

# الفصل التاسع

( )

## أولاً: فوائد التجارة الإلكترونية:

### فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات:

التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي. فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملاءمة وبصورة سريعة وسهلة. مثلاً، في عام ١٩٩٧ أعلنت شركة بويغ عن توفير مالي قدره ٢٠٪ من الكلفة الأصلية وذلك بعد الإعلان عن الحاجة لمصنع من أجل صنع نظام جزئي للشركة. وقد كان الإعلان على موقع الشركة على الإنترنت. فاستجابت شركة مجرية لهذا الطلب وقد كان عرض الشركة المجرية أرخص وأفضل وأسرع من بقية الشركات التجارية الإلكترونية تخفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية. مثلاً، فايجاد دائرة مشتريات إلكترونية فإن الشركات تستطيع قطع التكاليف الإدارية للشراء بنسبة ٨٥٪.

القدرة على إنشاء تجارات متخصصة جداً.

١ المصدر <http://www.adma1.com/vb/t13213.html>

التجارة الإلكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد. ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوتقي المناسب **Just-in-Time**

عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقاً لمتطلبات المشتري وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها. وأكبر مثال على ذلك شركة ديل لتصنيع الحواسب الآلية. سيتم دراسة هذا الأمر لاحقاً. التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.

التجارة الإلكترونية تسبب إعادة هندسة العمليات التجارية. ومن خلال هذا التغيير فإن إنتاجية الباعة والموظفين والإداريين تقفز إلى أكثر من ١٠٠٪. التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية - فالإنترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة **Value Added Networks**.

وفوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيراً زيادة المرونة في التعامل.

### **فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:**

التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملاته ٢٤ ساعة في اليوم وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان من على سطح الأرض. التجارة الإلكترونية تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.

في الكثير من الأحيان فإن التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة. ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض. في حين أن الأمر أصعب إذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافياً مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى.

في بعض الحالات وخصوصاً مع المنتجات الرقمية من مثل الكتاب الإلكتروني، فإن التجارة الإلكترونية تمكن المشتري من إرسال البضاعة بسرعة وبسهولة إلى البائع.

في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية. وفي المقابل، قد يستغرق الأمر أياماً وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس.

التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضية.

التجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية على الإنترنت (المنتديات مثلاً). التجارة الإلكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار.

### **فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:**

التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية. ويستطيعون أيضاً الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.

التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

## ثانياً: تحديات التجارة الإلكترونية:

### التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية:

هناك نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات.

ليس هناك حيز حتمي bandwidth كافٍ للاتصالات السلكية واللاسلكية.

أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.

تصعب عملية وصل الإنترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً.

قد يحتاج المزودون إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات.

بعض برمجيات التجارة الإلكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل.

### التحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية:

الكلفة والتسويق: كلفة تطوير التجارة الإلكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد يكون عالياً جداً والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الإلكترونية. هناك عدة فرص لمنح شركات تقنية بالقيام بهذه

المهام ولكن ليس من السهل معرفة أي شركة هي المناسبة. ولتسوية هذا النظام فإن على المدير أن يتعامل مع فوائد غير حسية وهي صعوبة الحساب. الأمن والخصوصية: هذه الأمور مهمة جداً في عالم الشركة للمستهلك خصوصاً في ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة ١٠٠٪. والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الإلكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.

انعدام الثقة ومقاومة المستخدم: بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الإلكتروني.

#### عوامل أخرى:

انعدام لمس المنتجات. فبعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها. الكثير من الأمور القانونية لم يتم حلها بعد في التجارة الإلكترونية خصوصاً الأمور التي تتعلق بالقرصنة. التجارة الإلكترونية مازالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغيير السريع. الكثير من الناس تود أن ترى شيئاً ثابتاً قبل الاستثمار فيه. لا يوجد عدد كاف من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مربحاً.

التجارة الإلكترونية قد تسبب انهياراً في علاقات الناس مع بعضها البعض. الدخول على الإنترنت مازال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

#### هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية ؟؟

أمام واقع ومفردات عصر التقنية العالية، ونماء استخدام وسائل التقنية، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطاً لتنفيذ الأعمال ومرتكزاً ومحدداً للتطور، وفي

ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات، ودخول الشركات الأجنبية الأسواق العربية كجهات منافسة حقيقية، ولما توفره التجارة الإلكترونية من تسهيل عمليات التنافس إذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها، فإن تجاهلها - عوضاً عن أنه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك أدواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعد مغالاة في المحافظة على الأنماط التقليدية التي يرى الباحثون أنها لن تصمد طويلاً، فالأنماط التقليدية للتجارة وإن كانت لا تزال هي القائمة، فإن بنية تنفيذها تحولت شيئاً فشيئاً نحو استخدام الوسائل الإلكترونية، فإذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن، فإنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوماً بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي، مما يجعل تجاهل التجارة الإلكترونية في هذا المثال، امتناعاً عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلاً هذه المؤسسات. ونفس القول يرد على كافة القطاعات، أليس نشاط الشحن البحري مثلاً ينفذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية، هل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لم تتم أتمتته وتحوله إلى الأنماط التقنية.

أن العالم الذي يتجه إلى إحلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الإنساني، وبشكل رئيس، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة، سيضع التجارة الإلكترونية موضعاً على رأس موضوعات أجندة التطور والتنمية، لهذا كله، يعد تجاهل التجارة الإلكترونية أمراً غير متناسب مع رغبتنا في التعامل مع الإفرازات الإيجابية لعصر تقنية المعلومات وامتلاك وسائل مواجهة الآثار السلبية وإفرازات عصر العولمة.