

التجارة الإلكترونية

E-COMMERCE

م. علي جبير الهيتي
ماجستير ادارة الاعمال



مقدمة في التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية من المفاهيم التي أصبحت سائدة في العصر الحالي والحديث ، ثم بدأت في التوسع حتى أصبحت من أحدث الأساليب وأكثرها تطوراً من حيث إتمام عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت ، الأمر الذي يتطلب فعلاً تواجد جميع الأطراف في عملية البيع والشراء من الباعين والمشتريين ، وكذلك يجب أن تكون الأموال التي يطلبها المشتري متوفرة لدى البائع ، وكذلك توفر المنتج الذي يسعى المشتري للحصول عليه ، والإنترنت هي الوسيلة التي يتم من خلالها إجراء الاتصال كحلقة وصل بين الأطراف.

والتجارة الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات والمعلومات من خلال البيع والشراء عبر الإنترنت بين البائع والمشتري على المستويات الداخلية والخارجية والدولية والعالمية. تتوافق التجارة الإلكترونية مع العديد من التخصصات ، بما في ذلك قانون الأعمال وسلوك المستهلك والتمويل والمحاسبة وعلوم الكمبيوتر والإحصاء وإدارة نظم المعلومات وإدارة الموارد البشرية.

تستند التجارة الإلكترونية إلى العديد من الصفات منها القدرة على التعاقد وإبرام الصفقات بين مزود السلعة والخدمة ومشتريها ، دون الحاجة إلى مقابلة أو لقاء ، بالإضافة إلى أنها لا تجعل البائع والمشتري في حالة التزام بالحدود، بعد تفعيل أحكام وقوانين المنظمات لتسوية وحماية العلامات التجارية ، ولغة المعاملات ، وحماية اللوائح المصرفية والمالية التي يجب اتباعها في العقد.

مفهوم التجارة الإلكترونية

هناك عدة مفاهيم للتجارة الإلكترونية اختلفت باختلاف المفكرين والباحثين ، ومنهم من عرفها بأنها عملية شراء وبيع المنتجات أو الخدمات ، وإجراء عمليات تحويل الأموال ونقل البيانات باستخدام وسيط إلكتروني (الإنترنت) ، وهذه العملية يسمح للأفراد والشركات بممارسة أعمالهم دون أي قيود تتعلق بالوقت أو الحواجز الجغرافية.

تُعرف التجارة الإلكترونية أيضاً باسم التداول الإلكتروني ، وهما مصطلحان يشيران إلى عملية تداول المنتجات والخدمات عبر الإنترنت ، حيث يستخدم كل من البائع والمشتري الإنترنت لتبادل السلع والخدمات عبر الشبكات الاجتماعية ، التي نمت وازدادت شعبيتها بفضل ما شهده العالم من تقدم تكنولوجي.

التجارة الإلكترونية وهي عملية شراء وبيع المنتجات أو الخدمات، والقيام بالتحويلات المالية ونقل البيانات باستخدام الأجهزة الرقمية وبوسيط إلكتروني (الإنترنت)، لتتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو بالحواجز الجغرافية.

في النهاية ، التجارة الإلكترونية هي تبادل تجاري للمنتجات والخدمات والمعلومات نتيجة لتطور الخدمات التكنولوجية وانتشار الإنترنت ، وهي على عكس التجارة التقليدية.

ولهذا خلصنا من خلال التعاريف السابقة والتفاصيل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية إلى أن النجاح الذي استطاعت تحقيقه لم يوقف تأثيرها فقط على البائع أو المشتري أو كليهما بل امتد إلى الاقتصاد العالمي بشكل عام. حيث أظهرت الإحصائيات أن أرباح التجارة الإلكترونية في دولة واحدة تتجاوز الملايين ، الأمر الذي يقضي على العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية ، بما في ذلك البطالة والركود الاقتصادي ، لذلك قام الكثير من التجار بإنشاء متجر والقيام بالدعاية والتسويق لها والبيع عبر الإنترنت.

التطور التاريخي لتجارة الالكترونية

تعد المعاملات والتجارة التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية من اهم السبل التي ينتجها الاشخاص في عصرنا الحديث والسبب ذلك يرجع لما تتيحه هذه الوسيلة من اتمام وانجاز سريع وفعال للمعاملة المطلوبة ابرامها او الحصول عليها كمعاملات تجارية.

تعود بدايات التجارة الإلكترونية إلى سبعينيات القرن العشرين ، عندما استخدمت الشركات الأمريكية شبكات خاصة تربطها بعملائها ، حيث بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية لتحويل الأموال إلكترونياً ، لكن نطاق التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات في نفس الفترة بمفهوم تبادل البيانات الإلكترونية والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى ، وامتدت التقنية من مؤسسة مالية إلى أخرى ومع تحول الانترنت الى ادارة ماليه وربحية في تسعينات القرن العشرين وانتشارها ونموها ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت واتسع تطبيقها.

بانتشار شبكه الانترنت ودخولها الخدمة العامة في النصف الاول من التسعينات ثم ظهور شبكه ويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات تستخدم البريد الالكتروني مع خدمات استعراض وانشاء مواقع ويب لعرض انشطتها ومنتجاتها وسائل الاتصال بها وبينها .

وعلى الرغم من ان محور استخدام شبكه الانترنت اساسه تبادل المعلومات وايجاد مساحات للمناقشة العلمية، الا ان واقع استخدام تلك الشبكة اخذ في السنوات العشرين الأخيرة يسجل تقدما ملحوظا في النشاط التجاري في العالم على حساب الاساس (اي تبادل المعلومات والمناقشة العلمية). وذلك بعد ان اصبحت التجارة على الشبكة العنكبوتية واقعا لا مفر منه. والملاحظ ان عند الشركات التي تعرض على الشبكة المعلوماتية اخذ في تزايد بشكل كبير وبخاصه من خلال مواقع الويب(www) بحيث ظهر الويب كأداة فاعله عالميا في تسويق

المنتجات والخدمات على انواعها (سواء عرضا او ترويجا او بيعا) وتحولت بالتالي شبكه الانترنت الى واجهه عرض عالمية للتجارة.

ازداد في الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية ، حيث ساهمت هذه التقنية في تحول المؤسسات المالية إلى مصانع وتجار، ثم ظهرت تطبيقات الاتصالات لبيع وشراء الأسهم مع بداية ظهور الإنترنت في التسعينيات من القرن الماضي ، ومنذ عام 1995 رأينا العديد من التطبيقات الإبداعية المتمثلة في الإعلانات والمزادات عبر الإنترنت، لدرجة أن كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشأت موقعًا إلكترونيًا لها ، على سبيل المثال في عام 1999 أنشأت جنرال موتورز أكثر من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها على الإنترنت وتحتوي على 98000 رابط لمنتجات الشركات وخدماتها ووكلائها.

أصبحت الشبكة العالمية الواسعة حقًا بوابة للتجارة الإلكترونية من خلال تسهيل جميع العمليات التجارية ، مثل اختيار السلع أو الخدمات من القائمة الإلكترونية ، وإرسال الطلبات وأوامر الشراء ، وتتبع التسليم ، وإرسال واستلام الفواتير ، والمدفوعات ، وفواتير الشحن وقبل الشحن ، وأن ما يجذب الشركات التجارية هو زيارة بعضها البعض عندما تكون مواقع الشركات على شبكة الويب العالمية والقدرة الإلكترونية على وضع المستندات التجارية والنماذج الإلكترونية على الشبكة مباشرة ولديها القدرة على إنشاء ملفات إلكترونية مؤقتة و قدرة الشريك التجاري على إنشاء القوائم بشكل واضح.

التجارة الإلكترونية هي أيضًا في أذهان كثير من الناس في الوقت الحاضر بطريقة أو بأخرى، فهي تعلن عن نفسها في حياتنا اليومية ، لأنها في زيادة ملحوظة بسبب زيادة عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم ، وخاصة على مستوى العالم العربي اضافة الى الارباح الهائلة التي يجنيها، وتمثل ظهور أمازون في استخدام التجارة الإلكترونية لإدارة مشاريعهم اذ تعتبر أمازون من الشركات الأولى والرائدة التي حققت نجاحًا كبيرًا من خلال التجارة الإلكترونية.

ويعود سبب نجاح امزون إلى الطريقة التي تتعامل بها مع عملائها وتهتم بمتطلباتهم ، مما أدى إلى بناء سمعة واسعة لها ، بالإضافة إلى تركيزها على تنبؤات السوق في المستقبل. حيث انطلقت الشركة عام 1994 على يد "جيف" حيث نجد أن التجارة الإلكترونية تشهد طفرة ملحوظة في وارداتها.

وبحلول نهاية عام 2003 بلغ حجم التجارة الإلكترونية 3.8 تريليون دولار مقارنة بنهاية عام 2004 الذي بلغ حجم 6.8 تريليون دولار. تحتل الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى في حجم التجارة الإلكترونية بنسبة 80 % ، تليها أوروبا الغربية بنسبة 15 % ، وبقية العالم بنسبة 5 % . أما بالنسبة للعالم العربي احتلت الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية المرتبة الأولى في التجارة الإلكترونية ، حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي 24.9 مليار دولار.

مزايا التجارة الإلكترونية

- التجارة الإلكترونية لها مزايا وفوائد عديدة لا يمكن الاستغناء عنها بمجرد تجربتها ، ومن أبرز هذه المزايا هي
1. السهولة التي يتم بها عرض منتج البائع مع توضيح لتفاصيل المنتج وسعره.
 2. كما يساهم في توفير المصاريف والتكاليف التي تتكبدها المحلات من رسوم التأسيس والإيجار والتوظيف وكذلك الدعاية والتسويق.
 3. تمكن التجارة الإلكترونية من زيادة أرباح عمليات البيع والشراء ، مع الحصول من خلالها على الربح المناسب والقدرة على الإعلان عن الأعمال التسويقية بأقل التكاليف.
 4. إتاحة الفرصة للبحث عن المنتج بأكثر من موقع ومصدر والمفاضلة بين الأسعار إلى أن يتم الاستقرار على أفضل العروض وأكثرها تناسباً للسعر.
 5. المقدرة على التعاقد وإبرام الصفقات ما بين عارض المنج وطالبيها مع الحفاظ على المسافة ما بين كلاً منها إذ أنها تتم وكلاً منها بموقعه دون الحاجة إلى إجراء مقابلة أو اجتماع.
 6. سرعة إنجاز المعاملات مما يتيح بيع وشراء السلع والخدمات على الفور دون تأخير أو توقف لتقديم نسخ ورقية من المستندات ، مما ينتج عنه انخفاض في التكاليف المطلوبة دون وجود وسيط ثالث ، حيث أن الوسيط في هذه الحالة هو الإنترنت.
 7. تعمل على زيادة المرونة وتجعل عملية التسوق سهلة بالنسبة للعملاء.
 8. تساعد التجارة الإلكترونية المؤسسات في تحديد الموردين والشركاء وجميع العملاء الجدد.

عيوب التجارة الإلكترونية

فكما تحتوي التجارة الإلكترونية على الكثير من المميزات لكنها أيضاً لا تخلو من العيوب وإليك في السطور الآتية بعضاً من عيوب التجارة الإلكترونية:

1. يفقد المشتري متعة الشراء التي يجدها في عملية التسوق فهناك بعض الأشخاص الذي تكون عملية الشراء بالنسبة لهم تنزه وترفيه، فتعمل عملية الشراء على كسر حاجز الملل للكثير من الأشخاص.
2. في بعض الأحيان يتورط الأشخاص في شراء منتجات وعند استخدامها يتضح بانها لا تلبى احتياجاتهم.
3. بسبب جلوس الزبائن على الكمبيوتر لفترات طويلة ، ينجذب الشخص إلى شراء الكثير من المنتجات ، وهذا يؤدي به إلى إهدار المال.
4. في بعض الأحيان يوجد ما يسمى بالاحتيايل الإلكتروني في بطاقات الائتمان لذلك يجب الحرص في حين التعامل معهم.
5. يوجد الكثير من المنتجات التي يحظر بيعها في المتاجر الإلكترونية ومن هذه المنتجات الخمور والأسلحة والأدوية ومستلزمات التجميل والمجوهرات.
6. انعدام الثقة وهو ما يحدث نتيجة ظهور أخبار حول انتهاكات البيانات مما يجعل المشتري في حالة خوف من عرض بياناته الشخصية من اسم وعنوان لدى البائع حيث صرح عدد من المستهلكين قلقهم من التسوق عبر الإنترنت لما يتم من انتهاكات.

أنواع التجارة الإلكترونية

- 1- **الشراكات الى الشركات:** يتضمن نموذج التجارة الإلكترونية بين الشركات إجراء العمليات بين اثنين أو أكثر من الأعمال التجارية/ الشركات. تشمل قنوات هذه التجارة عموماً تجار الجملة التقليديين والمنتجين الذين يتعاملون مع تجار التجزئة.
- 2- **الشركات الى المستهلك:** يمثل هذا النموذج بيع السلع و / أو الخدمات للمستهلك النهائي من خلال الوسائل الرقمية. تتضمن بعض الشركات العاملة في هذه القناة شركات مشهورة مثل Amazon و Flipkart.
- 3- **المستهلك الى المستهلك:** يتم الاستفادة من نموذج العمل هذا من قبل المستهلك لبيع السلع و / أو الخدمات المستعملة إلى مستهلكين آخرين من خلال الوسيط الرقمي. تتم متابعة المعاملات هنا من خلال منصة مقدمة من طرف ثالث، ومن أمثالها OLX و Letgo وما إلى ذلك.
- 4- **المستهلك الى الشركات:** يوفر هذا النوع للمستهلكين النهائيين فرصة لبيع منتجاتهم / خدماتهم للشركات، والتي تتضمن طبيعتها عادةً تصميم الشعار وبيع الصور الفوتوغرافية / الوسائط / عناصر التصميم بدون حقوق ملكية، وهكذا.

5- الشركات الى الحكومة: يتيح هذا النموذج التعامل عبر الإنترنت بين الشركات و الحكومة من خلال تمكين تبادل المعلومات من خلال المواقع الإلكترونية المركزية ويوفر للشركات منصة للمزايدة على الفرص الحكومية مثل المزادات والمناقصات وتقديم الطلبات وما إلى ذلك.