

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تتناول مميزات التجارة الإلكترونية وأهمية اللجوء إليها واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ، ويمكننا بايجاز عرض أبرز مميزات التجارة الإلكترونية - تلك التي تهتمنا أكثر في البيئة العربية - المستقاة من خلاصات دراسات وتقارير كثيرة على النحو التالي :

• لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونيا ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.

• توفير نفقات الاتصال التقليدية من بريد وهاتف وفاكس .. الخ ، وما يترتب على ذلك أيضا من توفير الوقت اللازم لإتمامها.

• توفير النفقات والوقت اللازم للإنتقال للشراء أو التسوق.

• خفض تكاليف النقل والتخزين إلى أقل حد ممكن.

• توفير قواعد بيانات متكاملة عن نشاط الأعمال سواء بالنسبة للسلع وتطورات أسعارها لحظة بلحظة أو عن الموردين أو العملاء أو عن تطورات تكنولوجيا إنتاجها وتشريعات التعامل عبر الحدود.

• توفر التجارة الإلكترونية فضلاً عن ذلك الكثير من عمولات الوسطاء من المصدرين والمستوردين وتجار الجملة والتجزئة والوكلاء التجاريين والتي تبلغ أحيانا - في ظل التجارة التقليدية - أكثر من ٧٥% من سعر المنتج ، وقد أمكن لبعض الشركات بالفعل أن تخفض سعر السلعة للمستهلك بحوالي ٤٠% نتيجة لتوسعها في ممارسة التجارة الإلكترونية كما فعلت شركة " أمازون " المتخصصة في بيع الكتب عبر الإنترنت.

• توفر كثيراً من نفقات الإعلان والنفاد إلى الأسواق حيث يكفي إعلان واحد ينشر على شبكة الإنترنت لتغطية السوق كله.

• تقوم التجارة الإلكترونية بدور كبير في خفض حجم المخزون سواء من المواد الخام أو المنتج القابل للتوزيع.

• توفر الشفافية في التعاملات التجارية بما تتيحه من سهولة الحصول على معلومات دقيقة وكاملة.

• يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جدا من المستقبلين وفي نفس الوقت، ولا حاجة لإرسالها ثانية، ويعتبر هذا النوع من التفاعل فريد وجديد من نوعه، ولم يسبق أن استخدم من قبل.

على الرغم مما توفره التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة على النحو السابق بيانه فإن هناك من المعوقات ما يقف في طريق التوسع في الأخذ بها بصورة تجعلها البديل الحديث للتجارة التقليدية ، ومن هذه المعوقات ما يرجع إلى طبيعة هذا النوع من التجارة ذاتها ، ومنها ما يرجع إلى الظروف المحيطة بها وذلك على النحو الذي نوجزه فيما يلي :

• غلبة عنصر المخاطرة في التجارة الإلكترونية نتيجة لضعف الثقة في التعامل بهذه الطريقة سواء لجدتها أو لسهولة التلاعب في المعاملات التي تجرى بواسطتها.

• عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد.

• صعوبة التعامل في كثير من الأحيان نتيجة لتعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول المختلفة في هذا الشأن.

• الخشية من اختراق المواقع التجارية من جانب قرصنة الإنترنت Hackers وهو ما يحدث الآن بشكل واسع حتى وصل الأمر مؤخراً إلى اختراق موقع شركة مايكروسوفت ذاتها وما ترتب على ذلك من خسائر مادية ضخمة.

• تأثير التجارب السيئة لعمليات النصب من جانب الشركات أو حتى من جانب بعض المستهلكين على الشبكة .

• القصور في تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية في العديد من التشريعات.

• عدم وجود تشريعات متكاملة تنظم التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من موضوعات.

• التعارض بين تشريعات الدول في هذا الشأن مما يتعارض مع طبيعة هذا النوع من التجارة.

أهم معوقات التجارة الإلكترونية في مصر :

• الأمية في شكلها التقليدي (الجهل بالقراءة والكتابة).

• الأمية المعلوماتية (الجهل بأساليب التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات).

• حاجز اللغة حيث تتم معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الانجليزية.

• الفقر النسبي وعدم الانتشار النسبي في وسائل الاتصالات عن بعد.

• سيطرة قيم المجتمع النقدي الكاش حيث أن التعاملات تتم معظمها بالنقد التقليدية وليس بأدوات التعامل المالي الحديثة.

• الطابع اللامادي غير ملموس للتعامل بما لا يشجع الكثيرين على التعامل مع أناس لا يواجهونهم وجها لوجه وعلى وسائل إلكترونية غير ورقية.



التجارة الإلكترونية

إعداد

دكتور مهندس / هشام نبيه المهدي محمد

استاذ تكنولوجيا المعلومات المساعد

استشاري نظم المعلومات وعلوم الحاسب

بكلية الحاسبات والمعلومات - جامعة القاهرة

رائد الجمعية العلمية بالكلية

<http://www.h-elmahdy.net/>

لقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية في العالم حوالي ٣.٨ تريليون دولار في عام ٢٠٠٣ (وذلك وفقا لتقديرات الأمم المتحدة) ويتضاعف هذا الرقم سنويا. نتناول في هذا العدد من النشرة موضوع التجارة الإلكترونية ، فنعرض للمفاهيم والانماط والبيئة العامة للتجارة الإلكترونية ، ثم نتناول معالم رئيسة بخصوص واقع التجارة الإلكترونية ومزاياها ، وهل يمكن تجاهلها ، وأخيرا نقف امام معوقات التجارة الإلكترونية في مصر .

تطوي التجارة الإلكترونية على عناصر تثير تحديات في سائر الحقول والموضوعات مثل: دورة عمل الأعمال والتجارة ، امن المعلومات ووسائل الدفع الإلكتروني والملكية الفكرية والتعاقد الإلكتروني والحجية والمعايير. ببساطة ف إن التجارة الإلكترونية هي الدرجة الأخيرة من درجات سلم التطور التاريخي لموضوعات تقنية المعلومات - في وقتنا الحاضر طبعاً - وانها وان كانت جزءاً من الاعمال الإلكترونية ، فانها بحق الاطار الذي عاد مجدداً ليؤطر سائر موضوعات تقنية المعلومات ، بل لعلها المعبر عن تحديات فرع قانون الحاسبات.

ماهى التجارة الإلكترونية ؟

يمكن تعريف التجارة بشكل عام بأنها أنشطة تلبى احتياجات المستهلك في المكان والتوقيت المناسب وبالسعر المناسب ، ومن ثم فإن التجارة الإلكترونية E-Commerce هي ذلك النوع من التجارة الذي يتم باستخدام وسيط إلكترونى سواء داخل الحدود السياسية لدولة ما أو خارجها بصرف النظر عن نوعية السلعة محل التجارة أو مدى مشروعيتها أو القانون الذى تخضع له ، والتي تستخدم فيها وسائل الكترونية للتعاقد والسداد. ويمكن تقسيم التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع مراعيًا فى ذلك موقف طرفي المعاملة التجارية :

- النوع الأول: **التوزيع المباشر Business to Consumers** وهى تتم بين المنتج أو الموزع والمستهلك النهائى للبطاعة ويتم السداد فيها من خلال كروت الإئتمان أو الحسابات الرقمية.
- النوع الثانى: **التجارة بين الشركات Business to Business** ويتم التعامل فيها بين شركتين من قطاع الأعمال كما يتم السداد فيها من خلال التحويل المباشر أو الحسابات الرقمية أو البنوك الإلكترونية.
- النوع الثالث: **التجارة المغلقة Intra Business** وهى أيضاً تتم بين شركات غير أنها تتميز بمحدودية أطراف التعامل فلا يسمح بشركة خارج هذا النطاق بالدخول أو الإطلاع على تفاصيل الصفقات.

لقد غيرت الإنترنت وجه عالم التجارة والأعمال ، وقد ساهمت شبكات الإنترنت والإنترنت والإكسترنات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية ، ووفقاً للدراسات الإحصائية والتقارير الرسمية وتقارير الجهات الخاصة ، فإن نمواً كبيراً ومطرّداً قد تحقق في سوق خدمات الإنترنت والاتجاه نحو التجارة الإلكترونية .

في هذه البيئة المفعمة بالنشاط الإبداعي ، القائمة على اعلاء شأن المعلومات وتسييد العقل المبدع على كل قيمه فقد نشأت وبرزت أنشطة الاستثمار في المعلوماتية عموماً. ولم يعد حقلاً صناعة الحوسبة والاتصالات (أجهزة وبرمجيات) هما وحدهما قطاعي التكنولوجيا العالية ، بل أصبحت صناعة المعلومات الاطار الأكثر شمولاً للتعبير عن مكانة التكنولوجيا في تحريك عجلة الاقتصاد ورفد مصادر الدخل القومي.

التجارة الإلكترونية : اتجار بالخدمات لا بالبضائع:

صنفت التجارة الإلكترونية عالمياً ، في اطار مسعى منظمة التجارة العالمية (WTO) الى ايضاح طبيعتها وإطارها القانوني ، ضمن مفهوم الخدمات ، وقد تقرر ذلك في التقرير الصادر عن مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات بتاريخ ١٧/٣/١٩٩٩ ، والمقدم الى المجلس العام لمنظمة التجارة الدولية (WTO) حيث ذهب هذا التقرير الى ان " تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (جاتس GATS) باعتبار ان الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها ، ولان العوامل المؤثرة على التزويد الإلكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات.

ومن هنا تخضع عمليات تزويد الخدمة بالطرق التقنية إلى كافة نصوص اتفاقية التجارة العامة في الخدمات (الجاتس) سواء في ميدان المتطلبات او الالتزامات ، بما فيها الالتزام بالشفافية ، التنظيم الداخلي ، المنافسة ، الدفع والتحويلات النقدية ، دخول الأسواق ، المعاملة الوطنية ، والالتزامات الإضافية (هذا مع مراعاة " ان هناك حاجة لتحديد الموقف من عملية تسليم البضائع المنتجة بطرق تقنية وهناك حاجة لتصنيف البضائع وذلك لتحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة تخضع للاتفاقية العامة للتجارة في البضائع - السلع (جات GAAT) أم اتفاقية التجارة في الخدمات (جاتس GATS).

الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية :

يشيع لدى الكثيرون استخدام اصطلاح التجارة الإلكترونية E-COMMARCE مرادفاً لاصطلاح الأعمال الإلكترونية E-BUSINESS غير ان هذا خطأ شائعاً لا يراعي الفرق بينهما ، فالأعمال الإلكترونية اوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الإلكترونية . فقوم الاعمال الإلكترونية على فكرة اتمتة الاداء Performance Automation في العلاقة بين اطارين من العمل ، وتمتد لسائر الأنشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدمائية ، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع او المورد بالزبون ، اذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها ، كما تمتد الى انماط اداء العمل وتقييمه والرقابة عليه ، وضمن مفهوم الاعمال الإلكترونية ، يوجد المصنع الإلكتروني المؤتمت ، والبنك الإلكتروني ، وشركة التأمين الإلكترونية ، والخدمات الحكومية المؤتمتة والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم اكثر شمولاً هو الحكومة الإلكترونية . وأية منشأة قد تقيم شبكة (انترانت محلية مثلاً) لادارة اعمالها واداء موظفيها والربط بينهم. في حين ان التجارة الإلكترونية نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بأليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

المراجع:منها: <http://www.tashreaat.com/>
<http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/index.htm>
 الشكر واجب للأستاذ الدكتور/ محمد يوسف نائب رئيس الجامعة لدعمه للجمعية العلمية بالكلية وكل الزملاء المراجعين ، ولمركز التعليم المفتوح بالجامعة لطباعته هذه النشرة

البيئة العامة للتجارة الإلكترونية :

ثمة حقيقة منطقية ، لا تجارة الكترونية بدون وسائل إلكترونية ، وقلعاً ، فإن المعبر عن وسائل التكنولوجيا المدمجة هو نظام الكمبيوتر ، بمعناه الواسع الذي يتيح الربط بينه وبين غيره من الانظمة لضمان تبادل المعلومات وانتقالها وتحقيق عمليات الدخول الى النظام ومنه الى الانظمة الاخرى . **فالتجارة الإلكترونية إنما هي كمبيوتر وشبكة وحلول وموقع ومحتوى:**

- **كمبيوتر** يتيح ادخال بيانات ومعالجتها وتصميم عرضها واسترجاعها
 - **شبكة** تتيح تناقل المعلومات باتجاهين ، من النظام واليه
 - **حلول** تتيح انفاذ المنشأة لالتزاماتها وانفاذ الزبون لالتزاماته (حلول او برمجيات التجارة الإلكترونية)
 - **موقع** على الشبكة لعرض المنتجات او الخدمات وما يتصل بها اضافة الى أنشطة الاعلام وأليات التسويق
 - **محتوى** هو في ذاته مفردات الموقع من المنتجات والخدمات وما يتصل بها لكن ضمن اطار العرض المحفز للقبول والكاشف عن قدرات الموقع التقنية (وتحديداً حلول التجارة الإلكترونية) والتسويقية
- وضمن هذا المفهوم العام لاحتياجات التجارة الإلكترونية ، تتطوي كافة وسائل ممارسة انشطتها من اجهزة وبرمجيات وحلول وشبكات اتصال ووسائل اتصال وتبادل للبيانات واشتراكات على الشبكة وحلول بشأن امن المعلومات وتنفيذ عمليات الوفاء بالثمن وتقديم الخدمات على الخط. ولان الانترنت ، هي شبكة الشبكات ، فقد ارتبط نماء التجارة الإلكترونية ، بل وجودها في وقتنا هذا بشبكة الانترنت.

هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية ؟

امام واقع ومفرزات عصر التقنية العالية ، ونماء استخدام وسائل التقنية ، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطاً لتنفيذ الأعمال ومرتكزاً ومحددًا للتطور ، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية ، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ، ودخول الشركات الاجنبية الاسواق العربية كجهات منافسة حقيقية ، ولما توفره التجارة الإلكترونية من تسهيل عمليات التنافس اذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها ، فان تجاهلها - عوضاً عن انه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك ادواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعدو مغالاة في المحافظة على الانماط التقليدية التي يرى الباحثون انها لن تصمد طويلاً.