

الإدارة الإلكترونية

ويتضمن هذا الفصل كل من:

المبحث الأول : الإدارة الإلكترونية

المبحث الثاني : الأعمال الإلكترونية

المبحث الثالث : التجارة الإلكترونية

المبحث الرابع : الضوابط الأخلاقية لكل من الأعمال والتجارة الإلكترونية

المبحث الخامس : الحكومة الإلكترونية

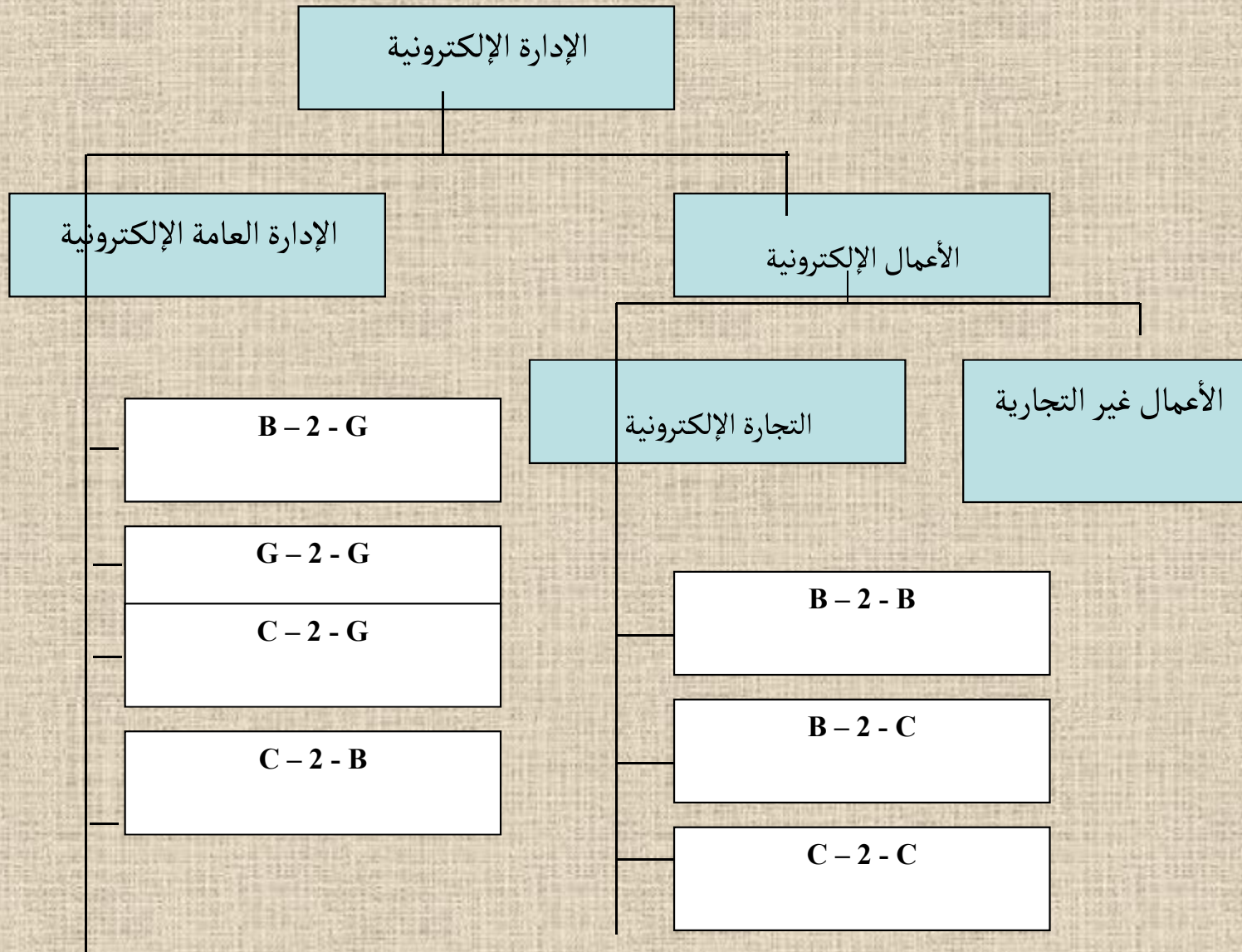
المبحث الأول : الإدارة الالكترونية :

- يبرز على الساحة الإدارية في السنوات الأخيرة مفهوم إداري جديد هو (الإدارة الالكترونية) كتطور طبيعي يتوافق مع تقنيات الاتصال والثورة في مجال الاتصالات والمعلومات ، ومن المهم بالنسبة لنا قبل تطبيق أى مفهوم أو نظام جديد سواءً في مجال الإدارة أو غيرها أن نبحث في مدى ملاءمته للمجتمع من عدمه حتى يمكن تحقيق النجاح المطلوب ، ويمكن التأكيد على الفوائد الكبيرة لتطبيق الإدارة الالكترونية من عدة جوانب :
- ١- يشكل الشباب نسبة لا تقل عن ٥٠% وهذا ما يجعل التطبيق أسهل وأسرع من حيث نقبل العنصر البشري واستيعابه وتفاعله .
 - ٢- توسيع الاستفادة من القوى العاملة المدربة والمتعلقة سواءً داخل البلد أو خارجها والمتوفرة على ساحة العمل المحلية .
 - ٣- نظراً لكبر مساحة الدولة وتباعد مناطقها جغرافياً فإن الإدارة الالكترونية سوف تتغلب على هذه العقبة الكبيرة وتسهل الربط بين المناطق وتيسر وصول المعلومات وتختصر الإجراءات وتخفف الأعباء المادية والمعنوية إضافة إلى سرعة وصول التعليمات والقرارات .
 - ٤- يمكن لهذا النمط من (الإدارة الالكترونية) الوصول إلى تحقيق التوازن بين التكلفة من ناحية والجودة من ناحية أخرى ، وصولاً إلى الهدف المنشود إدارياً وهو الحد من التكاليف المادية العالية ، وفي نفس الوقت الوصول إلى تحقيق جودة عالية في أداء العمل وفي إنتاجيته .

من هنا فإن الإدارة الإلكترونية (e-management) هي إدارة وتوجيه وتنفيذ الأعمال الإلكترونية .

وهكذا نرى أن الإدارة الإلكترونية باعتبارها منظومة متكاملة وبنية وظيفية وتقنية مفتوحة هي إطار يشمل كل من الأعمال الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية للأعمال ، والحكومة الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية لأعمال الحكومة الموجهة للمواطنين أو الموجهة للأعمال ، أو الموجهة لمؤسسات ودوائر الحكومة المختلفة .

والشكل التالي يوضح تقسيم الإدارة الإلكترونية والأنماط المنبثقة منها.



B : business - C : consumer - G” government

مكونات الإدارة الإلكترونية :

تعتمد الإدارة الإلكترونية على مجموعة من المكونات الداخلية والخارجية وتتمثل فيما يلي :

١- العملاء وهم الجمهور المستهدف أو المستفيدون من الخدمات التي تقدمها المنشأة .

٢- الموظفون وهم الأفراد الذين ينفذون آليات العمل داخل المنشأة حسب التخصصات المختلفة ،

وطبيعة عمل كل موظف من خلال التعريف الشامل للوظيفة ومهامها .

٣- السياسات والإجراءات . فهناك سياسات عامة وخاصة للعمل تسعى المنشأة إلى تحقيقها من خلال

جملة من الإجراءات الإدارية المرتبطة بالأنظمة والقوانين المتبعة في تلك المنشأة ، ويمكن لتلك

الإجراءات المساهمة بشكل فاعل في تحقيق السياسات المرسومة حسب مرونتها وتطويرها وقابليتها

لذلك .

٤- الجودة والأداء حيث تحقق الإدارة الإلكترونية أعلى المقاييس المطلوبة من حيث الجودة في المنتج ،

وأفضل النتائج المأمولة من خلال الأداء السريع والتميز للأفراد والأجهزة المستخدمة .

٥- تطبيقات المؤسسة وهي تلك الأشكال التي تقدمها المؤسسة في إدارتها المختلفة من خلال برامج يتم تبنيتها وتدريب العاملين عليها لتنفيذ تلك التطبيقات المختلفة .

٦- إتاحة التقنية وهذا هدف تسعى الإدارة الالكترونية إلى الاستفادة منه وتوفيره للمستفيدين .

٧- أحسن الممارسات والتجارب ، حيث توفر الإدارة الالكترونية إمكانية الاستفادة من الممارسات التطبيقية والتقنية والتجارب العديدة والناجحة داخل المؤسسة وخارجها .

أهداف الإدارة الإلكترونية :

تقوم الإدارة الإلكترونية على تبني مجموعة من الأساسيات التي تعتمد على الموظف والعميل والإنتاجية في العمل ، ومن خلال هذه العناصر الثلاثة تتضافر الأساسيات للوصول إلى الأهداف التالية :

- ١- الوصول إلى أعلى المستويات الممكنة من الرضا الوظيفي وخدمات العملاء .
- ٢- تشجيع مبدأ التعاون والشراكة بين الأفراد دخل المؤسسة والمستفيدين من خدماتها ، وكذلك المؤسسات الأخرى .
- ٣- توفير الخدمة الذاتية من خلال وسائط التقنية المتاحة .
- ٤- تحسين إنتاجية الموظف من خلال البرامج السريعة والمتقدمة والحد من العقبات والآليات الروتينية .
- ٥- التركيز بشكل مباشر على النتائج المرجوة من خلال الإنتاجية الفعلية للعمل .
- ٦- تحقيق المرونة من قبل الموظفين في تسهيل الأعمال للعملاء ، باستخدام التقنية لتحقيق مبدأ الإدارة الإلكترونية .

متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية :

الإدارة الإلكترونية شأنها شأن أى مشروع يمكن إقامته أو هدف حتى يمكن الوصول إليه لابد من توفير تهيئة وتحقيق العديد من المتطلبات ، ويمكن الإشارة إلى أهمها بالتالي :

١- تبني القيادة :

يشكل ذلك عنصر النجاح الأول حيث تبني القيادة على مستوى الدولة أو على مستوى المنشأة يجعل التطبيق أسهل وأسرع ، وقادراً على تجاوز العقبات وتذليل المصاعب التي تعترض تطبيق الإدارة الإلكترونية .

٢- دعم البرامج :

ويأتي الدعم المادي والمعنوي من خلال استخدام ما هو قائم منها ، وتشجيع وتوفير ما ليس موجوداً ، ودعم مجال البحث والتطوير للبرامج المستقبلية .

٣- إمكانية الملكية :

هناك برامج عديدة يمكن الاستفادة منها عن بعد أو من خلال الاستعارة أو الاشتراك ، ولكن مسألة امتلاك برامج الإدارة الإلكترونية من أفضل السبل لتعميق الاستفادة منها وتوسيعها ، وضمان التحكم في إدارتها وجودتها .

٤- تدريب العاملين :

ويمكن تحقيق هذا المتطلب من خلال أشكال مختلفة منها :

التدريب عن بعد من خلال الشبكة العالمية ، التدريب على رأس العمل – التدريب في المراكز الخاصة سواءً في القطاعين العام أو الخاص ، ضمن آليات وضوابط تساهم في استمرارية العمل إلى حين الانتهاء من تدريب العاملين للوصول إلى الكفاءة المطلوبة ، وبعد ذلك لا بد من تحقيق استمرارية التدريب حسب التطورات المتلاحقة في مجالات الإدارة الالكترونية .

٥- توفير البنية التحتية :

كما إن أى دولة لا يمكنها التطور إلا من خلال أساسيات البنية التحتية المختلفة فى جميع المجالات من مؤسسات ومرافق ووسائل ووسائط النقل والاتصالات والمعلومات والخدمات ، فإن أى مؤسسة بالتالى يجب عليها توفير وتجهيز البنية التحتية اللازمة حتى يمكنها أداء مهام عملها بالسرعة والجودة الممكنة .

٦- تحفيز مستخدمي نظم المعلومات واتخاذهم كقدوة داخل المنشأة وهى ناحية معنوية

تساهم فى تعميم التطبيق والاستخدام.

٧- السعي إلى تعميم أهمية المعلومات بين الموظفين وخلق التنافس بينهم في هذا المجال ، وإن المعلومات هي الوسيلة المثلي لتنفيذ العمل بالجودة والسرعة المطلوبة .

٨- العمل على إيجاد حوافز مادية ومعنوية لمن يستعمل نظم المعلومات ويمكن أن يتمثل ذلك في الترقيات والعلاوات التشجيعية والجوائز التقديرية وخطابات الشكر وربط الحصول على شهادة الموظف المثالي باستخدام هذه النظم .

٩- إظهار النتائج الخاصة بالعمل لما قبل ولما بعد استعمال الإدارة الالكترونية وذلك بشكل سنوي أو نصف سنوي أو ربع سنوي ، لمعرفة مدى النجاح ، والفارق من حيث الكم والكيف في الإنتاجية العامة بالمنشأة والخاصة بالموظف .

١٠- تجهيز بنية تحتية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات ، وهنا يتم التركيز على البنية التحتية في مجالات المعلومات والاتصالات ، نتيجة التطور الهائل في هذه المجالات ، حيث يمكن تجهيز مراكز متقدمة في كل منشأة أو الاشتراك في مراكز البحث المحلية والدولية ، إضافة إلى تجهيز شبكات محلية أو داخلية للمنشأة وشبكات واسعة للاتصالات والمعلومات لتسهيل وتسريع أداء العمل واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب .

١١- تدريب الموظفين على تشغيل الحاسب الآلي وهذه قاعدة وركيزة أولى لا بد من السعي لتحقيقها ، ومن ثم يمكن تطوير آليات التعامل مع تقنيات الحاسب والشبكات .

١٢- توفير الدعم الفني واستمرار التطوير حسب مقتضيات العمل واحتياجاته من خلال إدارة مستقلة داخل المنشأة لضمان استمرارية أداء العمل والتغلب على المشكلات والأخطاء الناجمة عن العنصر البشري ، أو الأجهزة نفسها ، وتفريغ الموظف لأداء عمله المطلوب منه حتى لا تكون المشكلات الفنية عذراً لعدم القيام بالعمل أو تأخيره .

دور قيادة المنشأة :

تضطلع قيادة المنشأة أياً كانت بالعديد من الأدوار الهامة المتعلقة

بالإدارة الالكترونية ، ومن هذه الأدوار :

- ١- العمل على توفير الدعم المالي والمعنوي قبل وأثناء تطبيق الإدارة الالكترونية حتى يمكن تحقيق النجاح المطلوب وفق الأساليب المنشودة .
- ٢- تحديد أولويات المعلومات المستخدمة حسب الأهم فالمهم لتوفير الجهد والوقت ، ولتحقيق السرعة المطلوبة في التنفيذ والاستيعاب الكامل من قبل الإدارات والأقسام والأفراد .
- ٣- تحديد صلاحيات استعمال تلك المعلومات حسب النوعية والأهمية والاحتياج ، حيث إن كل إدارة أو قسم داخل المنشأة يحتاج إلى نوعية من المعلومات ، كما إن هناك جوانب لا يمكن جعلها عامة بل لابد أن توزع الصلاحيات حسب التخصص والارتباط الوظيفي .
- ٤- إيجاد الحوافز في المراحل الأولى للتطبيق من الناحيتين المادية والمعنوية . نظراً لأن المراحل الأولى تتسم بالصعوبة والتردد من قبل العاملين خوفاً من الفشل أو عدم الاستيعاب ، لذلك لا بد من الدعم حتى يمكن تعميم هذا النهج على جميع قطاعات المنشأة .

٥- التأكيد على أن الإدارة الالكترونية هي النهج الأمثل والأفضل ، وأنه لا بد من استيعاب تطبيقاتها وإتقانه والتعامل معه ، وأن لن يمكن العودة إلى الأساليب لقديمة .

٦- ترسيخ مفهوم أن الإدارة الالكترونية هي الأسلوب والنهج الحديث في الإدارة الفعالة ، وليس استخدام التقنية فحسب .

إيجابيات الإدارة الالكترونية :

بعد التجارب الناجحة للإدارة الالكترونية في العديد من دول العالم يمكن التأكيد على إيجابياتها المتعددة في مختلف مجالات العمل وإجراءاته على النحو التالي :

أ- الإجراءات الإدارية :

يمكن رصد العديد من الايجابيات وتتمثل فيما يلي :

- ١- سرعة تعميم القرارات على الإدارات والأقسام داخل المنشأة وفروعها أينما كانت ، مما يحقق أفضل أشكال الاتصال المباشر وغير المباشر .
- ٢- التمكن من إدارة الوقت بفعالية ، ويتمثل ذلك في العديد من الأشكال ، ومنها اختصار الإجراءات ، وإيصال المعاملات والرد عليها ، ومعالجتها بشكل أسرع مما قبل .
- ٣- الاستفادة من خبرات الآخرين بشكل مباشر لتطوير آليات العمل وسرعتها ، والتغلب على العقبات والأخطاء .
- ٤- توفير الراحة اللازمة للموظف في أداء عمله ، بعيداً عن أنماط العمل السابقة الطويلة والمتعبة .

٥- تخزين واسترجاع المعلومات المطلوبة بسرعة كبيرة وجودة عالية توفيراً للوقت والجهد الذي كان يضيع في حالة الرغبة في الاستفادة من أى معلومة قديمة أو مستند معين سواءً من الذاكرة الرئيسية أو من وسائط التخزين الأخرى للمعلومات .

ب- الجودة والمتابعة :

يمكن الإشارة إلى العديد من الايجابيات في هذا المجال ومنها :

- ١- اكتشاف الخطأ ومصدره حتى يمكن معالجته والتغلب عليه بشكل سريع .
- ٢- إمكانية التغذية الإسترجاعية للبرامج والمعلومات المخزنة ، ومتابعة الإجراءات السابقة أو القديمة وتعديلها أو الإضافة إليها ، من خلال أداء الموظفين ، ولا بد للقياديين من القيام بهذا الدور لتطوير أداء العاملين .
- ٣- مقارنة المعلومات والنتائج بشكل مباشر وفي أى وقت ، وهل تم الاستفادة منها بالشكل المطلوب ؟ هل كانت مرضية ومحققة للتوقعات ونسبة الزيادة والنقص ؟
- ٤- توحيد المعايير والإجراءات المستخدمة في تنفيذ العمل ، منعاً للازدواجية من ناحية ، وتحقيق الانسيابية والمرونة من ناحية أخرى .
- ٥- تقليل التكلفة على المدى الطويل لصالح المنشأة .

ج- السرية والسلامة :

يمكن تلمس العديد من الايجابيات فى هذا المجال على النحو التالي :

- ١- توثيق المعلومات لضمان السرية المطلوبة من ناحية ، وتحقيق السلامة لها من التلف مع طول الوقت والتعرض لعوامل الطقس أو الإهمال ونحو ذلك.
- ٢- تقليل مهام السفر والتنقل حيث يمكن أداء العمل ومتابعته من المركز الرئيسي .
- ٣- الانتشار الجغرافي بشكل أكبر من خلال الشبكات المحلية والعالمية . والوصول إلى العميل أو المستفيد من الخدمات فى أى بقعة جغرافية من العالم .
- ٤- الاستغناء عن الخطأ البشري الذى يحدث فى الأنماط العادية .
- ٥- تركيب وتنظيم المعلومات المختلفة بشكل سهل ومرن يجعل الاستفادة منها واضحة وسريعة .

د- التدريب والتعليم :

يمكن الإشارة إلى جملة الإيجابيات التي توفرها

الإدارة الالكترونية في هذا المجال ومنها :

- ١- التعليم عن بعد من خلال الاشتراك في الجامعات والكليات ومراكز البحث ونحوها ، دون الحضور الشخصي لها والانخراط في آلياتها التقليدية .
- ٢- تطوير الذات إدارياً من خلال الاستفادة من البرامج المتعددة والنوافذ المختلفة التي تعزز من قدرات الذات في المجالات الإدارية المختلفة .
- ٣- التدريب المتواصل على المهارات الفنية لتحسين أداء العمل بأفضل الأشكال دون الحاجة إلى التفرغ أو ترك العمل .
- ٤- تبادل الاستشارات والخبرات بشكل سريع ومباشر ، مما يعزز من فرص النجاح والتميز على مستوى الأفراد والمنشآت المختلفة .
- ٥- الحصول على مقدار أكبر من المعلومات المطلوبة في مكان واحد ، لتسهيل أداء العمل ، وتحقيق السرعة المطلوبة في التنفيذ أو اتخاذ القرار .

سلبيات الإدارة الإلكترونية :

لكل نمط أو شكل إداري سلبياته ، والإدارة الإلكترونية مثلها مثل غيرها من آليات الإدارة تعثرها بعض السلبيات ومنها :

- ١- ارتفاع التكلفة المبدئية بسبب الحاجة إلى التوسع والتعميم وتجهيز البنية التحتية في بادئ الأمر .
- ٢- الحاجة إلى تطوير مستمر للآليات والأجهزة والبرامج والأنظمة لمواكبة التقنية المتسارعة .
- ٣- تأثر السرية في المعلومات بشكل عام لإمكانية الاختراق ، ما لم تكن هناك برامج حماية كافية ومطورة باستمرار .
- ٤- تعرض المعلومات للفقْدان لأسباب عديدة منها البشري ومنها الآلي ، ويمكن التغلب على ذلك بأساليب عديدة منها حفظها في أكثر من موقع .
- ٥- مقاومة التغيير من العاملين ، حيث أنهم قد تعودوا على أساليب معينة ولا يرغبون في تغييرها ، حتى لا تتعرض مكانتهم أو مناصبهم أو مواقعهم للتغيير ، ولخوف بعضهم من الفشل في المهام الجديدة أو فقْدان وظيفته .

عقبات التطبيق :

الإدارة الالكترونية شأنها شأن أى نظام أو مشروع جديد يصادفه العديد من العقبات التى تعترض التطبيق ومن هذه العقبات :

- ١- قلة الموارد المتاحة بسبب الارتباط بميزانيات ثابتة ومحددة فيها أوجه الإنفاق .
- ٢- قلة الكوادر البشرية المدربة والقادرة على التعامل والتشغيل والصيانة لهذه التقنية الجديدة والمعقدة .
- ٣- طول الإجراءات الإدارية داخل المنشأة وخارجها ، مما يؤخر أو يلغي فكرة التطبيق بسبب عقبات الروتين الإداري .
- ٤- عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتطبيق الكامل والناجح حسب المواصفات المطلوبة .
- ٥- عدم توفر التدريب المتخصص بشكل واسع فى المواقع المرغوبة .

المبحث الثاني الأعمال الإلكترونية

مفهوم الأعمال الإلكترونية :

يترادف مصطلح الأعمال الإلكترونية (**e-business**) مع مصطلحات أخرى مثل الإدارة الإلكترونية (e-manahement) والتجارة الإلكترونية (e-commerce) وغيرها من المفاهيم التي ظهرت بعد التطور السريع والواسع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والشبكات ضمن ما يسمى بالاقتصاد الرقمي .
ومن هنا جاءت الحاجة للتمييز بين هذه المفاهيم وتحليل المكونات والعناصر المشتركة والمتباينة التي تجمعها وتفرقها وبخاصة في مجالات تطبيق تقنيات الأعمال الإلكترونية وفيما يلي تعريف لمصطلح الأعمال الإلكترونية ومجال تطبيق هذه الأعمال في الاقتصاد العالمي الجديد .
فقد ظهر مصطلح الأعمال الإلكترونية للتداول عام ١٩٩٧م وهذا تم عندما استخدمت شركة (IBM) هذا المصطلح لتمييز أنشطة الأعمال الإلكترونية (**e-business**) عن أنشطة التجارة الإلكترونية (**e-commerce**) .

مفهوم الأعمال الالكترونية : (هي نتاج علاقة الارتباط بين موارد نظم المعلومات التقليدية وقدرات الوصول السريع إلى شبكة الإنترنت والويب) بما في ذلك القدرة على ربط نظم الأعمال الجوهرية مباشرة مع الأطراف المستفيدة مثل الزبائن والموردين والعاملين وغيرهم .

إن الأعمال الإللكترونية هي استخدام تقنيات العمل بالإنترنت لتطوير أنشطة الأعمال الحالية أو لإنشاء أنشطة أعمال جديدة .

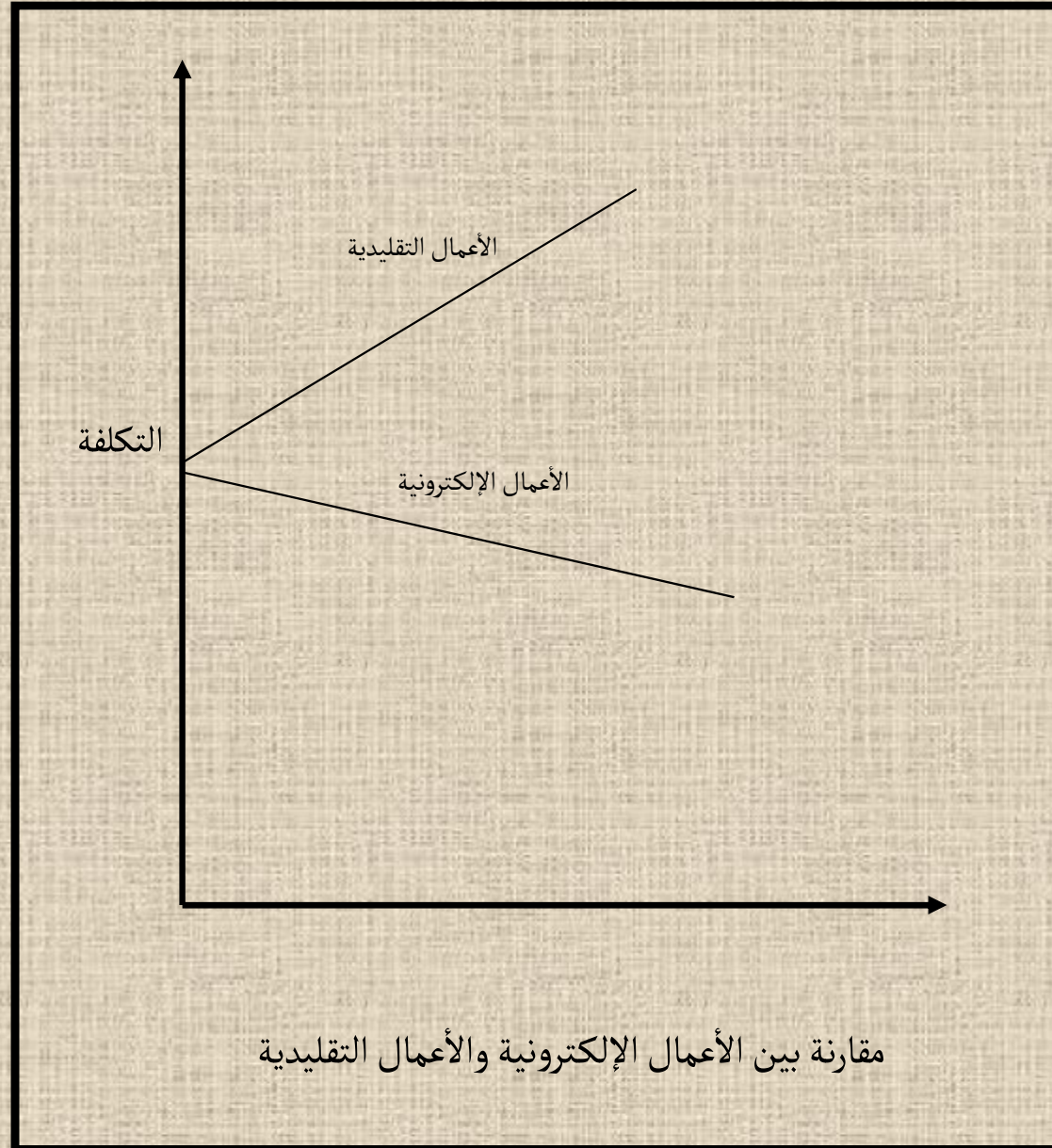
أما التجارة الإللكترونية فهي استخدام وسائل إلكترونية لتمكين عمليات التبادل التجاري ، بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل بصورة رقمية أو مادية من مكان إلى آخر .

ومن هنا يتبين لنا أن التجارة الإللكترونية هي وجه رئيسي من أوجه الأعمال الإللكترونية مثل :

- البريد الإلكتروني : **e-mail** .
- التسويق الإلكتروني : **e-marketing** .
- المصارف الإلكترونية : **e-banking** .
- التعليم الإلكتروني : **e-learning** .
- التوزيع الإلكتروني : **e-supplying** .
- الحكومة الإلكترونية : **e-government** .

أصبحت الأعمال الإلكترونية تستند إلى الحقائق التالية :

- لم تعد الموجودات المادية للمنظمة عاملاً أساسياً في التقسيم المالي هنا .
- لم يعد كبر حجم المنظمة يتطلب زيادة متناسبة في التكاليف .
- لا توجد محددات مالية أو تقنية تمنع الدخول إلى قواعد البيانات ومعلومات المنظمة من قبل الأفراد العاملين في المنظمة أو من قبل الزبائن والشركاء .
- أن تأسيس شركات ذات وجود عالمي لا يحتاج إلى فترة استعداد وتأسيس طويلة واستثمارات مالية ضخمة ومن هنا يتضح الاختلاف العميق والشامل بين نموذج الأعمال الجديدة ونماذج الأعمال التقليدية .



وقد ترتب على ظهور الأعمال الإلكترونية عدد من الظاهر التي لا يمكن إنكارها منها:

- ١- انبثاق المنظمات الخبيرة والتي تقوم بنقل كميات كبيرة وهائلة من المعلومات المجتمعة واستثمارها لخلق ما يعرف بذكاء الأعمال أو الذكاء التنظيمي ، والذي يساعد المنظمات على إدارة وتنفيذ أعمالها بكفاءة وفعالية إدارة المعرفة وموردها (رأس المال الفكري) لتحقيق الميزة التنافسية الاستراتيجية .
- ٢- تغير الأسس التي تقوم عليه الميزة التنافسية لأنشطة الأعمال ، وخاصة تجارة التجزئة ، فالعلاقة مباشرة بين المنتج والمستهلك .
- ٣- ظهور المنظمات الافتراضية وشركات (الدوت كوم) ونشوة أنشطة ومجالات غير مطروقة سابقاً للأعمال عبر الإنترنت في مجال التجارة الإلكترونية أو خدمات الاتصالات وتبادل المعلومات . وهذا انعكس طبيعة العمل الإداري ، فحل العمل الافتراضي محل المكتب الإداري .
- ٤- المساعدة على تطوير فهم صحيح للبيئة وتحسين علاقة المنظمة مع القوى العاملة في الخارج .

- توفر الأعمال الإلكترونية مزايا جديدة لمنظمات الأعمال ومنها :

- القدرة على اختراق أسواق جديدة وتوسيع أعمال المنظمة .
- تحسن الأداء الاستراتيجي للمنظمة سواءً بتوفير قنوات الاتصالات الإلكترونية والتكامل الوظيفي . أو تقديم الدعم المباشر لسلاسل التوريد والتوزيع التي تربط المنظمة مع مورديها أو شركائها أو زبائنها .
- تخفيض تكلفة إنجاز الأعمال الإدارية وغير الإدارية ، وتوفير قاعدة تطبيق استراتيجية التميز وقيادة قلة التكاليف .
- إدارة علاقات المنظمة بزبائنها بسهولة ومرونة مع توفير بيئة عمل ملائمة لكل زبون وذلك من خلال أدوات ونظم الأعمال الإلكترونية .
- توفير الخدمة المطلوبة بجوده مرتفعة ووقت أقل .

استراتيجية الأعمال الإلكترونية :

من أجل تطوير تطبيق أنشطة الأعمال الإلكترونية يجب تواجد استراتيجية شاملة تقود إلى الأنشطة الجديدة ونماذج الأعمال المراد تطبيقها ، وهذه الاستراتيجية لا تكون فجأة بل يجب أن تكون منبثقة عن الاستراتيجية الأم للشركة والإدارة الاستراتيجية يمكن الإشارة إليها على أنها سلسلة من القرارات والأفعال التي تقود إلى تطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق أهداف المنظمة واستراتيجية لأعمال الإلكترونيات هي فن الإدارة والقيادة واستراتيجية الأعمال الإلكترونية ، هي بنية منهجية متطورة مرتبطة بأنشطة التحول المنظم نحو نموذج الأعمال الإلكترونية ، وهي مسارات الفعل المنهجي الهادف إلى خلق بيئة إلكترونية للمنظمة .

٥- مستويات استراتيجية الأعمال الإلكترونية :

إن طبيعة وحجم الأعمال الإلكترونية المزمع دخولها ونوع وكثافة الموارد المعرفية والمالية والتنظيمية التي تتطلبها الإدارة تحدد المستويات الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية وهذه الاستراتيجيات هي :

استراتيجية الأعمال الشاملة للمنظمة (الشركة الأم):

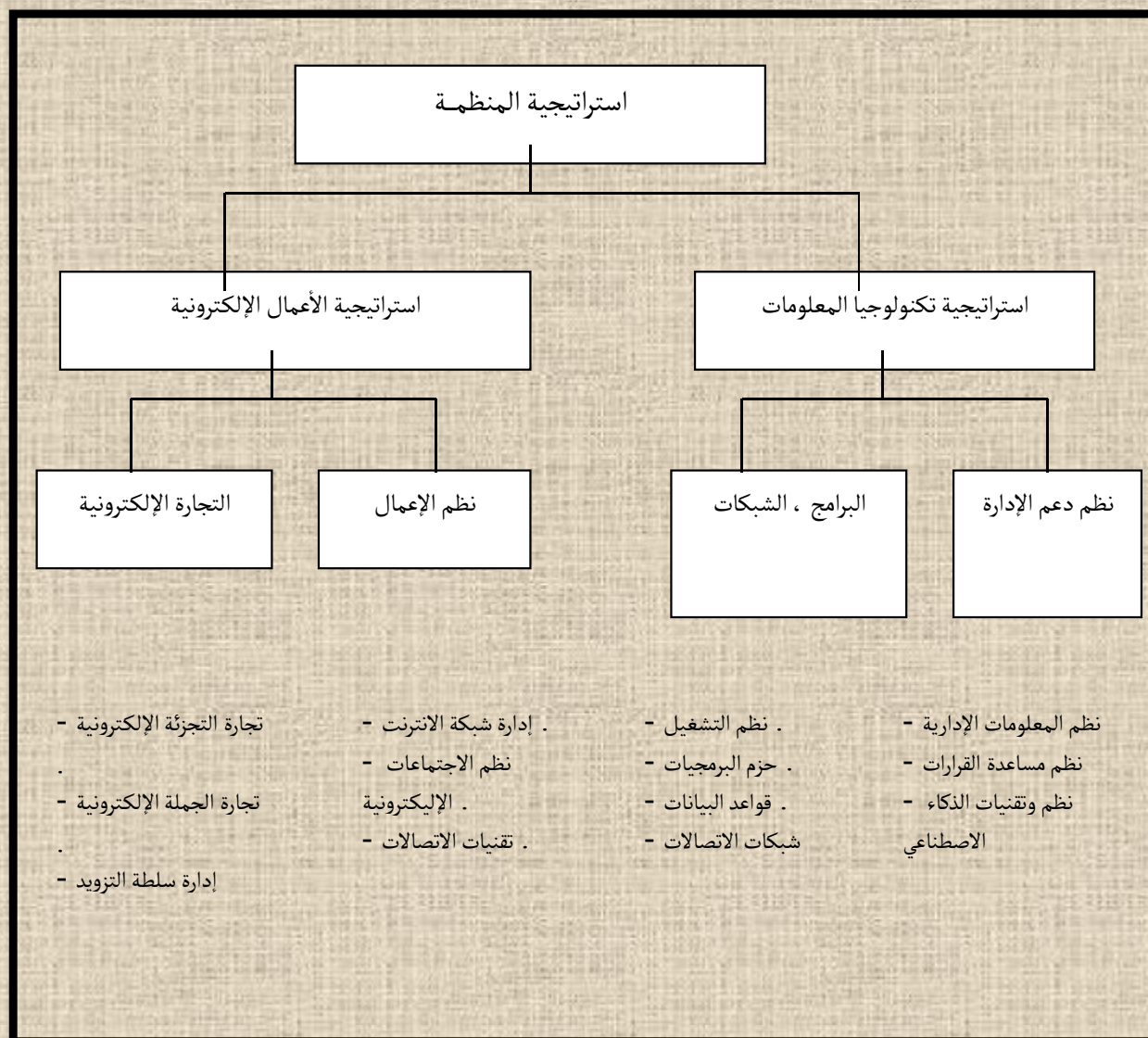
تشير إلى عملية الإدارة الاستراتيجية على مستوى المنظمة ، أي عمليات تخطيط كل الأنشطة المتصلة بصياغة رسالة المنظمة وتحديد الأهداف الاستراتيجية لها وحشد الوارد اللازمة وصياغة الخطة الاستراتيجية في ضوء تحليل البيئة الداخلية للمنظمة وبيئة الأعمال الدولية .

استراتيجية تكنولوجيا المعلومات في المنظمة :

تتضمن هذه الاستراتيجية خطة شاملة لاستثمار وإدارة تكنولوجيا المعلومات الحديثة ومراحل تطبيقها وبرامج تحديثها وصياغة الأجهزة والبرامج والشبكات وموارد قواعد البيانات ، كما تشمل نظم دعم الإدارة مثل : (نظم المعلومات الإدارية ، نظم أتمتة المكاتب ، نظم مساندة القرارات ، نظم الذكاء الصناعي) .

الاستراتيجية الوظيفية لتكنولوجيا المعلومات والأعمال الإلكترونية :

يهتم هذا المستوى من الاستراتيجيات بأنماط تطبيقية لتنفيذ أنشطة الأعمال الوظيفية مثل : إدارة سلاسل التوريد ، إدارة علاقات الزبائن ، وتنفيذ أنشطة وظيفية مثل تجارة التجزئة أو الجملة الإلكترونية ، التسويق التفاعلي وغيرها من عمليات التجارة الإلكترونية .



مراحل استراتيجية الأعمال الإلكترونية :

إن استراتيجية الأعمال تتضمن عدة مراحل تمثل أنشطة صياغة وتطبيق وتقويم أنشطة الأعمال الإلكترونية للمنظمة وكل مرحلة رئيسة من المراحل تحتوى على حزمة متكاملة من الأنشطة المهمة للمرحلة اللاحقة والمترابطة معها وهكذا إلى اكمال دوره تطوير وتطبيق ومراجعة استراتيجية الأعمال الإلكترونية .

وفيما يلي تحليل لمراحل تطوير استراتيجية الأعمال الإلكترونية .

أولاً : تحليل هياكل الصناعة والمنافسة :

هنا نحتاج إلى تحليل هيكل الصناعة والمنافسة التقليدية أولاً ، ومن ثم تحليل هيكل المنافسة على شبكة الإنترنت .

إن نجاح الأعمال الإلكترونية يتطلب تحديد المنافسين على شبكة الإنترنت أولاً ومعرفة أعمالهم وأنشطتهم وكيف يقومون بتنفيذها ، بالإضافة إلى دراسة طريقة بناء وتطوير علاقاتهم مع الزبائن .

ثانياً: صياغة الأهداف الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية :

إن الأهداف الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية يتم اشتقاقها من الأهداف الشاملة لمنظمة الأعمال وهذا يتطلب تفصيل واضح للغايات الجوهرية للمنظمة عبر نموذج الأعمال الجديدة .

ويمكن تصنيف الشركات من حيث نمط الأعمال إلى ثلاث فئات رئيسية :

- ١- شركات مجهزة للمنتجات الذهنية .
- ٢- شركات مجهزة للمنتجات الصلبة .
- ٣- شركات مجهزة لمنتجات الخدمات .

ثالثاً : تطوير نظم الأعمال الإلكترونية :

تحتاج الإدارة في هذه الرحلة إلى تحديد الأدوات والنظم التكنولوجية التي يمكن استخدامها لتنفيذ أنشطة الأعمال .

إن تطوير خطة استراتيجية لنظم الأعمال يستلزم أن نأخذ بالاعتبار العوامل التالية :

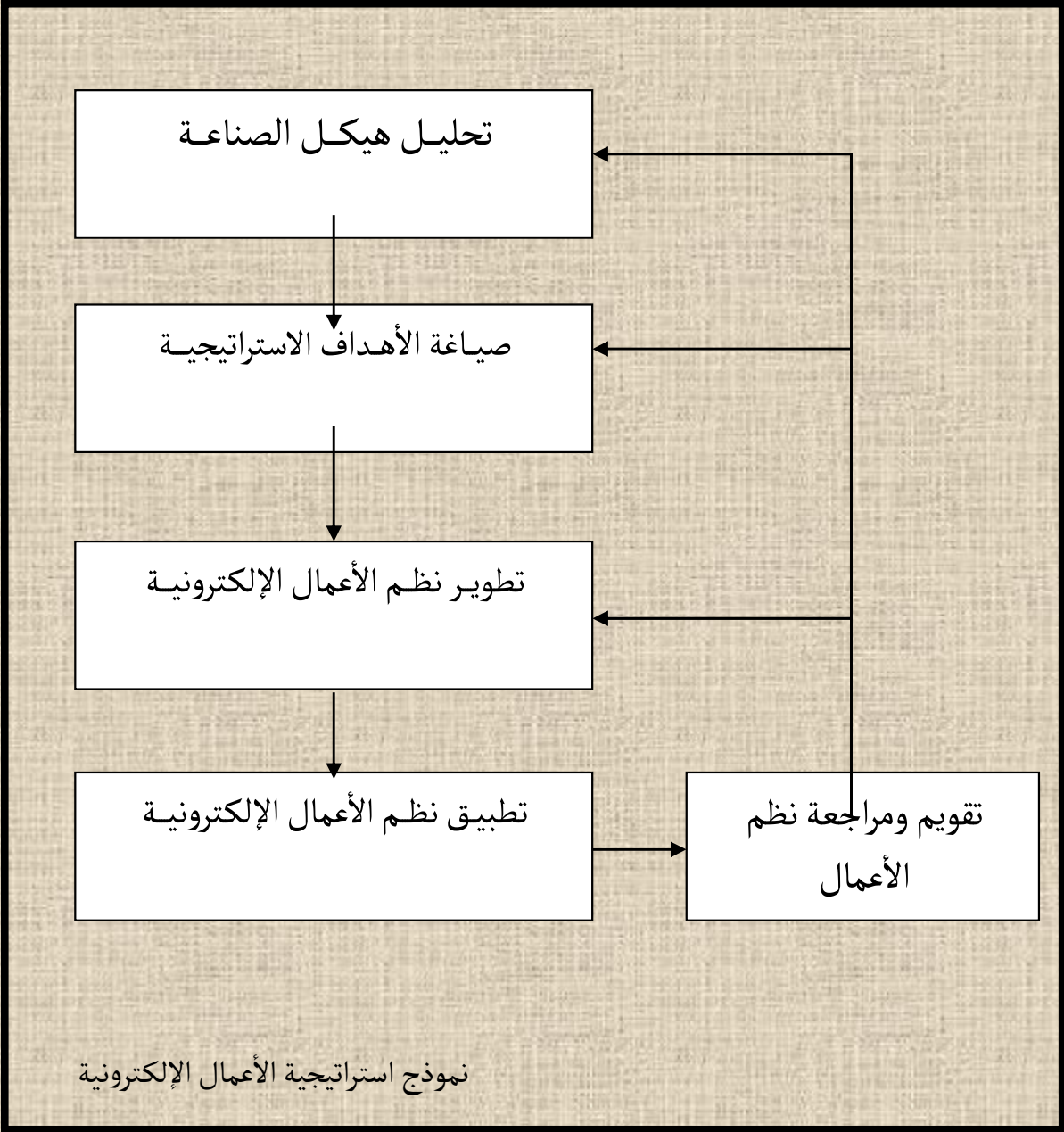
- الأعمال الإلكترونية باستخدام الإنترنت لا تعني أن شبكة الإنترنت هي مجرد قاعدة تقنية للانطلاق نحو الأعمال التي تربط بالزبائن والموردين وحتى المنافسين ، إنما تعني ضرورة استخدام قدرات الشبكة بصورة فعالة .
- قرار الدخول إلى الأعمال الإلكترونية يجب أن يتوافق مع رغبة المديرين والعاملين في داخل المنظمة وتتلاءم مع وتوجهات الموردين وشركاء الأعمال وحاجات العملاء .
- ضرورة إجراء دراسات وبحوث لاستقصاء آراء العملاء حول طرق تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة لهم . وهل ستحقق مستوى من الرضي لم يكن منجزاً من قبل ؟
- نجاح الاستراتيجية يستلزم إشراك الإدارات والعاملين في عملية التطوير .
- تحديد قطاع السوق الإلكترونية .

رابعاً: تطبيق نظم الأعمال الإلكترونية :

تعتبر هذه المرحلة الأكثر تعقيداً وتشابكاً مع المراحل السابقة واللاحقة . والنجاح هنا يرتبط بحزم متنوعة ومحددة ومتعددة من الأنشطة التقنية والتنظيمية والتدريبية ونظم أساليب العمل .

خامساً : تقويم ومراجعة نظم الأعمال الإلكترونية :

ترتبط بالمراحل السابقة وتحتاج إلى وضع أدوات لقياس الإنجاز الحالي للأعمال الإلكترونية وتحديد معايير مستهدفه ومقارنة مؤشرات الإنجاز الحالي مع المعايير المستهدفة وبالتالي تحديد الفجوة الرقمية .



المبحث الثالث التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية حسب تعريف نشرة المؤسسة العربية لضمان الاستثمار هي التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت عبر التبادل الإلكتروني للبيانات متجاوزة عنصري الزمان والمكان ، ويضيف المتخصصون إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية ، دون أن تذهب بنفسك إلى المتجر أو الشركة ، علاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشمل على الاتصالات بين الشركات المختلفة بما يسهل عملية الشراء والبيع فتعتبر التجارة الإلكترونية إذا طفرة في عالم التجارة أو أسلوباً تقنياً حديثاً تستخدم في التقنية لتغيير أسلوب المعاملات وتسريعها ، ليس ذلك فحسب بل إيجاد أسواق ومنافذ توزيع لا تعترف بحدود زمنية أو مكانية تعمل على مدار الساعة في جميع أنحاء العالم وبذلك تحقق الشركات التي اختارت إضافة التجارة الإلكترونية إلى طريقتها الحالية في العمليات التجارية فوائداً محدودة بينما أولئك الذين عبروا طريقة عملهم الحالية لتواكب التجارة الإلكترونية سوف يحصلون على فوائد غير محدودة وبالرغم من ذلك لا تزال التجارة الإلكترونية غير آمنة إلى الآن ولكن سوف تصبح أكثرأً أمناً في المستقبل القريب مع التطورات التقنية ومع زيادة ثقة التجار والمستهلكين بالتعاملات التجارية عبر الإنترنت .

كما تعرف التجارة الإلكترونية **Electronic Commerce** بأنها أسلوب من الأساليب التجارية والتي تكون فيها المعاملات التجارية بين المشاركين إلكترونياً . بمعنى إجراء المعاملات التجارية بواسطة الحاسب الآلي عن طريق الشبكات الإلكترونية (الإنترنت) أو عن طريق استخدام شبكات خاصة مثل الشبكة الوسيطة **Value Added Networks (VAN)** أو عن طريق اتصال مباشر بحسابات الشركاء التجاريين وهذا النوع الأخير يعتبر مكلف مادياً ويتطلب إيجاد خط اتصال مما يزيد في التكاليف المالية . وتشمل محاور هذه التجارة إلغاء التعريفات الجمركية مع وضع نظام إلكتروني للسداد وإتباع كود تجاري موحد ، وإزالة العوائق التجارية والإدارية ، وتسهيل العمل بها ، وتسهيل إجراء العمليات البنكية اللازمة والتسهيلات الائتمانية المتاحة كل ذلك مما يساعد على نشر هذا النوع من التقنية والتي ستساعد بلا شك في تسريع العمليات التجارية ويرى البعض أن التجارة الإلكترونية بتعريفها الضيق عبارة عن عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني ، وبالتحديد الأوسع يشتمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الإنترنت أو غيرها من وسائط الاتصال الإلكتروني والتجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بوسائل تحويل البيانات عبر شبكة الإنترنت أو أنظمة تقنية مشابهة ، ويمتد هذا المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة : (١) خدمات ربط و دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تغني مثل مزودي الخدمة **ISPS** ، (2) التسليم أو التزويد التقني للخدمات ، (٣) استعمال الإنترنت كوسيط أو كوسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية .

أهمية التجارة الإلكترونية :

يجمع العاملون في عالم تقنية المعلومات على أن التجارة الإلكترونية ستغير من أساليب التعاملات التجارية التي عرفتها البشرية إلى الأفضل مثلما غيرت إنترنت عالمنا ، وأساليب التعليم ، والاتصال ، وتبادل البيانات وحتى اللعب ، الأمر الذي أدى إلى تصنيفها كأفضل اختراع تم التوصل إليه في السنوات الماضية ، فإذا كانت تنمية الأعمال على الإنترنت مسألة معقدة فالتوقعات المتزايدة للعملاء والمنافسة الضارية تعني أن المخاطرة عالية ، ولكن فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية فمما لا شك فيه أن المكافآت تفوق المخاطر . وفرص تحقيق الربح والحصول على حصة أكبر في السوق وفرص النمو التي تنتظر الشركات التي تتبنى الإنترنت بقناعة تامة تضمن للمنشأة الذكية التكيف مع فرص الأعمال الحديثة .

ومن العرض السابق يتضح لنا مدى أهمية التجارة الإلكترونية سواء على المستوى القومي ، أو على مستوى منظمات الأعمال أو على مستوى الأفراد .

أهمية التجارة الإلكترونية على المستوى القومي :

فهي تعد أداة لزيادة القدرة التنافسية ، وبالتالي زيادة معدلات التجارة وخلق فرص جديدة للعمل وتحسين الخدمات الحكومية وتعظيم الاستفادة من الفرص المتاحة في سوق التكنولوجيا المتقدمة .

أهمية التجارية الإلكترونية على مستوى منظمات الأعمال :

إن تنمية القدرات التسويقية لمنظمات الأعمال في الوقت الحالي يتطلب وجود آلية جديدة غير تقليدية من أجل زيادة قدرتها التنافسية وبالتالي الوصول إلى الأسواق العالمية ، وتعد التجارة الإلكترونية إحدى هذه الوسائل بما أنها حقيقة لا بد من المشاركة فيها .

٣- أهمية التجارة الإلكترونية على مستوى الأفراد :

فهي تساهم في تقليل تكاليف التبادل التجاري الذي من شأنه تقليل أسعار المنتج ، كما تعتبر آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال بما يفتح لهم المجال للانتقال للعمل الحر .

والتجارة الإلكترونية هي نتيجة حتمية للتطور في تقنية الاتصالات والمعلومات والتزاوج بينهما وهي امتداد تاريخي لتقنية **EFT , EDI , IOS** ولا شك أن الإنترنت أبرزت التجارة الإلكترونية إلى السطح كوسيلة يمكن للشركات معها الذهاب بعيداً نحو آفاق واسعة وتطوير في العمل التجاري وإزالة الالتباس في الفهم يمكن القول بأن :

- ١- التجارة الإلكترونية هي امتداد لما سبقها من تقنيات سبق ذكرها .
- ٢- أن التجارة الإلكترونية ظهرت بسبب ظهور الإنترنت بالشكل التجاري .

تصنيف التجارة الإلكترونية :

للتجارة الإلكترونية تصنيفات مختلفة ومتنوعة حسب طبيعة العمل والاتجاه منها ما هو بين الشركات ومنها ما هو بين الأفراد ومنها ما هو بين الحكومات وبين الموظفين وبين الشركات . ولكي يسهل المفهوم سوف نسلط الضوء على أهم هذه الأنواع والتصنيفات التجارية الإلكترونية بين الشركات بعضها البعض **Business to Business (B2B)** ، والتجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد المستهلكين **Business to consumer(B2C)** والتجارة الإلكترونية بين الأفراد المستهلكين (أو الشركات **Consumer to Business(c2B)** ، والتجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية والشركات **Business to Government(B2G)** ، والتجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية والأفراد **Government to consumer(G2C)** و التجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض **Government to Government (G2G)** .

بين الشركات بعضها البعض (B2B) Business to Business :

هى عملية بيع المنتجات والخدمات إلى شركة أخرى أو هى مكان يلتقي فيه مجموعة من البائعين والمشتريين فى مكان واحد يسمى السوق الإلكتروني وتهدف التجارة الإلكترونية بين الشركات إلى الإسراع بأوامر الشراء أو تخفيض الوقت المستغرق فى إرسالها وتخفيض التكاليف الإدارية . والفوائد تكون واضحة للمشتري والبائع على حد سواء وهى : بدائل أفضل من السلع والخدمات ، وسرعة فى الاستجابة وانخفاض فى أسعار السلع والخدمات . وتتم العملية التجارية إلكترونياً بين الشركات (تجار الجملة ، تجار التجزئة ، المصدرين ، الموردين) وفق نظام معين ونموذج محدد يتم الاتفاق والتوقيع عليه مسبقاً . ويتم إبرام عقد يتفق فيه الطرفان على طريقة الاتصال والدفع . وغالباً ما تكون الثقة بين المتعاملين أساس النجاح لهذه العملية التجارية ، وتعتبر تقنية تبادل البيانات الإلكترونية **EDI** من التقنيات المستخدمة فى هذا النوع من التجارة الإلكترونية .

بين الشركات والأفراد المستهلكين **(Business to consumer (B2C))** :

يعرف هذا النوع بالتجارة الإلكترونية وهي عملية بيع المنتجات والخدمات مباشرة إلى المستهلك بدون وسيط فيتم عرض السلع والخدمات على شبكة الإنترنت من خلال متاجر إلكترونية أو من خلال الأسواق الافتراضية . وتقوم الشركات بفتح المتاجر الإلكترونية وعرض سلعهم عليها ويقوم المستهلك بالتسويق الإلكتروني وشراء ما يريد ودفع القيمة فوراً بواسطة بطاقته الائتمانية **Credit Card** أو من خلال بطاقات مسبقة الدفع **Prepaid Card** أو من خلال البطاقات الذكية **Smart Card** أو بواسطة بطاقات الدفع **Debit Card** وهذا النوع من التجارة الإلكترونية ليس حكراً على عرض وبيع السلع فقط بل يمتد إلى عرض وبيع الخدمات . فيستطيع المستهلك القيام بحجز الفنادق والسيارات وتذاكر السفر وأيضاً تنظيم رحلات سياحية أو أى عملية من خلال الإنترنت .

بين المستهلكين والشركات (C2B) Consumer to Business

هو نوع يتيح الفرصة للمستهلك باختيار بتسمية المنتجات التي يرغب في شرائها والسعر الذي يرغب في دفعة لها ويقوم البائع برفض أو قبول هذا السعر وعندها تتم العملية . من أهم المواقع وأكثرها شهرة . **E-buy** كما يمكن للمستهلك باستخدام الإنترنت لبيع السلع أو الخدمات إلى المؤسسات أو الأفراد الذين يبحثون عن منتجات لشرائها من خلال تقديم عرض للسعر الذي يرغبون في دفعة نظير شرائها مثل **Priceline . com**

بين الأفراد والأفراد (C2C) Consumer to Consumer

في هذا النوع يقوم المستهلك ببيع السلع والخدمات والخبرات مباشرة إلى المستهلك باستخدام الإنترنت . ويتم هذا النوع باستخدام الإعلانات الإلكترونية الموجودة في المواقع المختلفة على الإنترنت لغرض بيع منزل أو سيارة وخلافة مثل موقع **Guru.com** ومن الأمثلة الجيدة لهذا النوع هو ما يقوم به بعض الأفراد ذو الخبرات المؤهلة في حقل من الحقول ببيع النصائح مباشرة إلى شخص يحتاج لها مثل كيفية شراء سيارة جديدة أو مستخدمة وكيفية المساومة الشرائية لشراء سلعة ما حتى الأسئلة القانونية ستجد خبيراً للإجابة عليها .

بين الأجهزة الحكومية والشركات (B2G) Business to Government

هذا الصنف من التجارة الإلكترونية مهم جداً للقيام بالعمليات التجارية مع الأجهزة الحكومية . وهو الآن في أوج انتشاره ويهدف هذا الصنف إلى تقليل الاستخدام الورقي في تنفيذ المعاملات مع القطاعات الحكومية من خلال استبدالها إلكترونياً . فهو يهدف إلى استبدال المعاملات الورقية في التعامل التجاري مع الأجهزة الحكومية ويستهدف نشاط واسع من الخدمات يقود إلى سرعة استجابة الأجهزة الحكومية مع العمليات التجارية ، وبالتالي إلى تخفيض وتسريع العمليات الإدارية في الأجهزة الحكومية وفي النهاية سوف يقود إلى تنوع جديد في العمليات الإدارية وتخفيف شديد أو تخلص من حدة البيروقراطية الإدارية مما يكون له أثر إيجابي على التعامل الحكومي مع الشركات .

من أمثلة هذا الصنف التجاري عملية تزويد الأجهزة الحكومية بمشترواتها اليومية أو الدورية وهو ما يعرف بالمشتريات الإلكترونية **E-procurement** ، وكذلك من أهم استخدامات التجارة الإلكترونية بين الشركات والأجهزة الحكومية وأكثرها فائدة ومردوداً هو استخدامها في المواني الجوية والبحرية فيتم إنهاء الإجراءات الخاصة بالتوريد قبل وصول البضاعة مما يسهل ويسرع في عملية التخليص الجمركي وبالتالي يقلل من العمليات الورقية والتوقيعية ويوفر الوقت المستغرق في عملية التخليص الجمركي .

بين الأجهزة الحكومية والأفراد (G2C) Government to Consumer :

هذا الصنف من التجارة الإلكترونية مهم جداً لتسريع المعاملات بين الأفراد والإدارات الحكومية . فإصدار تراخيص العمل والإقامة وتجديد جوازات ورخص القيادة ودفع الرسوم والفواتير يتطلب جهداً بالغاً ومالاً طائلاً يتكبده الجهاز الحكومي والأفراد ... ولكن في ظل وجود الاتصال الآلي فإن كثيراً من الجهود ستوفر وكثيراً من الطاقات ستحفظ وتوجه في أماكن أخرى أكثر حاجة وفائدة وعائداً فيستطيع الفرد دفع الرسوم المتعلقة بالخدمات مباشرة عن طريق الإنترنت والمواطن يستطيع دفع رسوم تجديد رخصة القيادة والرسوم البديلة ، والإدارات (الأجهزة) الحكومية تستطيع دفع رواتب عامليها مباشرة إلكترونياً عند نهاية كل شهر . فلا يتطلب الأمر حضور الفرد إلى الإدارة الحكومية لإنهاء أعماله الروتينية مباشرة مما يوفر الوقت والجهد والتكاليف للجهاز الحكومي وللأفراد كما يسهل هذا النوع على المواطنين الاتصال بالجهاز الحكومي مباشرة بالعمليات وإنهاء الإجراءات آلياً وفق معايير محددة تستطيع الأجهزة الحكومية تقديم خدماتها للمواطنين بالجودة العالية والسرعة المطلوبة وبسهولة الإجراءات وتخفيف الطلبات مما يؤدي إلى وجود ما يعرف بحكومة سريعة وذكية .

بين الأجهزة الحكومية والأجهزة الحكومية

: Government to Government (G2G)

وهو نوع يتم فيه اتصال الأجهزة الحكومية بعضها ببعض لغرض تبادل المعلومات والعمليات الإدارية وتسريع إنهاء الإجراءات الروتينية وخدمة المواطنين بسهولة ويسر ولاشك بأن سرعة اتصال الأجهزة الحكومية فيما بينها سيؤدي إلى الارتقاء بجودة الأعمال وسرعة إنجازها مما يوفر على الحكومة وأجهزتها وعلى المراجعين الوقت والجهد والمال مثال ذلك الارتباط بين القرارات والمديريات والإدارات مع بعضهم آلياً سوف يسرع ويسهل الحصول على الموافقات وسرعة إنهاء المشاكل المتعلقة بمصالح المواطنين وغيرها ، ومثال آخر تبادل المعلومات بين هذه الأجهزة والهاتف ووزارة المياه والكهرباء وسوف يسرع جميع المعاملات المتعلقة بالمواطنين من حيث إيصال الخدمات وتطويرها وتحديثها وإصلاحها وقس على ذلك .

الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية :

لقد تغير المفهوم والتعريف والغرض الذي من أجله تستخدم التقنية فظهرت مصطلحات مختلفة وتعريفات متنوعة أصابت القارئ غير المتخصص بالصداع والدوار وبنوع من التردد والشك لذا كان علينا – تصحيح المفهوم لدى ومن الشائع لدى الكثيرون أن استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية ما هو إلا مترادفاً لمصطلح الأعمال الإلكترونية غير أن هذا خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما . وهو ما تم إيضاحه مع موضع سابق من هذا الفصل وبصفة عامة فكلاً المصطلحان يتضمنان القيام بالأعمال بواسطة الحاسب الآلي من خلال شبكة البيانات الخاصة أو العامة أو من خلال الإنترنت أو الإنترنت ، وسوف نبين في الفقرة القادمة الفرق بين المصطلحين .

تعتبر التجارة الإلكترونية طفرة في عالم التجارة أو أسلوباً حديثاً تستخدم فيه التقنية لتغيير أسلوب المعاملات وتسريعها ليس ذلك فحسب بل إيجاد منافذ توزيع لا تعترف بحدود زمانية أو إمكانية . ولقد عرف بعض الباحثين التجارة الإلكترونية بأنها استخدام تقنية المعلومات مثل الحاسب في بيع وشراء السلع والخدمات . ولقد تغير مفهوم التجارة وتطور تعريفها بعد ما كان التعريف قاصراً على الربط الإلكتروني بين العميل والمنظمة سواء كان مستهلك أو منظمة حكومية لذلك ولد مفهوماً جديداً يركز على الانفتاح الخارجي خارج بيئة المنظمة والترابط الداخلي والخارجي والتكامل في جميع المستويات والأصعدة لذا نجد أن هذا المبدأ الجديد أو المصطلح الجديد للأعمال الإلكترونية يركز على قدرة المنظمة على تبادل المعلومات والأموال والبضائع والخدمات بصيغة إلكترونية والشكل التالي يوضح فرقا آخر يبين كل من الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية .

الأعمال الإلكترونية

التجارة
الإلكترونية

مشاركة بالمعلومات
ومشاركة بالمعرفة

شكل يوضح الأعمال الإلكترونية

استراتيجيات التجارة الإلكترونية :

الاستراتيجيات كما يراها بورتر هي إيجاد المكان المناسب والأفضل للمؤسسة والذي يلائم إمكانياتها في السوق وتعرف الاستراتيجية بأنها مجموعة متكاملة من الإجراءات التي تهدف إلى زيادة ثروة المؤسسات وقوتها واستراتيجية التجارة الإلكترونية هي استراتيجية الشركة لتطبيق التجارة الإلكترونية والاستراتيجية يجب أن تكون منظمة وفق خطة مدروسة ومنهجية . وتنقسم استراتيجية التجارة الإلكترونية إلى عدة استراتيجيات فرعية وهي : استراتيجيات البدء ، استراتيجيات الصياغة ، استراتيجيات التطبيق ، استراتيجيات التقييم .

١- استراتيجيات البدء وفي هذه المرحلة تنظم وتجهز الشركة المعلومات عن رؤيتها ورسالتها والأسباب والمساهمات والإضافات التي ستقدمها التجارة الإلكترونية لأعمالها التجارية . وتضمن هذه المرحلة أيضاً تحليل للمؤسسة والبيئة المحيطة بها .

٢- استراتيجيات الصياغة وهذه المرحلة تتضمن جميع الأنشطة الضرورية لإعداد الاستراتيجية موضحة هوية تطبيقات التجارة الإلكترونية ، تحليل التكلفة والعوائد ، تحليل المخاطر ، وإطار تنظيم الاستراتيجية .

٣- استراتيجيات التطبيق وفيها يتم تحليل موارد الشركة ووضع خطة للتطبيق وعندها يقوم صناع القرار في المؤسسة بمراجعة الأولويات وتقييم البدائل ووضع خطة للتطبيق ورصد ميزانية لذلك وتحديد الموارد المالية.

٤- استراتيجيات التقييم وفيها يتم بشكل دوري تقييم الوضع والصورة مقارنة بالأهداف والرؤيا . وفي ضوء النتائج يتم تقييم الوضع ووضع بدائل وإعادة صياغة الاستراتيجيات كلما قضت الحاجة لذلك .

بالإضافة إلى ما سبق فإن هناك ثلاثة مراحل لبناء واستمرارية تطبيق التجارة الإلكترونية وهي مرحلة إحداث موقع على الإنترنت ، مرحلة أتمتة عمليات العمل في محتوى ديناميكي ، مرحلة التكامل التام بين قطاعات الشركة عبر كل قنوات العمل والتسليم والعمليات حتى يمكن خدمة الفرد مباشرة على الإنترنت .

وقبل البدء على إدارة الشركة أن تنظر إلى الصورة الكلية أولاً لكي تحدد ما إذا كانت ترغب في الدخول في عالم التجارة الإلكترونية أو لا ومن أى زاوية ترغب ذلك . إن المفتاح الرئيسي هو معاملة قرار التعامل مع التجارة الإلكترونية كنشاط استراتيجي وليس كنشاط تقني ، لأن الفرص التي تقدمها التجارة الإلكترونية سوف تفرض مطالب كثيرة وتحديات على الشركة ، وعلى الإدارة أن تقيم قدراتها على الاستفادة من مزايا تلك الفرص التي تقدمها التجارة الإلكترونية ومواجهة تلك التحديات ، ويتم ذلك من ثلاث جوانب القيادة والتقنية والرقابة والتحكم سوف نقدم شرح مبسط لهذه المفاهيم الثلاثة :

١- القيادة : تعني وجود إدارة قادرة على التغلب على المشاكل ، فلا بد من وجود قادة مبتكرون ولديهم الاستعداد لتحمل المخاطرة وعليهم تفهم الحاجة إلى وجود شخص مسئول عن دعم هذا التوجه بالوقت والجهد والتكلفة . والإدارة يجب عليها في جميع المستويات دعم مبادرة التجارة الإلكترونية بالمال والأولوية والمساندة .

٢- التقنية : لا تعني توفر مهارات وكفاءات قادرة على بناء موقع فعال للشركة على الإنترنت بل تعني توفر خبرات متميزة في مجالات التقنية لأنه مجال متطور وسريع وذلك من أجل تصميم المحتوى وتطوير وتحسين العمليات الخاصة بالأمن والبنية التحتية وعمليات البرمجة المطلوبة للتعامل بالإنترنت والأهم القدرة على الابتكار .

٣- الرقابة والتحكم تعني تبني نموذج للسيطرة والتحكم والرقابة ووضع الأنظمة والإجراءات الرقابية وتحديد المسؤوليات والسلطة والصلاحيات .

هناك خطوات يمكن مراعاتها في حالة رغبت الشركة الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية وهي كالتالي :

١- تقييم ما إذا كانت التجارة الإلكترونية في المقام الأول هي الأسلوب المناسب للشركة .

٢- وضع استراتيجية للتجارة الإلكترونية قبل البدء في التعامل .

٣- عدم البدء على نطاق واسع .

٤- تفهم البيع والتسويق عبر الإنترنت .

٥- الاستجابة بسرعة لتوقعات العملاء .

٦- الانتباه إلى أسباب التدمير والقضاء على موقع الشركة على الإنترنت .

ويحدث التطوير للظهور على الإنترنت في أربع مراحل وهي الوجود أو الظهور ، بوابات الإنترنت ، تكامل

المعاملات ، وتكامل العمل بين المؤسسات .

المرحلة الأولى:

في الظهور البدائي للشركة على الإنترنت حيث تقدم أغلب معلومات عامة إخبارية عنها وعن أنشطتها والمنتجات التي تقدمها والأسواق التي تتواجد بها ، وعنوانها وأرقام الهواتف التابعة لها وأسماء أعضاء مجلس الإدارة والعاملين والقطاعات المختلفة للشركة ، الموقع الذي يكون على الإنترنت يكون موقع جامد غير متغير ولا يوجد فيه تبادل للمعلومات أو المعاملات فالمعلومات تكون من طرف واحد وتبادل المعلومات يكون في اتجاه واحد .

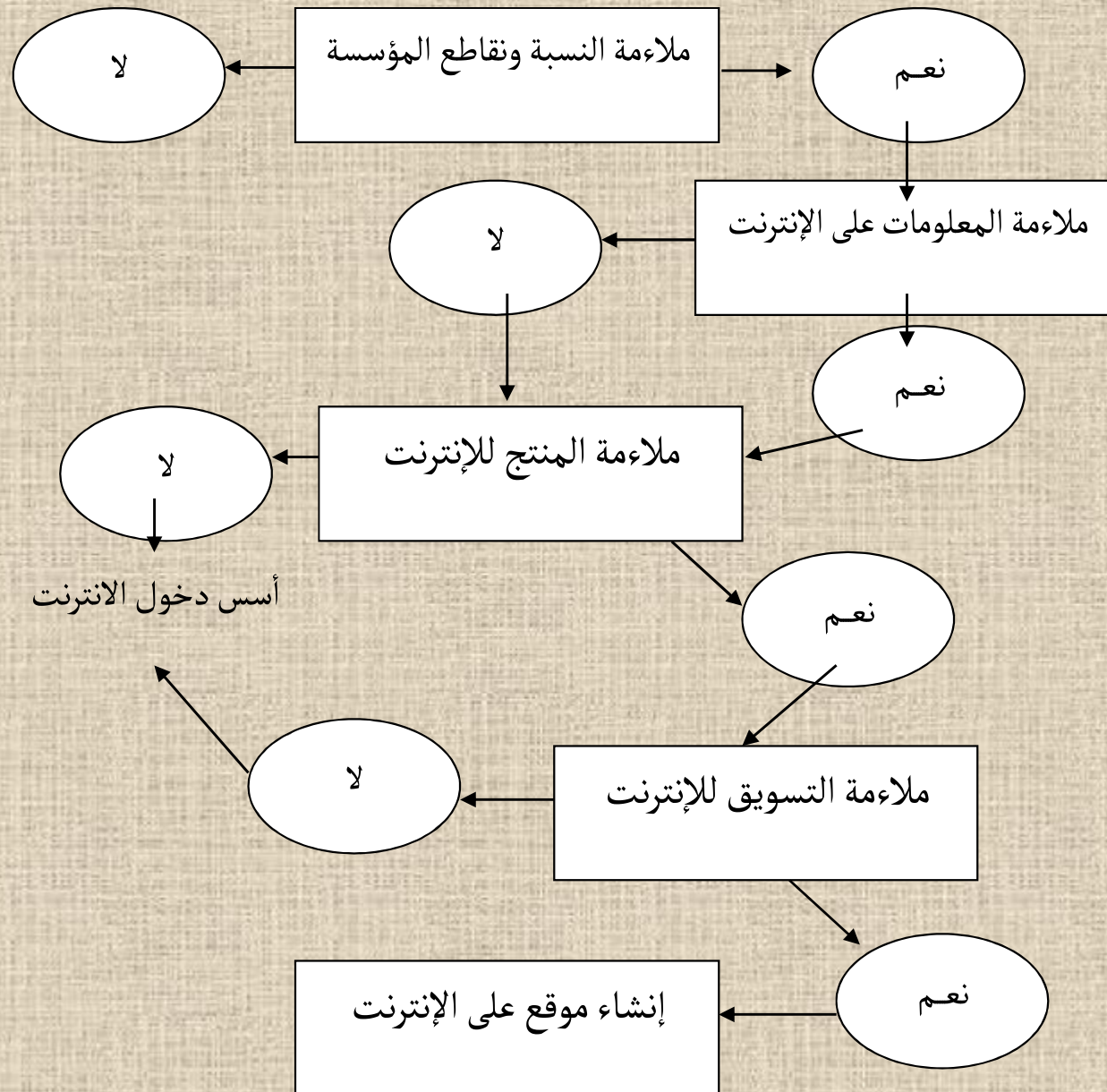
المرحلة الثانية: بوابات الإنترنت **Portals** كمرحلة تأسيسية لمرحلة الاتصال الداخلي والخارجي أو ما يعرف بمرحلة الاتصال ذو الاتجاهين الاتصال بين الشركة وعملائها **B2C** وبين الشركة الشركات الأخرى **B2B** فيمكن أن يوجد في هذه المرحلة تزاوج بين المعلومات التي عرضت في مرحلة الظهور وبين معلومات عن المنتجات والخدمات التي يمكن أن تقدم مثل المعلومات المرتدة عن المنتج أو استقصاءات عن منتجات وخدمات وسوف تمكن هذه الخدمات المؤسسة من ربط المعلومات المعروضة في الموقع بالبيانات عن المخزون . وليس من الممكن في هذه المرحلة القيام بالمعاملات المالية بين المؤسسة وعملائها .

المرحلة الثالثة:

مرحلة تكامل المعاملات تختلف عن مرحلة البوابات بأنه يوجد بها إمكانية تبادل المعاملات المالية بين المؤسسة وعملائها وهذا يتطلب إمكانية تقنية عالية للمؤسسة وتكوين بنية تحتية للمعاملات التجارية عبر الإنترنت لذلك فالتحديات سوف تزيد والمؤسسة بحاجة إلى التغلب عليها . ومن سمات هذه المرحلة أن العملاء يستطيعون أن يتبادلوا المعاملات البيعية والشرائية مع المؤسسة التكاملي في هذه المرحلة يكون تكاملاً داخلياً بحيث تتم ميكنة العمليات داخل المؤسسة كما أن درجة التعاون وتبادل المعلومات بين المؤسسة وشركائها تكون منخفضة.

المرحلة الأخيرة:

تكامل العمل بين الشركات وفيها يتم ميكنة المعلومات الداخلية والخارجية للمؤسسة وكذلك تعاملات المؤسسة مع العملاء والموردين فهذه المرحلة تتضمن تكامل بين المؤسسة وعملائها **B2C** وبين المؤسسة والمؤسسات الأخرى **B2B** وكذلك تكامل في سلسلة القيمة وسوف يتم الاستفادة من نظام التجارة الإلكترونية لإدارة نظام علاقة العملاء وإدارة سليمة القيمة بكفاءة عالية . المتطلبات التقنية ستكون عالية وسوف تواجه المؤسسة مشاكل تقنية لذلك لا بد من الاستعداد لها جيداً بتوظيف الكفاءات في هذا المجال ففي هذه المرحلة تكون التكلفة عالية والحاجة إلى التقنية في ازدياد والتعقيدات تزداد.



١- هل الإنترنت تتلاءم مع ثقافتنا وبيئتنا : إن استخدام الإنترنت وجني فوائد منها يعتمد بالدرجة الأولى والرئيسية على البيئة سواء البيئة الداخلية للشركة أو بالبيئة الخارجية المحيطة بها . فوجود موظفين غير مؤهلين لاستخدام تقنية المعلومات أو لا يعرفون كيفية البحث الآلي سيؤثر على نجاح فرع الشركة الإلكتروني وسيكون استخدام التجارة الإلكترونية غير مثمر فبيئة الشركة الداخلية بحاجة إلى تعديل لمواكبة التغير وكذلك الوعي بتقنية المعلومات بحاجة إلى زيادة لتتلاءم الشركة مع تقنية التجارة الإلكترونية .

٢- هل المعلومات الممكن الوصول إليها على الإنترنت مفيدة . والتقييم يجب أن يكون ما إذا كانت معلومات عن شركات مماثلة موجودة على الإنترنت فالبحث البسيط عن بعض المعلومات الهامة يمكن أن يظهر معلومات هامة وشيقة للمنظمة . فوجود منظمات مماثلة على الإنترنت سيجعل أمر البحث أكثر سهولة وذات جدوى أما في حالة غياب المعلومات فنحن بحاجة إلى قرار إما عدم الاستمرار أو بقرار الاستمرار ونكون رائدين في الظهور . وهذا سيحقق لنا مزايا تنافسية .

٣- هل منتجاتنا تتناسب مع الإنترنت : وهنا سنقرر ما إذا كان منتجاتنا ستستفيد من الظهور والبروز على الإنترنت أم لا ، لأن لكل منتج دورة ومستهلكين وبيئة لذلك يجب دراسة الإقدام على الإنترنت دراسة مستوفية شركات تأجير السيارات على سبيل المثال والتي تعتمد علي التقنية بشكل كبير ستجد أن ظهورها على الإنترنت يزيد من إمكانياتها ويفتح آفاق تسويقية جديدة لها .

٤- هل التسويق على الإنترنت ملائم لمنتجاتنا : فسياستنا التسويقية ومنتجاتنا يجب أن تتلاءم مع التسويق عبر الإنترنت .
هذه الأسئلة يجب أن تطرح من قبل المؤسسة بوضوح ويتم الإجابة عليها وعندها يتم أخذ قرار المشاركة من عدمه .

المبحث الرابع

الضوابط الأخلاقية لممارسة الأعمال والتجارة الإلكترونية

١- تحري الحلال واجتناب الحرام:

إن فائدة العلم في العمل به ، ولا خير في علم رجل لا يعمل به و ينتفع به ، وتأتي ثمرة التفقه الشرعي في المعاملات بوجوب امتثال المسلم للشرع في مجال الأمر والنهي ، وأجمع العلماء على أن طلب الحلال اجتناب الحرام فرض عين على كل مسلم لما دل على ذلك نصوص كثيرة من الكتاب والسنة ، منها : قال تعالى (يا أيها الذين آمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم واشكروا لله كنتم إياه تعبدون) البقرة (١٧٢) وقال تعالى (فكلوا مما رزقكم الله حلالاً طيباً واشكروا لله كنتم إياه تعبدون) النحل ١١٤ . ونهي الله تعالى عن أكل مال الغير بالباطل فقال تعالى (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم) (النساء ٢٩) وقال تعالى (ولا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا بها إلى الحكام لتأكلوا فريقاً من أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون)(البقرة ١٨٨) .

وتدل هذه الآيات على وجوب الأكل من الطيبات وهو الحلال ، واجتناب أكل مال الغير بالباطل .

ومن السنة : ما رواه مسلم وغيره عن أبي هريرة قال رسول الله صلي الله عليه وسلم — أيها الناس إن الله طيب لا يقبل إلا طيبا ، وإن الله أمر المؤمنين بما أمر به المرسلين ، فقال (يا أيها الرسل كلوا من الطيبات واعملوا صالحاً إني بما تعملون عليم) وقال (يا أيها الذين آمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم) ثم ذكر الرجل يطيل السفر أشعث أغبر يمد يديه إلى السماء يارب يارب ، ومطعمه حرام ، ومشربه حرام ، وملبسة حرام ، وغذى بالحرام ، فأني يستجاب لذلك ؟ .

٢- تحقيق مقاصد الشريعة في إباحة التجارات :

أباح الشرع التجارة لما فيها من المنافع والفوائد للفرد والأمة ، وتلبية حاجات الناس ، وتحقيق مصالحهم ، وجلب الأرزاق ، ومنع الاحتكار ، قال تعالى (ليس عليكم جناح أن تبتغوا فضلاً من ربكم) (البقرة ١٩٨) وقال تعالى (فانتشروا في الأرض وابتغوا من فضل الله) (الجمعة ١٠) .

فللتجارة وظائف متعددة اجتماعية ، واقتصادية ، يعود أثرها على الفرد صاحب المال ، وعلى الأمة ككل وتتمثل هذه الوظيفة في كون التجارة وسيلة لتحقيق غايات شرعية متعددة المجالات ، ويوم أن يحقق التاجر أو التجارة هذه الوظائف تكون التجارة الرابحة ، ويكون التاجر الذي يحشر مع النبيين والصديقين والشهداء .

٣- أداء الحقوق والواجبات :

مما قضى به الشرع أن يعطي كل ذي حق حقه ، وأن ترد الأمانات إلى أهلها ، كما أمر الله تعالى بالعدل ، وفي مجال التجارة تكثر الحقوق والواجبات والأمانات ، وتطبيقاً للمبادئ التي قضى بها الشرع فإنه يجب على كل مسلم أن يؤدي إلى كل ذي حق حقه ، وألا يضيع الأمانة ، ويقوم بواجبة تجاه الآخرين (إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها) (النساء ٥٨) وعند البخاري " فأعط كل ذي حق حقه " .

والحقوق في مجال التجارة متعددة : منها :

- حق الله تعالى :

ويتمثل في الاتجار وفق ما شرع الله تعالى ، وسن رسول الله تعالى وسلم — بتحري الحلال واجتناب الحرام كما قدمنا في الواجب الثاني .

كما يتمثل في إخراج ما أوجب الله تعالى ورسوله — صلي الله عليه وسلم — إخراجَه في المال من زكاة وغيرها .

- حقوق المتعاملين والمنافسين .

وهي كثيرة ومطلوبة والتقصير فيها تقصر في مطلوب شرعي يأثم تاركه ، وهي مبنية على تحقيق العدل واجتناب الظلم ، ومن هذه الحقوق :

٣/١- حق النصح لإخوانه ، فإذا باع له أو اشترى منه ، أو شاركه ، أو قارضه ، استنصحه ، فيجب على كافة المتعاملين أن يكون كل منهم للآخرين ناصحاً ، مبيناً له جدوى البيع أو الشراء ، مبصراً له عيوب السلعة ، أو محاسنها ، فلا يكتم طمعاً في إتمام الصفقة مثلاً ، أو لكي يورطه فيها .

٤- الشفافية :

من أعظم المبادئ والقواعد في تنظيم التجارة على مستوى الأفراد أو الدول أن تقوم على الشفافية الكاملة ، وبقدر الالتزام بهذا المبدأ في التجارة توصف بأنها ناجحة أو غير ذلك ، كما توصف الأمة بالتقدم والتحضر في هذا المجال .

وتعني الشفافية في هذا المجال أن تبني التجارة على الصدق ، والبيان والإفصاح ، والأمانة ، والوضوح التام أو العلانية ، وحرية الدخول إلى الأسواق والخروج أو عدم التدخل من جهات خارجية عن السوق للتأثير عليه . ووضوح اللوائح المنظمة للتجارة ، وألا توجد لوائح سرية أخري يعرضها أصحاب المصالح لأنفسهم ، ومنع الفساد المتمثل في الرشوة ، والمحاباة ، واستغلال الوظيفة العامة أو المال العام .

وقد أقيمت منظمات دولية عالمية لتحقيق هذه الأمور في عالم التجارة ، وأطلقت على نفسها (منظمة الشفافية الدولية) وترفع شعار (الاتحاد العالمي لمحاربة الفساد) وتصدر كل عام قوائم بالدول التي تفتقد هذه العناصر في تجارتها وفق معايير ودرجات وضعتها لتقويم الدول في هذا المجال .

ومن أهم ما يؤكد عليه التنظيم الشرعي للتجارة هو مبدأ الشفافية بعناصره وجزيئاته المختلفة ، وجاءت نصوص شرعية متعددة تأمر بذلك ، وتتوعد على المخالفة بالخسران والبوار في الدنيا والآخرة .

٥- اجتناب الضرر والضرار:

من القواعد الشرعية المعتبرة والمبادئ الإسلامية التي تقوم عليها التجارة وغيرها هذه القاعدة ، وقد دل عليها كثير من النصوص ، ولها تطبيقات عديدة في الفروع الفقهية .

أخرج ابن ماجه في سننه ، وغيره أن النبي صلي الله عليه وسلم — قال (لا ضرر ولا ضرار " وعند الحاكم على شرط مسلم : ومن ضار الله به ، ومن شق الله عليه وعند الترميزي عن أبي بكر الصديق — رضي الله عنه — عن النبي — صلي الله عليه وسلم — قال : ملعون من ضر مؤمناً أو مكر به) .

وقد استنبطت قواعد فقهية من هذه القاعدة الكبرى ، ومن ذلك : الضرر لا يزال بضرر مثله — رداء المفساد مقدم على جلب المصالح — إذا تعارضت مفسدتان روعي أعظمها ضرراً بارتكاب أخفهما — ارتكاب أخف الضررين وأهون الشرين .

وفي مجال التجارة تكثر المعاملات التي يلحق المجتمع بسببها ضرراً بالغاً وجسيماً ، كالمعاملات الربوية ، أو المعاملات التي تنطوي على مساس بالعقيدة أو قيم المجتمع وأمنه وتماسكه .

٦- مراعاة الآداب الشرعية المتعلقة بالتعريف والإعلان عن المنتجات :

لا يخفي أهمية دور الإعلان في مجال التجارة ، وخاصة التجارة الإلكترونية ، بل إن الإعلان عن طريق الإنترنت أصبح الآن أكبر وسيلة جذابة وفاعله ومؤثرة : ولذا يجب الانضباط بالآداب الشرعية في مجال الإعلان والتسويق بوجه عام ، ومنها :

- ٦/١- أن يكون الإعلان والدعاية عن منتج - سلعة أو خدمة - يباح التعامل عليها شرعاً
- ٦/٢- ألا تكون وسيلة الإعلان أو الدعاية محظورة شرعاً كاستخدام ألفاظ محرمة ، أو صور إباحية ونحوها ، أو محاولة استغلال رموز مقدسة أو معاناة البعض للتأثير على الجمهور وإقناعهم بجدوى المنتج .
- ٦/٣- التزام الصدق في التعريف بالمعلن عنه وعدم الكذب أو التضليل بذكر مواصفات كاذبة .
- ٦/٤- الالتزام ببيان ما في المعلن عنه من أي عيوب أو آثار جانبية غير حميدة .
- ٦/٥- ألا تهدف إلى غرس سلوكيات وقيم في المجتمع تتعارض مع المقاصد الشرعية المعتبرة في مجال الإنفاق والاستهلاك .

٧- امتلاك الخبرة الكافية لممارسة التجارة الإلكترونية :

المال من الضروريات الخمس التي حافظ الإسلام عليها وشرع لها من التشريعات الكافية التي تدفع الاعتداء عليها أو هدرها وتضييعها .

ومن أوجه هدر المال وتضييعه أن يوكل أمر التصرف فيه واستثماره إلى من لا يحسن ومن لا يمتلك الخبرة الكافية والمؤهلات اللازمة للمحافظة عليه ونفع المسلمين به ، أو تتوافر الخبرة وتنعدم الأمانة فيبدد المال ويسرق ويضيع .

وكم أهدرت أموال عامة وخاصة وضيعت ، وشهدت المخازن العامة والخاصة إتلافاً لأموال الأمة ، واتجهت الأمة إلى المستورد من الأعداء أو الأصدقاء لدقته وجودته وذلك بسبب جهل القائمين على عملية الإنتاج أو التخزين ، أو قرار الاستثمار بما ينبغي أن يفعلون وبما يجب اتخاذه من قرار رشيد يحمي أموال الأمة من الضياع ، ويؤمن لهم ما يحتاجونه بالجودة المناسبة والسعر المناسب .

وقد أشار القرآن الكريم إلى وجوب توفر صفتين فيمن يتولى أمراًً من أمور الأمة في المجال العام أو الخاص ، فقال تعالى على لسان ابنتي الرجل الصالح في شأن موسى عليه السلام (يا أبت استأجره إن خير من استأجرت القوى الأمين) (القصص ٢٦) ، وقال تعالى على لسان يوسف عليه السلام (قال اجعلني على خزائن الأرض إني حفظ عليم) (يوسف ٥٥) وهذه إشارة إلى صفة القوة التي تعني الخبرة المناسبة والكافية للقيام بالعمل على الوجه الصحيح ، والأمانة التي تؤدي إلى المحافظة على المال وعدم هدره وتضييعه أو سرقة .

٨- المحاسبة والمراقبة :

إن الرقابة في الإسلام رقابة مزدوجة ، تتمثل في رقابة المرء على نفسه رقابة ذاتية ، ورقابة من الغير أو السلطة على المتعاملين في السوق .

الرقابة الذاتية : وهى أن يكون المراقب والمراقب شخصاً واحداً ، ويعتمد هذا النوع من الرقابة على تربية الإنسان تربية سليمة قوامها مراقبة الله تعالى وخشيته في كل ما يصدر عنه من قول أو فعل ، فحين يعتقد المسلم أن الله مطلع عليه وناظر إليه يعلم سره ونجواه فإنه لا يقدم على عمل أو تصرف فيه مخالفة أو معصية لأنه يعرف إذا كان المخلوق لا يراه فإن الله الخالق يراه .

ويزكي الإسلام في المسلم هذا اللون من الرقابة ، وقد ثبتت جدواها في علاج كثير من الخلل الذى لا تجدي فيه أنظمة ولا عقوبات ، حيث تكشف كثيراً من المخالفات التى لا يمكن لأي سلطة خارجية أن تتوصل إليه ، بل وتمنع كثيراً من المحظورات قبل وقوعها استحضاراً لعظمة الله تعالى :

الرقابة الخارجية : وهى رقابة من الغير وتعاضد الرقابة الذاتية ، فقد تنعدم التقوي عند البعض ، ويضعف عندهم الوازع الديني فيلجأون إلى أساليب الغش والخداع ، والتلاعب بالأسعار ، وتطيف المكيال والميزان ، وهؤلاء لا تجدي معهم عظة ، ولا تذكرة ، ولا استثارة لضمير ، أو وطنية إنما يجدي معهم الضرب على أيديهم ومنعهم من الفساد والإفساد .

ومن أكثر الجرائم وأخطرها التي تفشت في الفترة الأخيرة ما يلي :

١- أعمال الاحتيال والسرقة ، ومثال ذلك ما حدث في شهر أكتوبر عام ٢٠٠٠ م مع بنك صقلية ، فقد ابتكرت مجموعة من حوالي عشرين شخصاً يرتبطون بمنظمات المافيا وبمساعدة شخص من داخل البنك بعمل نسخه رقمية طبق الأصل لنظام وصل البنك بشبكة الإنترنت واستعملت هذه النسخة فيما بعد تحويل مسار ٤٠٠ مليون دولار كان الاتحاد الأوروبي قد خصصها لتمويل مشاريع إقليمية في صقلية ، وقد تم إحباط العملية فيما بعد عندما أفشى السر شخص من المجموعة . لكن هذه العملية أثبتت قدرة المنظمات الإجرامية على اختراق أي نظام إلكتروني ، وبمساعدة النفوس الضعيفة داخل المؤسسات المالية .

٢- التلاعب في أسعار الأوراق المالية ، بما يعرف سوقياً (النسخ والتنفيس " حيث يرفع سعر السهم إلى مستويات هائلة ثم يتم التخلص منه بسرعة فيهبط بشدة تستخدم شبكة الإنترنت لتوزيع المعلومات ونشر الشائعات مما يؤدي إلى التضخم المصطنع في أسعار الأسهم .

٣- كسر حماية الأنظمة والوصول إلى أسرار العملاء وحساباتهم .

٤- استخدام الشبكة في عمليات غسل الأموال ، وذلك بإجراء عديد من عمليات التجارة الدولية ، وإصدار الفواتير الزائفة أو الناقصة عن الأسعار الحقيقية ، وإقامة مزادات عن طريق الإنترنت بعيداً عن الرقابة المباشرة للأنظمة كما تتم مراهنات عبر الشبكة تؤدي إلى نقل الأموال إلى مراكز مالية تعمل بطريقة الأوف شور في دول منطقة البحر الكاريبي على الأخص . مع انتشار تحويل الأموال بالبريد الإلكتروني ، والقيام بالأعمال المصرفية إلكترونياً من المتوقع أن تزداد أيضاً فرص إخفاء تحركات الأموال نتائج الجرائم وذلك باستعمال مجموعة متزايدة من المعاملات المالية غير القانونية .

٥- التشهير وتشويه السمعة .

٦- صناعة ونشر الإباحية .

وهذا فضلاً عن مشكلات ومخاطر التجارة الإلكترونية الأخرى كالتغريب والتدليس ومخاطر عدم الدفع أو الاستلام ، وحق الرجوع عند عدم الوفاء بالثمن أو البضاعة .

وهذا اللون من الجرائم لا يجدي مع أصحاب العظة ولا التذكير لله وإنما يجدي معهم الضرب بيد من حديد حتى لا تكون فتنة ويأمن الناس على أموالهم وأعراضهم ودمائهم .

وهنا تكون المراقبة والمحاسبة مبدأً شرعياً يلاحق هؤلاء المجرمين ويكشف حيلهم ، ويمنع الجريمة قبل أن تقع وإن وقعت فالجزاء الجنائية والعقابية في الشريعة الإسلامية فيها الردع والزجر الكافيان .

المبحث الخامس

الحكومة الإلكترونية

شهدت السنوات الأخيرة العديد من التطورات التكنولوجية كان من نتائجها أن اتجهت العديد من المنظمات الحكومية وغير الحكومية – إلى الاعتماد على شبكة الإنترنت في أداء أعمالها مما تطلب معه تغيير أسلوب أداء أجهزة الدولة المختلفة بما يتواءم مع هذه التطورات ، وذلك لتعظيم قدرة المجتمع على حسن التعامل مع تحديات ومتطلبات الظروف التي تشهدها الأسواق الدولية ، مع المقارنة المستمرة مع مسارات وخبرات وتجارب الدولة الأخرى .

ويستلزم تغيير أسلوب الأداء الحكومي امتلاك الأجهزة الحكومية بنية أساسية متطورة من المعلومات وشبكات الاتصال تمكنها من مباشرة نشاطها عبر شبكة الإنترنت ، وبيئة عمل صحية ، ووجود وعي لدي أفراد المجتمع .

ولقد أثارت التغييرات البيئية والتطورات التكنولوجية المتلاحقة عدة تساؤلات لدى الممارسين الأكاديميين حول مدى قدرة الآليات الإدارية الحكومية الحالية على التعامل مع مستجدات العصر وظروفه ، وظهرت بالتالي مطالبات بإعادة النظر في كثير من المفاهيم الإدارية السائدة في القطاع الحكومي ، وبضرورة البحث عن الوسائل الكفيلة بإرساء قيم وثقافات رشيدة للعمل الحكومي بما يحقق فعالية الأداء . لعل استخدام مفهوم الحكومة الإلكترونية في تقديم الخدمات للمواطنين يساهم في علاج أوجه القصور التي تعاني منها الإدارة الحكومية .

ويقصد بالحكومة الإلكترونية استخدام الجهات الحكومية لتكنولوجيا المعلومات الرقمية لتقديم خدمات ذات قيمة لمواطنيها والمتعاملين معها ، والتخلص من الجمود في سياسات وإجراءات العمل ، وتحسين صورتها وإزالة الشكوك تجاه كفاءة أدائها ، وترشيد الإنفاق الحكومي ، وتقديم المعلومات بشفافية .

واستخدام أسلوب الحكومة الإلكترونية في أداء الخدمات يتطلب أن تشهد الإدارة الحكومية عدد من التحولات نحو أنماط جديدة من الأداء ، والجدول التالي يوضح عدد من ملامح التحول المنشود في الأداء الحكومي .

بعض ملامح التحول في أنماط الإدارة الحكومية التي يتطلبها تطبيق أسلوب الحكومة الإلكترونية

| م | من | إلى |
|----|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| ١ | إهدار الوقت | الإدارة الفعالة للوقت |
| ٢ | الانغلاق على نفسها | المقارنة المرجعية مع التجارب والخبرات الملائمة benchmarking |
| ٣ | أسلوب الإدارة الورقية | الإدارة الإلكترونية |
| ٤ | الهيكل الهرمي | الهيكل المنبسط Flat |
| ٥ | النمط المركزي في اتخاذ القرارات | النمط اللامركزي |
| ٦ | الإدارة بالتفاصيل والإجراءات | إدارة الجودة الشاملة |
| ٧ | الجمود في الهيكل والسياسات | التغيير والتطوير المستمر |
| ٨ | التوجه برؤي كبار الموظفين | التوجه بالمستهلك |
| ٩ | التدريب والتعليم العشوائي | التدريب والتعليم المخطط |
| ١٠ | إهدار الموارد البشرية | كفاءة استخدام العنصر البشري |
| ١١ | إعداد الهيكل على أسس تقليدية | فرق تختص بعمليات متكاملة |
| ١٢ | وظائف بسيطة ومكرره | إثراء الوظائف وتوسيعها |
| ١٣ | تقييم الأداء على أساس مدى الالتزام بإجراءات وقواعد العمل وبالنواحي الشكلية | تقييم الأداء على أساس النتائج والابتكارات |
| ١٤ | قيم الحماية والتقليد والتمسك بالروتين | قيم الإنتاج والإنجاز والابتكار |
| ١٥ | التكنولوجيا القديمة | التكنولوجيا الرقمية الحديثة |

خصائص المنظمة الإلكترونية :

المنظمة التي تسعى إلى تطبيق أسلوب أداء خدماتها إلكترونياً سواء كانت حكومية أو خاصة يجب أن تتسم بالخصائص التالية :

- ١- دعم وتشجيع القيادة : فيجب على القيادة أن تحدد مهمة واضحة للمنظمة وتتولى مسؤولية تدبير الموارد ، أن تكون لديها القدرة على تحريك المنظمة نحو تحقيق الأهداف المأمولة من تطبيق النظام ذلك أن تكنولوجيا المعلومات تحتاج إلى قيادة فعالة ولا تقود بفعالية .
- ٢- التحديد الدقيق لدور المعلومات في المنظمة . وأن يكون هناك تقدير لأهمية المعلومات ، ومبادئ إدارتها واستثمارها في تطوير الأداء .
- ٣- تمكين العاملين بالمنظمة بتشجيع المبادأة والابتكار ، وتحمل المسؤوليات وتوافر السلطات وتزويدهم بكافة المعلومات في المكان والتوقيت المناسبين دون عناء ، وإتاحة الفرصة أمامهم لاتخاذ قراراتهم .
- ٤- النظر إلى المعلومات على أنها مورد استراتيجي من موارد المنظمة ، وأصل من أصولها الهامة .
- ٥- تصميم السياسات والخطط المتعلقة بالمعلومات ، بحيث تساعد الإدارة على التخطيط الاستراتيجي للمنظمة ككل .

٦- تحديد أولويات المعلومات وفقاً للأولويات الاستراتيجية للمنظمة .

٧- جمع وتحليل واستخدام المعلومات بصفة منتظمة فيما يتعلق بالعملاء والمنتجات والبيئة .

٨- تطبيق مبادئ المنظمة المعلمة **Learning Organization** بحيث يصمم هيكلها

وسياساتها بما يسمح بنقل المعارف والخبرات من العاملين القدامى إلى الجدد ، ومن المستويات الإدارية الأعلى إلى المستويات الإدارية الأقل .

٩- ربط ثقافة المنظمة بنظام المعلومات بحيث تساعد على زيادة المعارف وفتح قنوات الاتصال

١٠- التعرف على احتياجات ومتطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات في التطبيق ، ذلك أن التكنولوجيا أداة أو وسيلة لحل المشكلات وليست حل للمشكلات .

١١- جودة بيئة العمل الكلية التي تعمل في ظلها المنظمة بحيث تكون صالحة ومهيأة لتطبيق وتطوير النظام .

مسئوليات الحكومة المركزية في وضع أسس النظام :

يقع على الحكومة المركزية العديد من المسؤوليات تجاه تطوير استخدام مفهوم الحكومة الإلكترونية ، وتمثل أهم هذه المسؤوليات فيما يلي :

- ١- ميكنة أعمال الوزارات والهيئات الحكومية ، وتصميم موقع الحكومة على الإنترنت .
- ٢- إيجاد البيئة المناسبة التي تساعد كل من مستخدمي النظام وعملائه من الثقة في السوق الرقمي ، ويتطلب ذلك إيجاد الوسائل الكفيلة بحماية المستهلك ، ووضع معايير للأداء ، وتحديد للخدمات المقدمة عبر الشبكات . وحماية المعلومات والمتعاملين بها .
- ٣- سن القوانين واللوائح المنظمة للسوق الإلكتروني ، وتطوير المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات .
- ٤- وضع أسس للمساواة بين العملاء الذين يستخدموا النظام والعملاء الذين لا يستخدمونه
- ٥- دعم قطاع الأعمال وتوجيهاته نحو اقتصاديات المعرفة من خلال توفير الدعم المالي والتكنولوجي .

٦- التخطيط الشامل لتطبيق النظام ، وتوفير البنية الأساسية اللازمة من أجهزة كمبيوتر ، ونظم متكاملة للمعلومات ، وكوادر إدارية مدربة ، وتحقيق التكامل والتنسيق بين أجهزة الخدمة المركزية ومثيلتها على المستوى المحلي .

٧- التأكيد على وجود منافسة حرة وعادلة لتوفير الخدمات الإلكترونية .

٨- توفير القيادات الحكومية الملمة والمؤمنة بالتكنولوجيا الحديثة في مجالات تقديم الخدمات العامة .

٩- الترويج لمفهوم الحكومة الإلكترونية ، وحشد تأييد الجمهور ، والمجالس النيابية ، والعاملين لتطبيق المفهوم .

١٠- التنفيذ السريع لمفهوم الحكومة الإلكترونية ، وعدم إضاعة الفرصة المتاحة ، حتى يشعر الجميع بوجود أيد أمينة وبأن أموالهم التي يدفعونها تعود إليهم في صورة خدمات أفضل وأسرع .

دور الحكومات المحلية :

يتمثل هذا الدور في الالتزام بالأسس العامة التي وضعتها الحكومة المركزية لاستخدام النظام وتطويره .
وتقديم الاقتراحات التي يمكن أن تساعد في كفاءة استخدامه ، مع توافر قدر من المرونة للحكومات
الحلية في تدعيم الابتكارات على المستوى المحلي وتشجيعها وتحفيزها ، علاوة على ذلك ، فإن من
أهم صميم اختصاصات الحكومة المحلية ما يلي :

- ١- رفع كفاءة أداء الخدمات المحلية الحكومية وتحسين مستوى جودتها .
- ٢- توفير المقومات التكنولوجية المناسبة التي تساعد كل مواطن على أن يتعلم ويعرف كل ما يدور حوله
ليس على النطاق المحلي فقط ولكن أيضاً على مستوى الدولة ككل .
- ٣- تدعيم قطاع الأعمال والخدمات على المستوى المحلي ، وتدعيم عمليات التوسع في استخدام
التكنولوجيا الجديدة .

٤- زيادة التفاعلات والعلاقات بين أجهزة الخدمة المحلية وبعضها البعض من جهة ، وبينها وبين الأجهزة المركزية من جهة ثانية ، علاوة على التفاعلات مع المواطنين المحليين .

٥- إجبار القطاع الخاص على تحسين خدماته ورفع مستويات أدائه باستخدام تكنولوجيا الخدمات الإلكترونية .

٦- وضع إطار وشروط تقديم الخدمات المحلية للمواطنين المحليين .

٧- تصنيف المعلومات حسب نوعية الخدمة ، وتصميم الموقع على الإنترنت .