

# مجلة الإمارات

العدد ٧٥٩٦ الاطراف ٦ مارس ٢٠٠٠م

# التجارة الالكترونية: خصائصها وتأثيراتها

التجارة الإلكترونية مثل الهدف المتحرك؛ هذا الهدف ليس من السهل اصابعته. كذلك فإن تعريف التجارة الإلكترونية يتغير باستمرار وفقاً للتطورات المتلاحقة التي تطرأ على التجارة الإلكترونية. يستطيع الآن استيعاب معظم التعريفات بالقول أن المحصلة النهائية للتجارة الإلكترونية هي القدرة على شراء أي شيء من أي مكان في أي وقت.

إن عدداً كبيراً من المنظمات السوقية وجوانب تسويق وإدارة الأعمال تتعرض الآن لتحولات كبيرة بتأثير التكنولوجيا التجارة الإلكترونية في أوسع معانيها هي استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية لإجراء المعاملات التجارية، سواء كان ذلك بين أقسام الشركة نفسها أو بين الشركات أو بين الشركات والمستهلكين. لاحظ أن التقنيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية تستخدم أيضاً لأغراض غير تجارية في الظاهر مثل الترفيه والاتصالات وتقديم الجيانات الضريبية وضبط الأمور المالية الشخصية والأبحاث والتعليم. معنى ذلك أنه سيكون من الصعب الفصل بين قضايا التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا غير التجارية للبيئة التقنية التكنولوجية (الإنترنت) نفسها. نستطيع أن نعطي عدة تعريفات مختلفة للتجارة الإلكترونية، فهناك من يعرف التجارة الإلكترونية على أنها:

الامكانية المتاحة للشركات لتبادل المعلومات والخدمات إلكترونياً عندما يكون هذا المعلومات والخدمات مهمة لأعمالها. ليس من الضروري أن تكون النقود جزءاً من هذا النطاق. فالتجارة الإلكترونية تعني أساساً خلق سوق مفتوح.

فإنك تعريف آخر للتجارة الإلكترونية يختلف إلى حد عن هذا التعريف. في هذا التعريف يمكن القول أن:

التجارة الإلكترونية تتضمن وجود سوق عالمي إلكتروني يتمكن من خلاله جميع المصطلح في العلاقات الإنتاجية بالمعامل الأني الفوري مع بعضهم البعض. بعض مصطلحات الشركة والتباعد. بهذا المعنى فإن التجارة الإلكترونية تطلق بيعة تمكن الزبائن من التحكم بشكل أكثر فعالية في عملية الشراء وكذلك في الحصول على معلومات خاصة وحسب الطلب. فالتجارة الإلكترونية تشكل أرضية للإدارة المتكاملة للعلاقات، وليس مجرد القيام بحركة واحدة من التعامل التجاري.

إن التوسع في مفهوم التجارة الإلكترونية هو الذي يعطيها الطاقه الهائلة التي تتمتع بها. عندما ننظر إلى التجارة الإلكترونية نغمره ضيقة فإننا

نرى أننا نتناول الجوانب التالية:  
• عمليات بيع وتسيير مأمونة.  
• البيع في الفضاء الإلكتروني.  
• تسائل وحركة البيانات الإلكترونية (EDI).  
• القدرة على إنجاز المعاملات المصرفة من المنزل.

• التكنولوجيات الإلكترونية.  
رغم أن كل ما تقدم يعتبر بدون شك جزءاً من التجارة الإلكترونية، إلا أن التجارة الإلكترونية، من الناحية الفعلية والنظرية، هي أكبر من ذلك بكثير. الواقع أن التعريف الواسع للتجارة الإلكترونية يرى أنها تتضمن الجوانب التالية:

- تبادل المعلومات والخدمات.
- خلق سوق عالمي مفتوح.
- التعامل المتبادل الفوري بين الأطراف ذات العلاقة.
- تعزيز دور الزبائن.
- أرضية للإدارة المتكاملة للعلاقات المتبادلة.

## ماهية تأثيرات التجارة الإلكترونية؟

١. عامل الزمن: من العناصر التي ستتناول على الفور يهدم التطورات تقول أن التجارة الإلكترونية تتغير من طبيعة الأهمية النسبية للزمن. إن الكثير من الجوانب التي تحدد الصورة الانضمامية للجمع ما تعتمد اعتماداً كبيراً على الزمن. فالإنتاج مثلاً يتم، بالمعملة، لأن ذلك هو أسرع وسيلة للإنتاج ونقل المنتجات. كذلك فإن المناطق الاجتماعية تتحدد جغرافياً، أي تتحدد بمناطق الغرب والبعيد عن مركز معين، لأن الزمن عامل مهم في تحديد المسافات. الإنسان يفضل مثلاً أن يكون مكان عمله قريباً من بيته، من قلة التجارة الإلكترونية لظلم الأهمية التنموية للزمن لأنها تعمل على تعجيل الدورات الإنتاجية، الأمر الذي يتيح للشركات أن تنسق أعمالها بالمعامل الوقتي فيما بينها، كما تتمتع للزبائن لفرزهم بتطلعاتهم التجارية على مدار الساعة. الإنترنت لا تطلق أيديها بعد، فمسألة مساءه ولا تعطل أعمالها يوم الجمعة. إن منتصف النهار في القاهرة يكون فجرًا في نيويورك وأخر الليل في استراليا. إن تغير دور الزمن في حركة الاقتصاد سيعمل على تغير بنيتها وهيكل الأعمال نفسها، وكذلك النشاطات الاجتماعية المرتبطة بها، ويكاد يكون من المؤكد أن الآثار الساتجة عن ذلك ستكون كبيرة للغاية.



طلال أبو غزالة \*

٢. سعة الانتشار وعمق التأثير: بعض الآثار الإيجابية للتجارة الإلكترونية ليست جديدة تماماً. الحديد في الأمر هو ازدياد وتيرة التغيرات وانتشارها بشكل أوسع وأعمق بفضل التجارة الإلكترونية. السبب في ذلك هو أن التجارة الإلكترونية، إذا توخينا الدقة لنست شيئاً محدداً بعد ذاتها بقدر ما هي طريقة لتسيير الأعمال. التجارة الإلكترونية تخلق روابط وصلات بأعداد كبيرة تستطيع رؤيتها في كافة المجالات، الأمر الذي يؤدي مباشرة إلى خلق روح من الانفتاح والشفافية من ناحية أخرى سيقل الزمن اللازم لإنجاز المهمات وأداء الأعمال، وكذلك ستغير طبيعة

السوق نفسها. بهذا المعنى تجعل التجارة الإلكترونية كوسيط سهل بشكل هائل الانتقال عيز من أجل التطورات: ستأثر الأنظمة والقوانين في القلان تناعاً، كما سيؤثر عدد الفتلات التي تربط الشركات ببعضها البعض، فضلاً عن عولة النشاط الاقتصادي وإزديادها، الطلب على الكفاءات المتخصصة. ستأثر بعض القطاعات بشكل مباشر: ستزداد وتيرة المعاملات المصرفية الإلكترونية بين الأفران والمؤسسات المالية على اختلاف أشكالها، وستزداد نسبة التخزينات المباشرة في عالم السجاعة، كما ستقل العمليات التجارية بين الزبائن والشركات.

٣. تحول طبيعة السوق: ستتأثر طرق ووسائل تسيير الأعمال من الأمثلة على ذلك نذكر تغير دور الوسطاء وظهور فئات جديدة من الوسطاء الذين يتعاملون في محيط إلكتروني. كذلك سيظهر في السوق منتجات وخدمات جديدة، وسيظهر في حيز الوجود أسواق لم تكن موجودة قبلاً. كما ستغير طبيعة العلاقات بين الأفراد والشركات (أذا أصبح هذه العلاقات لوقت يكبر مما كان عليه الحال في السابق). سيظهر فئات جديدة لاستثمار المعرفة، وستغير أشكال التعامل والتفاعل بين العاملين في الشركات، وسيظهر أشكال جديدة من التعامل. ستكون هناك حاجة متزايدة إلى المرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات والمستجدات. وسيغير دور الوظائف والأعمال نفسها، فالمسمى الوظيفي والوصف الوظيفي، بمعنى آخر سيطرأ تغير على جميع الأشكال التقليدية للمعاملات التجارية والاقتصادية التي كانت قائمة على الطبيعة التقليدية للاقتصاد في مرحلة ما قبل التجارة الإلكترونية. في

نهاية الأمر، سيظهر هناك علم جديد للاقتصاد قائم في معظمه على صناعة المعرفة وتغير دور الاتصالات.

٤. الانفتاح والشفافية: الطبيعة الفسة للتجارة الإلكترونية تجعل لزاماً الاعتماد على فلسفة قائمة على الانفتاح والشفافية. إن السبب الرئيسي لانتشار التجارة الإلكترونية هو الانتشار الهائل للإنترنت، التي تعتمد بدورها على وسائل إجرائية ليست لها حقوق ملكية. بإمكان أي شخص أن يتحول عبر الإنترنت. ليس من الضروري أن يشتري، المرة حق استخدام برنامج معين للتحول عبر الإنترنت. الشركات التي تتيح لك التحول عبر الإنترنت تخاطر عن حلقها في فرض رسوم معينة على الأشخاص الذين يستخدمون هذه البرامج للتحول عبر الإنترنت. تفضل ذلك أصبحت الإنترنت من الصناعات الهائلة في نهاية هذا القرن. إن تصحيح جزءاً من شبكة عالمية يعطيك القوة، وفي الوقت نفسه يضمن لك أن تظل المواصفات والمقاييس متاحة للجميع. إن يأتي أي شخص معين ليشترك الإنترنت من خلال نظام مغلق خاص به. الإنترنت قائمة أساسياً على المبادئ المفتوحة التي تشجع التطورات التكنولوجية. بمعنى آخر فإن الانفتاح في الإنترنت أصبح بحد ذاته استراتيجياً. نجد أن الكثير من الشركات والمؤسسات أصبح تمنح الزبائن وتمنح بعضها البعض حرية لا تصنع في الإطلاع على المنتجات وعلى قواعد بياناتها وحتى على كودها موظفيها. النتيجة المباشرة لذلك هي تغير دور المستهلك. فلا اكتسب المستهلك دوراً أقوى من ذي قبل، بل أنه أصبح شريكاً في بعض عمليات الإنتاج والتصميم. إن الاقتصاد القائم على مفهوم الانفتاح سيخضع لتغيرات هائلة من جراء تغيير طبيعة الحركات والتعاملات التجارية ضمن بنيتها الاقتصادية نفسها.

ينتج من كل ما سبق أننا نشهد حقاً تطورات جديدة وهيكل متطورة لتسيير الأعمال وإدارة فئتها بغيره، وستغير دور الحكومات تبعاً لذلك. ذلك أن معظم التشريعات الحالية قائمة أساساً على الصورة التقليدية للاقتصاد. إن مفهوم حماية المستهلك سيتخذ أبعاداً جديدة في ظل التجارة الإلكترونية. كما أن تطبيق الضمانات التجارية سيتغير بشكل غير معروف، وستتخذ الطبيعة أبعاداً جديدة بحيث التطورات التي ستطرأ على طبيعة المؤسسة والأعمال.

\* رئيس الجمع العربي  
لضمان الملكية الفكرية