

**هيكل ومعايير التجارة الإلكترونية:
من البنية التحتية التكنولوجية إلى الأسواق العالمية
الإلكترونية^(*)**

أ.د. محمد محمد الهادي ، د. صفاء سيد محمود

المستخلص

لاتزال التبادلات التجارية عبر الإنترنت فى خطواتها الأولى رغم الإنجازات الاقتصادية التى حققتها بعض الشركات العالمية للمعلومات. ويعود بداية نشاط التجارة الإلكترونية إلى الستينات، وكانت تعرف باسم التبادل الإلكتروني للبيانات EDI Electronic Data Interchange، وقد اقتصر آنذاك على تبادل بيانات البيع والشراء فى بعض المؤسسات الكبيرة (مثل جنرال موتورز) عبر شبكات خاصة من نوع الشبكات الواسعة Value Added Networks. فالتجارة الإلكترونية هى استخدام تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا معالجة البيانات لتحسين جودة العمليات المختلفة وللاتصال بالعملاء والموردين من خلال شبكة الإنترنت.

(*) الأصل مكتوب باللغة الإنجليزية

وتركز هذه الورقة على تقديم هيكل وإطار هرمى للتجارة الإلكترونية معتمدا على البنية التحتية التكنولوجية للشبكات حتى يمكن الاعتماد عليه في ظل السوق العالمى. ويتكون هذا الإطار الهرمى للتجارة الإلكترونية من ثلاث مستويات رئيسية هي: البنية التحتية، الخدمات، والمنتجات. وتتضمن تلك المستويات سبعة وظائف رئيسية منبثقة من البنية التحتية للشبكات الواسعة.

وتركز هذه الورقة أيضاً على مجموعة من المؤثرات والقيود على تلك المستويات ومنها: بناء البنية التحتية التى تستوعب العديد من البائعين والمشتريين فى شبكة الإنترنت ومعالجة المشاكل الحالية الخاصة بتوسيع نطاق الشبكة Bandwidth. وكذلك طريقة الدفع الإلكتروني الأمن أثناء عملية الشراء، وضرورة وضع استراتيجية لدى البنوك والشركات لاستيعاب هذا النوع الجديد من الدفع، بناء استراتيجية للسوق تعتمد على المستهلك وكذلك الاهتمام ببناء الإنترنت المختلفة داخل الشركات، وضع استراتيجية للحفاظ على السرية أثناء التبادلات التجارية عبر الإنترنت، خاصة أن استراتيجية الحفاظ على السرية هي نفسها الخاصة باستراتيجية الحفاظ على الشبكات.

وتعتمد التجارة الإلكترونية فى هذه الورقة على تحديد استراتيجية تركز على قوى السوق الحر، ولتحقيق فعالية هذه الاستراتيجية فلا بد من وضع القوانين واللوائح التى تنظم السوق من ضرائب وغيرها، واستعداد الهيئات والبنوك التجارية، وإعادة النظر فى الهيكل الحالى للوسطاء والأدوار الحالية التى يلعبونها. وبذلك يمكن للتجارة الإلكترونية الاستغلال الأمثل للشبكات الداخلية لدى المنشآت وشبكة الإنترنت، وذلك عن طريق فتح الأسواق العالمية، إتاحة المعلومات على مدار ٢٤ ساعة، توفير الأجور، تحسين جودة الخدمة، وتحسين صورة المنشأة لدى العميل.