مصطلح "تجارة إلكترونية (E-Commerce)" مصطلح غير شامل ولم يعد كافياً لتغطية جميع الأبعاد التي يتضمنها ميدان استخدام تقنيات المعلومات الحديثة وشبكة الإنترنت وتطبيقاتها الذكية في عالم المال والأعمال.

ويرى (كتانة والشريف، 2012، 14-25) أن مصطلح التجارة الإلكترونية يطلق على التجارة التي تتم بواسطة التقنيات الإلكترونية (البريد الإلكتروني وغيره) والتي يقوم الحاسوب بالدور الرئيسي فيها، بينما هناك أبعاد أخرى في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات في عالم المال والأعمال غير تلك التقنيات التقليدية.

وتوضح (فريد، 2010، 142) في كتابها (أساسيات الأعمال في ظل العولمة) أن مفهوم الأعمال الإلكترونية (E-Business) أوسع نطاقاً و أشمل من مفهوم التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، حيث تقوم الأعمال الإلكترونية على فكرة أتمتة الأداء بشكل واسع، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية، و ضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية يوجد المصنع الإلكتروني المؤتمت و البنك الإلكتروني و شركة التأمين الإلكترونية وغير ذلك، في حين أن التجارة الإلكترونية هي نشاط تجاري بحت وبشكل خاص



يرتبط بتعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية

ويذهب (Chaffey, 2013, 43) أيضاً إلى عدم شمولية مصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، لأن هذا المفهوم يتعلق فقط باستخدام الوسائط الإلكترونية مثل البريد الإلكتروني (E-mail) وغيره من أجل إنجاز عمليات البيع والشراء.

ويرى (Awad, 2009, 8) أن الفرق كبير بين مصطلحي "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" و"الأعمال الإلكترونية (E-Business)"، حيث إن التجارة الإلكترونية تعني بيع السلع والخدمات على مستوى التجزئة مع أي شخص وفي أي مكان من خلال شبكة الإنترنت، بينما الأعمال الإلكترونية يقصد بها ممارسة النشاط التجاري على الإنترنت في تحطيط سلسلة التوريد و المتابعة و الإنجاز و الفوترة و الدفع ، إنها بعبارة أخرى تعني البيع والشراء مع خدمة العملاء والتعاون مع الشركاء التجاريين.

يرى الباحث أن أهم نقطة منطقية يمكن الإشارة إليها في صدد الحديث عن شمولية مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" وكونه أكثر شمولاً وأوسع في الدلالة من مصطلحي "التجارة الإلكترونية (E-Commerce)" و"الأعمال الإلكترونية (E-Business)" هو أن كلمة (افتراضية Virtual) تشير إلى الواقع الافتراضي غير الملموس بكل مكوناته وآفاقه وتفاصيله ، بينما كلمة (إلكتروني Electronic) تعني وسيلة من الوسائل و تقنية من التقنيات المستخدمة في ذلك الواقع (الافتراضي) ، وهذا يعني أن أي نشاط إلكتروني يتم لأغراض التجارة الإلكترونية (بريد وتواصل إلكتروني / فوترة إلكترونية / ترويج إلكتروني/ نشاط تفاعلي إلكتروني مع الزبائن) هو جزء من الأعمال الافتراضية والواقع الافتراضي وليس كله.

2 - المعنى اللغوي القاموسي (Dictionary Definition):

فكلمة "افتراضي (Virtual)" حسب تعريفها في القاموس اللغوي تتعلق بصفة أساسية من صفات هذا النوع من المشروعات التي تتم في العالم غير المحسوس (شبكة الإنترنت)، بينما وصف "إلكتروني" يتعلق بوظيفة أو بوسيلة العمل داخل هذا العالم ، مثل الطباعة بالكمبيوتر (Electronic Typing) أو كتابة الإيميلات Electronic Mails أو ما شابه ذلك، حيث تتم إلكترونياً.

3 - الاستجابة لتطورات المستقبل (Futuristic Orientation):

حيث إن استخدام مصطلح "افتراضي (Virtual)" هو استجابة أكاديمية للمسئولية العلمية والعملية تجاه المستقبل، فهذا المصطلح يستوعب أي تطورات يخص هذا المجال في قادم الأيام والسنوات (على الأقل في المدى المتوسط)، حيث من المتوقع أن تستخدم المشاريع الافتراضية الريادية تقنيات أكثر تطوراً، غير تقليدية و غير إلكترونية أيضاً (مغناطيسية مثلاً أو كهربائية أو غير ذلك من التقنيات التي يعد بها المستقبل). إن مصطلح "افتراضي" هو مصطلح يسمح للخيال بالإبداع والابتكار والتطور بدون حدود، فكما هو واضح - على سبيل المثال - في تقنية الأبعاد الثلاثة "الافتراضية" الشهيرة (Three Dimensions 3D) التي أصبحت جزءاً أساسياً من نشاطات المتاجر الافتراضية (Virtual Malls) التي يزورها الزبائن افتراضياً وكأنهم داخل تلك المتاجر والأسواق، فإن المستقبل يعد بما هو أكثر إبداعاً وابتكاراً لما فيه تطوير المشاريع الريادية و زيادة النمو الاقتصادي للدول وتحقيق الرفاه الاجتماعي للشعوب.

4 - الإجماع النسبي (Relative Consensus):

من المبررات أيضاً هو إجماع عدد لا بأس به من الدارسين والباحثين والمؤلفين من الإجماع (Academic Consensus) لاسيما الأجانب في استخدام مصطلح "افتراضي" مع الاعتراف بما يستخدمه الباحثون والكتاب الآخرون من مصطلحات "رقمي" / "إلكتروني" / "سحابي" وغيره.



5 - المسؤولية العلمية (Scientific Responsibility):

من المبررات المنهجية لاختيار مصطلح "افتراضي (Virtual)" في هذه الرسالة، هو أن الباحث يرى أن مسؤولية تحديد مصطلح واضح في أي دراسة تتعلق بالنشاطات التجارية على الإنترنت، هي مسؤولية حقيقية وملحة، ويجب أن يقرر الباحث شيئاً بخصوصها ولا يعتمد على الأسلوب الشائع في تجاهل الموضوع أو ترحيله لغيره من الباحثين، فالمسؤولية العلمية سبب إضافي للتحديد والاختيار والتوحيد الفوري للمصطلح.

6 - الطبيعة الريادية (Entrepreneurial Nature):

إن الطبيعة الريادية المتميزة للمشاريع التجارية والاقتصادية المختلفة التي تتم في الواقع الافتراضي (بسبب كونها مبتكرة و جديدة وتستغل تكنولوجيا متطورة)، هذه الطبيعة الريادية تجعل هذه المشاريع تتصف بصفات كثيرة أهمها الإبداع والابتكار، وهاتان الصفتان تجعلان هذه المشاريع أكثر قابلية للتطور السريع والمستمر، و مصطلح " الأعمال الافتراضية " بما فيه من شمولية (كما في البند الأول أعلاه) هو القادر على استيعاب هذه التطورات المتسارعة والمستمرة.

بناء على كل ما سبق ذكره، يرى الباحث أن مصطلح " الأعمال الافتراضية (Virtual Businesses)" هو المصطلح الأحدث والأنسب والأدق موضوعياً و لغوياً و فنياً وإدارياً وريادياً، مع استخدام مصطلح " التجارة الإلكترونية" الأكثر شيوعاً في الأدبيات العربية ضمن العنوان الفرعي التوضيحي والتفسيري وهو "دراسة ميدانية حول التجارة الإلكترونية في الجمهورية اليمنية من منظور ريادة الأعمال"، مع التأكيد هنا على أن مصطلح "ريادة الأعمال الافتراضية" هو مصطلح تطور عن المصطلحات السابقة (التجارة الإلكترونية/ الأعمال الإلكترونية/ الأعمال الرقمية/ وغيرها) نتيجة لتراكم علمي وعملي - منذ سبعينيات القرن الماضي وحتى هذه اللحظة - في ميدان استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الاقتصادي لاسيما إنشاء وإدارة الشركات التجارية و ما يصاحبها من نشاطات مختلفة إدارية و رقابية وتسويقية وغير ذلك. بعبارة أخرى،



يرى الباحث أن مفهوم التجارة الإلكترونية هو المرحلة الأولى في عملية تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات في النشاطات التجارية و أن مفهوم "الأعمال الافتراضية" هو المرحلة الأخيرة حتى هذه اللحظة ، ولن يتوقف الأمر هنا، حيث يعد علم تكنولوجيا المعلومات و ثورة الإنترنت بتطبيقات مستقبلية أكثر ذكاءً تساعد على فعالية أكبر في إنجاز الأعمال التجارية والنشاطات الاقتصادية المختلفة و بناء المشروعات وتطويرها في اتجاه مزيد من تقدم البشرية وتطويرها وازدهارها الاقتصادي والاجتماعي.

خاتمة وتوصيات

يمكن أن نختم هذا البحث بتأكيد حقيقة أن تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات و تطور طرق الاستغلال الاقتصادي لهذه التكنولوجيا من خلال ما عرف بالتجارة الإلكترونية، وتوسع مجالات وتطبيقات هذا النوع من التجارة أدى إلى الحاجة لمواكبة هذه التطورات بمصطلحات و تعريفات تستوعبها و تكون دقيقة علميا وعمليا في التعبير عنها. ويمكن الاستفادة من نتيجة هذا البحث في تحديد مصطلح " الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" كأنسب وأدق وأشمل مصطلح في هذه المرحلة من التطور التقني و الاقتصادي للتعبير عن ممارسة التجارة والنشاطات الاقتصادية المرتبطة بها من خلال شبكة الإنترنت والتطبيقات والبرامج الذكية المرتبطة بها. وعليه يوصي الباحث في نهاية هذا البحث بالآتي:

1. فيما يخص الجهات الأكاديمية اليمنية و العربية المهتمة بدراسة الممارسات الاقتصادية والتجارية التي تتم من خلال الواقع الافتراضي، فإن عليها في هذه المرحلة اعتماد مصطلح "الأعمال الافتراضية (Virtual Business)" للتعبير عن موضوع ممارسة النشاطات التجارية من خلال شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة، كما يجب عليهم الاستمرار في مواكبة تطورات هذا الموضوع في المستقبل لتحديد المصطلحات المناسبة للتعبير عنه أكاديمياً وعملياً في المراحل القادمة واللاحقة.



2. على جميع الجهات الأكاديمية أو الحكومية أو التجارية التابعة للقطاع الخاص، مواكبة التطورات في المصطلحات التي تستخدم لتعريف تقنيات ووسائل وطرق ممارسة التجارة من خلال العالم الافتراضي محلياً وإقليمياً ودولياً لما في ذلك من دعم وتسهيل لعملية دمج قطاع الأعمال الإلكتروني المحلي (اليمني) في النشاطات التجارية الإلكترونية إقليمياً ودولياً.

المراجع:

- البكاري، يحي (2012)، أثر مخاطر الأسواق الإلكترونية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات كمحددات لأداء الأعمال ونجاح التجارة الإلكترونية - دراسة تطبيقية على الشركات العاملة في المنطقة الصناعية بمحافظة الحديدة في الجمهورية اليمنية، دراسة ماجستير مقدمة لجامعة الشرق الأوسط في المملكة الأردنية الهاشمية.
- الشريف، محمد (2001)، تقرير السوق الإلكتروني *E-Marketer*، منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية حول الإتصالات، تقرير، تنمية الصادرات والتسويق الإلكتروني، مؤتمر الأعمال الإلكترونية والتنمية، القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء 12 فبراير.
- العبدلي، عابد (2006)، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع -التحديات - الآمال، ص 10 - 62، المؤتمر العالمي الثالث للإقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى.
- العلاق، بشير (2007)، التسويق عبر الإنترنت، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- العلاق، بشير و الغالبي، طاهر (2013)، المنظمات الافتراضية والتجارة الإلكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العربي الأول لتكنولوجيا المعلومات والإدارة، جامعة الزيتونة الأردنية.
- الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، www.c4arab.com، 3 مارس 2016.
- برهم، نضال (2009)، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- بسيوني، عبدالحاميد (2002)، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، القاهرة: دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية.
- بلقاسم، زايري وعلي، دلوباشي (2002)، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الإقتصادية، ص 360، كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الزيتونة.
- جامعة أكسفورد، <http://odec.org.uk/the-concept-of-a-digital-economy>، 25 أغسطس 2015).



حامد، سامي (2004)، قضايا وتحديات التجارة الإلكترونية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية بجامعة اليرموك، الأردن.
 فرعون، أمحمد و زروقي، نسرين (2013)، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في العالم العربي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الإقتصاديات الدولية، ص 10-19.

فرعون، أمحمد و زروقي، نسرين (2013)، أخلاقيات الأعمال الافتراضية (الرقمية) وانتهاكات هذا الواقد الجديد، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الإقتصاديات الدولية، ص 7.

فريد، نهال (2010)، أساسيات الأعمال في ظل العولمة، القاهرة: المكتب العربي الحديث.
 كتانة، خيري والشريف، عليان (2012)، التجارة الإلكترونية، الطباعة الثالثة، الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع.

لخضر، عدوك و بن عبيزة، دحو (2011)، التجارة الألكترونية وأثرها على الإقتصاد، الملتقى الدولي العلمي الرابع حول: عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر بالإستفادة من تجارب الدول المتقدمة، ص 130، الجزائر: المركز الجامعي بخميس مليانه.

لخضر، عدوكه وآخرون (2011)، التجارة الإلكترونية والمؤسسات الافتراضية، الملتقى الدولي العلمي حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر بالإستفادة من تجارب الدول المتقدمة، ص 95، الجزائر: المركز الجامعي بخميس مليانه.

مجلة التجارة الإلكترونية على الإنترنت، www.etegara.com، 28 اغسطس 2015).
 مصطفى، بلمقدم و مصطفى طويطي (2011)، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي بين سلبيات الواقع وآمال المستقبل، الملتقى الدولي العلمي حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر بالإستفادة من تجارب الدول المتقدمة، ص 25، الجزائر: المركز الجامعي بخميس مليانه.

موسى، سعداوي وعلي، حميدوش (2013)، الإقتصاد الحقيقي وعلاقته بالإقتصاد الافتراضي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الإقتصاديات الدولية، ص 2.

نور الدين، مشاركة (2014)، دور التسويق عبر شبكات التواصل الإجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون – دراسة حالة متعاملي قطاع الهاتف النقال في الجزائر، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرياح، الجزائر.



ياسين، سعد والعلاق، بشير (2015)، *التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الأردن: المناهج للنشر والتوزيع.*

- Awad, E. (2008). *Electronic Commerce: from Vision to Fulfillment*, 4th Ed., Pearson.
- Barbara M. et al., (2000). *Government Statistics: E-Commerce and Electronic Economy*, A paper prepared for presentation to the federat Economic Statistic, Advisory Committee (FESAC), June 15,2000, p2.
- Barnes, S. (2014). *E-Commerce and V-Business: Digital Enterprise in the Twenty-First Century*, 3rd Ed., BH, London.
- Canalice (2012). *Using the Virtual Technologies*, A study conducted for the benefit of (V.M.Wire Company) , P22.
- Chaffey, D. (2013). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Czerniawska, F. and Potter, G. (2010). *Business in a Virtual World: Exploiting Information for Competitive Advantage*, Ichor Business Books/An Imprint of Purdue University Press.
- Girard, J. et al., (2014). *Business Goes Virtual: Realizing the Value of Collaboration, Social and Virtual Strategies*. The Strategic Management Collection, Mason A. Carpenter, Editor.
- Graham, R. (2009). *Virtual Business*", N. Damij.
- Lacka, E. et al., (2014). *E-Commerce Platform Acceptance: Suppliers, Retailers, and Consumers* . Springer.
- Laudon, K. & Traver, C. (2014). *E-Commerce: Business, Technology, Society*, ISBN-13: 978-0133024449, ISBN-10: 013302444X.
- Miles, G. et al., (2000). *A framework for understanding human factors in web-based electronic commerce*, International of Human-Computer Studies. Academic press.
- Rickman, C. (2012). *The Digital Business Start-Up Workbook: The Ultimate Step-by-Step Guide to Succeeding Online from Start-up to Exit*. ISBN: 978-0-85708-285-5.
- Roger, C. (2000). *Electronic Commerce Definitions*. Department of Computer Science, Australian National University.
- Sharma, S. (2013). *Adoption of Virtual Technologies for Business, Educational, and Governmental Advancements*. Premier Reference Source.
- Shaw, M. (2015). *E-Commerce and The Digital Economy*. Routledge, London and NewYork.





- Tapscott, D. *et al.*, (2006). *Wikinomics*. London, England, Penguin Group. ISBN 978-1-59184-138-8.
- Thierauf, R. (2003). *Virtual Reality Systems for Business*. London: Quorum Books.
- Turban, E. & King, D. (2012). *Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives*. Pearson.
- Turnban, E. & Volonino, L. (2014). *Information Technology For Management: Transforming Organizations in the Digital Economy*. 7th Ed., Wiley.
- Young, M. and Jude, M. (2014). *The Case for Virtual Business Process: Reduce costs, improve efficiencies, and focus on your core business*.
- Zimmerer, T. *et al.*, (2013). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Delhi, India: PHI Learning Private Limited.
- Zemliansky, P. and Amant, K. (2013). *Handbook of Research on Virtual Workplaces and the New Nature of Business Practices*. www.amazon.com: Books. ISBN-13: 978-1599048932