

ورقة عمل مقدمه إلى الملتقى الإداري الثاني  
الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة

المحور الثاني: التسويق الإلكتروني

عنوان الورقة:

**التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية**

تقديم / أ. غيداء عبد الله الجريفاني

المديرة التنفيذية  
مؤسسة تيسير الهدف للتسويق والتدريب

## محتويات الورقة

تمهيد

أولاً: مفهوم التسويق الالكتروني

1. مقدمة تاريخية

2. تعريفات

3. مقومات التسويق الالكتروني

- ما يمكن أن يعني التسويق الالكتروني
- التسويق الالكتروني مابين المباح والمحرم
- ماذا سيغير التسويق الالكتروني من التجارة التقليدية

ثانياً: الشركات الوطنية والتسويق الالكتروني

- السوق السعودي والتسويق الالكتروني
- إيجابيات وسلبيات التسويق الالكتروني
- فرص العمل وتقليل النفقات للمنشآت

ثالثاً: نتائج الدراسة

رابعاً: التوصيات

## مقدمة:

يعاني مفهوم التسويق بالسوق المحلي ازدواجية في الفهم وخط بين التسويق والمبيعات، وكثيراً ما نجد أن إدارة التسويق والمبيعات واحده في كثير من المنشآت.

من خلال هذه الدراسة نلقي الضوء على مفهوم التسويق عموماً والتسويق الالكتروني خصوصاً، والذي نهدف من خلاله طرح ايجابيات وسلبيات التسويق الالكتروني والمقومات لنجاح هذه التجربة الجديد ه التي يمكنها أن تفتح أفقاً أمام المنشآت لتزيد رقعة الانتشار.

كما وستفتح مجالات أمام الكثير من الشباب بجنسيهم للعمل ولا سيما الفتيات من منازلهم، وتعتمد هذه الوظائف على جدية الشباب من الجنسين وعلى عدد الساعات المخصصة للعمل والإبداع في العمل.

كما وسنطرح في هذه الدراسة بعض التجارب السعودية الناجحة ولو كانت بدايات بسيطة ومدى الاستفادة وأستغلال الطاقات البشرية من الشباب. وكذلك الجدوى الاقتصادية من استخدام هذه التقنية لتقليل النفقات للمنشآت وسرعة الإنجاز

1. مقدمه تاريخية:

"بدأت فكرة استخدام الانترنت كوسيلة إعلانية وتسويقية في عام 1994، حيث لاحظ المعنيين في هذا المجال أزدیاد عدد مستخدمي الانترنت مما يجعل الانترنت وسيلة إعلانية وتسويقية ناجحة. وفي عام 1996 وصل حجم الإنفاق الإعلاني على شبكة الانترنت ما بين 500 إلى 700 مليون دولار، مما يعني أن الشركات اندفعت بشكل قوي جدا" للإعلان عبر الانترنت.. وذلك يوضح جليا" من هذا الرقم الكبير الذي وصل إليه في ظرف سنتين. أما في العام 1997 وصل حجم الإنفاق إلى بليون دولار أمريكي... مما يوضح أن التزايد في الإنفاق على إعلانات الانترنت في تزايد كبير جدا" " 1\*"

ومما تقدم نجد أن الإعلان عبر الانترنت يوسع الرقعة الجغرافية أمام المنشآت للإعلان عن أنشطتهم الصناعية أو الخدمية أو التجارية. وذلك لان الإعلان عبر الانترنت أكثر فاعليه وبت يوازي الإعلان عبر الأجهزة المرئية بيد أن الانترنت يعطي التغذية الراجعة للمنشأة من عدد زوار الموقع والاستفسارات التي ممكن أن تتلقاها المنشآت من عملائها المرتقبين.

كما ويمكن توجيهه إلى نوعيه معينه من المستهدفين، فمثلا تسويق المنتجات الطبية على المواقع التي تخص الأطباء والصيدلة والمهتمين بهذه المجال.

أضافه إلى أن تكلفة الإعلان عبر الانترنت أقل من الأجهزة المرئية والتي هي أكثر فاعلية من غيرها من مجالات الإعلان.

## 2. تعريفات

### التسويق من وجهة نظر الاكاديمين:

يمكن تعريف التسويق على مستوى المشروع أو الوحدة الاقتصادية، كما يمكن تعريفه على المستوى الكلي أو مستوى المجتمع\*2. وفي النطاق الأول فقد تعددت التعريفات، ويمكن التمييز في هذا الصدد بين ما يعرف بالمفهوم التقليدي أو الضيق للتسويق والمفهوم الموسع أو الحديث للتسويق.

ويشير المفهوم التقليدي للتسويق على أنه (ذلك النشاط الذي يعمل على تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك)\*3 وتبدو نقاط الضعف واضحة في التعريف التقليدي للتسويق فيما يلي:

1. التركيز على التوزيع المادي للسلع والخدمات.
  2. تجاهل المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح.
  3. العمومية
  4. التقليل من أهمية المبادلة.
  5. إغفال دور البيئة في تعريف التسويق
- وفي ضوء هذه الانتقادات هذه الانتقادات فقد حاول الكتاب والممارسين تبني تعريفات أكثر واقعية واحاطة بنشاط التسويق ومن أهم تلك التعريفات ما يلي:

1. يتكون التسويق من (كافة الانشطة المصممة لتوليد وتسهيل أي عملية تبادل تستهدف إشباع الحاجات والرغبات الإنسانية)\*4
2. التسويق هو تلك العملية الاجتماعية التي من خلالها يستطيع الأفراد والجماعات الحصول على احتياجاتهم ورغباتهم من خلال خلق وتبادل المنتجات والقيمة المقابلة لها)\*5
3. التسويق هو ( عملية تنطوي على التخطيط والتنفيذ لمفاهيم المنتج والتسعير والترويج والتوزيع المتعلقة بالأفكار أو السلع أو الخدمات لإيجاد عملية تبادل والتي تساعد على تحقيق أهداف الأفراد والمنظمات)\*6
4. التسويق هو ( خلق وتسليم مستوى المعيشة للمجتمع)\*7

\*2 Kotler, Ph.and Levy, S." Broadening the concept of marketing " Journal of Marketing, January 1969pp.10-15

\*3 American Marketing Association Approves New Marketing Definition, Marketing News, March, 1, (1985), p.1

\*4 Stanton,W.J.and Futrell c. Fundamentals of Marketing McGraw-Hill Book Co.,N.Y,(1987).P.4

\*5 Kotler, Ph. Marketing Management: Analysis, Planning and Control, 5th ed: prentice-Hall, New Jersey, (1985), P.4

\*6 American Marketing Association, op-cit.

\*7azur, P., "Does Distribution Cost Enough"?, Fortune, November,(1974),p.138

التسويق على المستوى الكلي:  
أنه نشاط اقتصادي يضمن تحقيق التعادل في أي مجتمع بين الكمية المطلوبة من السلع والخدمات والكمية المعروضة من كل منها، بما يحقق أهداف ذلك المجتمع)\*8 وتبنى الباحث تعريفاً "مبسّطاً" و"عملياً" للتسويق وهو  
**مجموعة من الأنشطة التي تؤدي بواسطة الأفراد والمنظمات بهدف تسهيل عملية المبادلة في السوق، والتي تتم في ظل بيئة متغيرة باستمرار.**  
ويركز التعريف السابق على الجوانب الأساسية التالية

- أن التسويق لا يقتصر على السلع المادية الملموسة، وإنما يمتد ليشمل الخدمات غير الملموسة والأفكار والأماكن والأشخاص.
- أن التسويق لا يمارس فقط بواسطة منظمات الأعمال التي تهدف إلى تحقيق الربح، بل أنه يمارس كذلك بواسطة المنظمات التي لا تهدف إلى تحقيق الربحية مثل المؤسسات الحكومية
- يتضمن التسويق العديد من الأنشطة والتي تشمل بحوث التسويق، وتصميم المنتجات، والتسعير، والتوزيع، والترويج وإدارة النشاط التسويقي وغيرها من الأنشطة الأخرى.
- أن التسويق يهدف إلى تسهيل والإسراع بعمليات المبادلة في السوق، والتي تتم وفق شروط:

1. وجود طرفين مشاركين في عملية المبادلة.
2. أن يمتلك كل طرف لمبادلة الشيء ذو قيمة بالنسبة للطرف الآخر
3. استعداد كل طرف لمبادلة الشيء ذو القيمة الذي في حوزته في مقابل الحصول على الشيء ذو القيمة الذي في حوزة الطرف الآخر
4. أن يتمكن الطرفان من الاتصال ببعضها البعض  
ومما تقدم نجد أن أهمية التسويق تركز على ضرورة توجيه اهتمام المنظمة إلى الحاجات والرغبات السائدة في السوق. والحاجات الرئيسية للفرد هي أما فسيولوجية أو اجتماعية والأخر نفسية وفردية ولا تختلف الحاجات من شخص إلى آخر وإنما كيفية إشباعها.  
أما الرغبات فتتمثل في الحاجات الانسانية بعد تشكيلها وفقاً لثقافة المجتمع وظروف البيئة وشخصية الفرد

\*8 نسيم حنا، مبادئ التسويق، دار المريخ للنشر، الرياض، 1985، ص 21

## أما التسويق من وجهة نظر الممارسين

تشير ممارسات شركة Procter and Gamble (P&G) إلى أن للتسويق عدة وجوه أو معاني، وأن الممارسة الناجحة تقتضي الإلمام بهذه المعاني وتطبيقها، وتشمل هذه المعاني:

1. التسويق هو التعرف على احتياجات المستهلك
2. التسويق هو تطوير المنتجات الجديدة
3. التسويق هو صيانة المنتجات الحالية
4. التسويق هو تحديد القطاعات المستهدفة وتحديد الوضعية السوقية للمنتجات
5. التسويق هو تطوير مزيج من الاستراتيجيات للتأثير في المستهلكين
6. التسويق هو تقييم البيئة
7. التسويق هو المنافسة
8. التسويق هو النجاح والفشل

ومما سبق من التعريفات للتسويق نجد أن استخدام الانترنت وتحويل النمط التقليدي للتسويق إلى الكتروني يعطى جدوى أكبر وسعة للسوق المستهدفة وعبور الحدود الإقليمية والمشاركة الجادة بالمنتج الوطني على المستوى العالمي ولاسيما أن المملكة العربية السعودية الآن على أعتاب الدخول في الحكومة الالكترونية وهناك دراسات على المدرسة الالكترونية والتعليم عن بعد. والتسويق الالكتروني هو أحد منتجات العولمة أو التدويل وستكون الأسواق العالمية قد سيطرت على أسواقنا ما لم ننهج منهج مماثل ولذلك ولكي ننجح بهذا لابد من مقومات لنجاح التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية.

## 3. مقومات التسويق الالكتروني

### أ - ما يمكن أن يعنى التسويق الالكتروني

"أن حجم التجارة الالكترونية بلغ 300 مليار دولار عام 2000 ويتوقع لها النمو لتصل إلى 1300 مليار عام 2003 مما يعكس تنامي المبادلات التجارية بواسطة التقنيات الحديثة، الأمر الذي يستوجب منا جميعاً في مؤسسات وشركات القطاع الخاص الأخذ بأسباب التقنية والإلمام باستخداماتها التجارية والانتاجية والعمل على تدريب القوى العاملة لمواكبة كل ما هو جديد بمواضيع التجارة الالكترونية وفوائدها تيسيراً"

للمعاملات وضمن سهولة ودقة وسرعة الأداء ناهيك عن تخفيض كلف الإنتاج ومضاعفة الأرباح\*9

" كما أن إستراتيجيه التصنيع في دول المجلس في سنواتها الأولى على مبدأ إحلال الواردات لكنها سرعان ما تحولت من منتصف الثمانينات إلى مبدأ التصنيع للتصدير لأسباب أبرزها:

صغر السوق المحلي وإقامة وحدات إنتاجية كبيرة للاستفادة من اقتصاديات وفوران الحجم في قطاعات الصناعات الاساسية "

كما أضاف عضو مجلس الإدارة – أمين المال بغرفة تجارة وصناعة عمان إلى ما سبق " بندوة التسويق الالكتروني للمنتجات الصناعية..

التجربة اليابانية" للتدليل على النمو الكبير في تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت نذكر أن قيمة صفقات تجارة البتر وكيمويات من خلال هذا المنفذ في السوق الأمريكي فقط بلغت عام 2000 نحو 22 مليار دولار أمريكي سترتفع إلى 178 مليار دولار أمريكي بنهاية عام 2003 وهذا النمو الكبير يستدعي منا دراسة هذه الظاهرة الجديدة والإعداد لها جيدا بما يحقق للمنتجين الخليجيين الاستفادة من الفرص الكبيرة التي يتيحها التسويق الالكتروني لإيصال المنتجات الخليجية إلى أسواق جديدة وبكلفة أقل بما يعزز من قدرتها التنافسية في تلك الأسواق.

ومما سبق نجد:

1. تزايد التعاملات التجارية ودخول بعض دول مجلس التعاون في اتفاقية منظمة التجارة العالمية والمملكة العربية السعودية على أبواب الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية
  2. صغر الأسواق المحلية يحتاج إلى إيجاد أسواق خارجية
  3. التركيز على جودة المنتج المحلي والمنافسة بالأسعار
  4. تغير النظره القديمة للتسويق بإيجاد عميل لمنتج موجود إنما تحسين المنتجات الحالية تبعاً لرغبة العميل
  5. تصدير حضارة إسلامية وقيم باتقان المنتج والابتكار ودراسة سلوك المستهلك العالمي.
  6. البدء من حيث انتهى الآخرون والاستفادة من التجارب المحيطة
  7. خلق منافسه عالميه بين المنتج المحلي والمنتج العالمي مما يتطلب تطوير للقدرات البشرية وتطويرها لمواجهة هذا التحدي
  8. زيادة الرقعة الجغرافية
  9. تسارع العامل الزمني فليس البقاء للأصلح فقط إنما للأسرع
- باقتناص الفرص أيضا

\*9ندوة التسويق الالكتروني- غرفة تجارة وصناعة عمان –محمد الرواس أمين المال بالغرفة



## ب-التسويق الالكتروني بين المباح والمحرم

"تمثل العولمة التي يشهدها الاقتصاد العالمي تحديا خارجيا وخطيرا للبلدان العربية واقتصادياتها فالوطن العربي مراقب ومهدد في نفس الوقت، ويعيش مرحلة من التناحر والتآكل والتهميش فاقتدا لأي استراتيجية سياسية دي نامية للدفاع أو الهجوم. إن عمليات الضغط والاضعاف التي تستهدف وطننا العربي من اجل استقراره وتعطيل مؤهلاته حتى لا يبقى امامه سوى الاندماج السلبي في آليات العولمة وبالصيغة التي يراها الأقوياء تحت اسم التدويل الشامل للاقتصاد أو (العولمة الاقتصادية). مازال الجدل قائما بين ثلاث تيارات فكرية متقابلة حول ظاهرة العولمة وأثرها الاقتصادي على بلداننا. فيرى التيار الأول إن العولمة أمر طيب ومفيد على وجه العموم ذلك لأننا سنستفيد من التقدم التكافلي المتسارع ومن تكامل الاقتصاد العالمي الذي ربما يقدم فرصه لم يسبق لها مثيل للتخلص من الفقر ومنح البشر حياتا أفضل بالرغم من إن العولمة ستؤدي حتما إلى خسارة الدول العربي لبعض سيادتها في اقتصادياتها كم تريد. ويدافع عن هذا التيار مؤسسات العولمة الثلاث والولايات المتحدة الامريكية ورجال الأعمال والتكنوقراط.

أم التيار الثاني فهو يرى إن العولمة أمر واقع ونتيجة موضوعية لتطور قوى الإنتاج في الرأس مالية على الصعيد العلمي والتقني، وتعود إلى مزيد من التشابك والاندماج بين الاقتصاديات المختلفة إلا إن هذه العولمة الحالية تثار حولها ملاحظات وانتقادات جديدة وجدية أهمها إن مكاسبها تطال عددا قليلا من الدول عددها لا تتجاوز 20% من إجمالي سكان العالم. في حين سلبياتها تطال معظم البلدان النامية وتؤدي إلى مشاكلها الاقتصادية وتعيق عملية التنمية فيها. ويتبنى هذا التيار بعض المفكرين في بلدان العالم الثالث والقوى اليسارية والاشتراكية في الدول الرأس مالية.

إما التيار الثالث يرى إن العولمة هي احد شرور النظام الرأس مالي العالمي لأنها تسعى إلى تعويض اقتصاد الدول الرأس مالية المتقدمة عن انكماش أسواقها الداخلية، وذلك للنقل المزيد من عمليات الإنتاج (وبخاصة الصناعات القذرة) من المراكز الرأس مالية الرئيسية إلى البلدان النامية مع الاحتفاظ بقيادة الإنتاجية في العالم، فالرأس مالية عن طريق العولمة تحاول حل مشاكلها الاقتصادية بتصديرها إلى بلدان العالم الثالث وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الأغنياء غنى والفقراء فقرا. يتبنى هذا التيار معظم القوى الدولية والاقتصادية والاجتماعية في البلدان النامية التي تعلم درجة الفقر وسوء التغذية والعطالة والأمراض البيئية والتبعية والنهب المستمر لخيرات البلدان العالمالتيه عن طريق الشركات متعددة الجنسية والتبادل غير المتكافأ".\*10

\* 10 د. مصطفىالعبده الله الكفري [www.rezgar.com](http://www.rezgar.com) 2003/8/2 العرب والعولمة الاقتصادية

مما تقدم نجد أن مسؤولية الانفتاح على العالم الخارجي خطيرة كما وضحتها د. مصطفى العبد الله الكفري وان المراحل القادمة التي ننتظرها تجعل مهمة التسويق سلاح ذو حدين فما سوف يأتيها من العالم الغربي علينا إن نعيه ونتحصن بالقيم الإسلامية لتكون لنا درعا واقيا مما سيأتي علينا مسؤوليات بتسويق مفاهيمنا بالإضافة إلى إنتاجنا ولا نفقد هويتنا الإسلامية

## ● ما ذا سيغير التسويق الالكتروني من ألتجاره التقليدية

أن التسويق التقليدي كما ورد في التعريفات السابقة ستدخل عليه عوامل تطويريه إلا وهي سرعة الاتصال بالعملاء وتوسع الرقعة الجغرافية للمنتج وبالتالي زيادة في الطاقة الانتاجية و خضوع المنتج لمقاييس الجودة العالمية، ورقي خدمة ما بعد البيع. وعلى المنشآت التوسع بخططها الانتاجية وتطويرها بحسب سلوك وذوق المستهلك العالمي، والمستهلك المحلي الذي سيتغير بكثرة العروض والمنافسة العالمية التي سيسببها دخول المملكة العربية السعودية إلى منظمة التجارة العالمية. فستغير وسائل الإعلام المرئية وتطور طرق الإعلان المبتكرة والمستوردة بالإضافة الى التسويق الالكتروني، قناعات المستهلك من حيث أنواعه والسعر والخدمة. وستكون المنافسة شديدة من حيث جذب المستهلكون حيث ستكون له إمكانية كبيرة للاختيار في ظل ما سيعرض من العالم، والذي سيكون بين يديه بسهولة.

## ثانيا: الشركات الوطنية والتسويق الالكتروني

### 1. السوق السعودي والتسويق الالكتروني

لا زالت المؤسسات والشركات في السوق السعودي تيسير بخطى بطيئة في مجال التسويق الالكتروني ومن الاستبيان المرسل إلى مائة وثلاث منشآت تلقينا ثلاث **سبع** ردود فقط مما تبين بأن النسبة لا تذكر. وكانت الإجابات كالتالي

1- هل تستخدمون رسائل البريد الالكتروني للتعريف عن أنشطتكم عدد 2 **6** نعم عدد 1 لا

2. هل لديكم موقع خاص يعرف بنشاطكم عدد 1 **6** نعم عدد 2 **1** تحت الإنشاء

3. في حالة تجربتكم لخدمة التعريف عن نشاطكم الكترونيا" هل كان مؤشرا" ايجابيا"

عدد 1 4 نعم عدد 2 2 لا 1 لم نجرب

4. من نسبة تحسن مبيعاتكم

عدد 1 100% عدد 2 لم يرصد 20-25%

تحسن عدد 4 لم تحصى

5. هل تعتبرون تفويض التسويق لنشاطكم إلى متعاونين يعملون من منازلهم مقابل أجر اقتصاديا "ومجديا"

عدد 3 لم نفكر بالأمر عدد 1 لا عدد 3 نعم

6. ما نظرتكم إلى التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية هل ستكون تجربته ناجحة وبرأيكم ما مقومات نجاح هذه التجربة

عدد 5 تنمية الموارد مطلب مهم والوعي بالنسبة لعامل

الوقت والرد على البريد من قبل المستهدفين

عدد 1 لنجاح التجربة يتطلب وجود قاعدة بيانات

عدد 1 التجربة ناجحة إذا استخدم الانترنت الاستخدام

الصحيح

أجمع الكل بأنها جيدة ويحتاج السوق وقت لاستيعاب التغيير

## 2. إيجابيات وسلبيات التسويق الإلكتروني

وتعتبر التجارة عبر الانترنت من منتجات سياسة العولمة ودعم فكرة العالم قرية واحدة. وتدخل دول العالم الان في سباق الاعداد أنفها للدخول في ما يسمى عصر الاقتصاد الجديد او الاقتصاد الرقمي والأكثر من ذلك ان هناك خريطة رقمية ترسم للعالم على أساس اعتماد الدول المتضمنة في الخريطة ودخولها العصر ودخولها للعالم الرقمي، وعامة، وعامة، فقد انضمت البالي هذه الخريطة حوالي 47 دولة في العالم حتى الان تأتي على رأسها الولايات المتحدة والمانيا و ألمانيا واليابان وفرنسا وفنلندا اما إمبا القائمون على اعداد إعداد هذه الخريطة فليهم معاييرهم الخاصة التي على أساسها أساسها يتم ادراج إدراج الدول ضمن هذه الخريطة و ياتيويأتي على رأسها القدرة على التحول البالي الاقتصاد الرقمي بالاضافة بالإضافة البالي ما تقدمه تلك الدول من اختراعات تقنية وايضا أيضا الديناميكية الديناميكية الاقتصادية الاقتصادية واتباعها إتباعها لنظام العولمة العولمة والقضية القضية التي امامنا الان هي ان ان العالم سوف يصاب بركود اقتصادي كبير اذا إذا ما لم تعد بقية الدول في العالم طاقاتها من اجل الدخول في العالم الرقمي الجديد، فهناك دول مثل الصين واندونيسيا تحتاج البالي العديد من التطورات في انظمتها أنظمتها قبل ان ان يزدهر اقتصادها الرقمي امام أم الدول العربية العربية فهي بحاجة البالي استغلال المزيد من طاقاتها في هذا المجال والاستفادة الاستفادة من الخبرات العالمية العالمية من اجل اللحاق بركب العالم

الرقمي الجديد فهذه الدول لا تزال في بداية طريقها ولا يزال حجم استثماراتها في هذا المجال ضئيلاً جداً إذا إذنا ما قورن بالدول الاخرى الأخرى ففي دراسته دراسة اقتصادية حديثة وجد ان ان حصة العرب في المعاملات المصرفية الالكترونية لا تتجاوز 9% من اجمالي اجمالي تلك المعاملات على المستوى العالمي والتي بلغت حوالي 74 مليار دولار في عام 2001 وذلك بسبب عدم انخراط المصارف العربية العربية في الاقتصاد الرقمي الجديد بالقدر المناسب بالاضافة الى غياب البنية البنية التحتية تية اللازمها اللازمة لتفعيل المعاملات المصرفية المصرفية الالكترونية الالكترونية داخل المؤسسات والبنوك العربية العربية وحذرت الدراسة الدراسة من ان ان تجاهل تطوير التجارة التجارة الالكترونية الالكترونية اضافة إضافة الى عدم ازدهار سوق اجهزة أجهزة الكمبيوتر والانترنت في العالم العربي من شأنه ان ان يعرقل تطور العمليات المصرفية المصرفية الالكترونية الالكترونية في البنوك العربية كما شددت الدراسة الدراسة على ضرورة الاستثمار الاستثمار في قطاع التنمية وتنمية الثقافة المصرفية المصرفية التي تسهل الدخول الى عالم الاقتصاد الجديد في اسر أسرع وقت ولعل دولة الامارات الامارات احداً أحدى الدول السذا المجال خاصة بعد ان ان اعلنت أعلنت مجموعة بنك الامارات الامارات احداً أحدى المؤسسات المالية المالية الرائدة في منطقة الشرق الاوسط الأوسط انضمامها انضمامها الى الى احد الاسواق الاسواق التجارية التجارية الالكترونية الالكترونية كاول أول سوق الكتروني بين الشركات في الشرق الاوسط الأوسط بهدف عرض منتجاتها للاسواق الاسواق في منطقة الشرق الاوسط الأوسط والعالم عبر شبكة الانترنت الامر الأمر الذي يعد تقدماً كبيراً بالنسبة لدول المنطقة في هذا المجال لاشك ان ان نظام التجارة الالكترونية الالكترونية قد احدث أحدث تغييراً كبيراً في التعامل مع الطاقه الطاقه البشرية البشرية وبالرغم من ان ان هذا التغيير يعد ايجابياً عند البعض الا الا انه في حالات كثيرة يتسبب في قلة الموارد المالية المالية وشح الوظائف على مستوى العالم والمساله ببساطة تتلخص بان الحاجه الحاجة الى الى الطاقه البشرية البشرية تقل تدريجياً كلما انغمسنا في هذا المجال ومن خلال هذا النظام يستطيع شخص واحد ان ان يقوم بمهام متعددة متعددة وبالتالي فان على الكثيرين ان ان يضلوا بدون عمل لفترات طويلة مما يفاقم تفاقم من مشكلة الفقر والحاجة لدى كثير من المجتمعات وهناك جانب مشرق في مسالة التجارة الالكترونية قد يترك بريقا من الاملا لأمل لكثيرا من الافراد الأفراد. ان ان تأهيل الفرد لذاته لهذا ته وتطويرها وامكانية إمكانية الاطلاع الإطلاع على كل ما هو هو جديد خاصة في مجال الكمبيوتر والانترنت يجعل من الصعب تعرضه لفقد الوظيفة الوظيفة او أو حصول شخص متميز على فرص لا يمكن له الحصول عليها ولا نتحدث هنا عن مشكلات قد تحدث بالمستقبل البعيد او أو يمكن تجنبها انما إنما الامر الأمر خطير بالفعل وخطورته في انه قريب ومتوقع الحدوث ان ان لم يكن قد حدث بالفعل في الكثير من المجتمعات كما ان ان التجارة الالكترونية الالكترونية في حد ذاتها يمكن ان ان تكون مجالاً جيداً يبدأ ببداً في الشباب مشاريعهم الخاصة الخاصة والصغير هو الصغيرة

دون أن يكلفهم ذلك مبالغ كبيره **كبيرة** الامر **الأمر** الذي يجعل منها حلا جيدا لمشكلات كثير من الناس شريطة ان يكونوا ماهلين **مؤهلين** ومتقنين بقدر يسمح لهم بالتميز والابتكار في عالم لا يعترف بالجدار **هبالجدارة** الا لمن يواكب العصر بلغة الانجاز **الإنجاز** اما **إما** مزايا السوق الالكترونى فقد اتاحت التجارة الالكترونية **الكثيرة** الكثير من الفرص لكسب الاموال **الأموال** وتوفيره على حد سواء بالنسبة **بالنسبة** لرجال الاعمال **الأعمال** والتجار من جهة **جهة** وايضا **أيضا** الافراد **الأفراد** والمستهلكين من جهة **جهة** اخرى **أخرى** اما **إما** الشركات ورجال الاعمال **الأعمال** فسيتفيدون من هذا **النظام** بجوانب متعددة **متعددة** نورد فيما يلي بعضا منها: تسويق اكثر **أكثر** فاعلية وزياده **زيادة** في الارباح **الإرباح** وان اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق يسمح لها بعرض منتجاتها على **الملائة** ليساهدها العالم في كل الاوقات **الأوقات** الامر **الأمر** الذي يوفر لها فرصة اكبر بجني **الإرباح** اضافة **إضافة** الى وصولها **الي** اكبر شريحة من المستهلكين.

### **3- فرص العمل وتقليل النفقات للمنشآت للمنشآت**

تعد عملية اعداد وصيانة التجارة الالكترونية على الانترنت اقل تكلفه من بناء اسواق التجزئة التقليدية او صيانة المكاتب كما ان الشركات لا تحتاج الى انفاق الكثير من الاموال على امور الدعايه وما شابهها ومن جهه اخرى لا توجد حاجه لاستخدام الاعداد الكبيره من الموظفين للقيام بمهام البيع والتسويق اذ توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في الشركة واسماء المستهلكين مما يتيح لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجوده في قاعدة البيانات لفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة اما على مستوى المستهلك العادي فان التجاره عبر الانترنت توفر له سوقا كبيرا للسلع لا يمكن مقارنته باي سوق اخرى تقليديه اذ ان الاسواق الالكترونيه تتسم بعدة مميزات مثل توفير الوقت والجهد حيث تكون مفتوحه بشكل دائما وفي اي وقت من اليوم كما ان المستهلكين لن يضطروا للسفر او حتى التنقل الى مكان ما فلا يتطلب شراء اي منتج اكثر النقر على المنتج وادخال بيانات البطاقه الائتمانيه ورقم الحساب البنكي كما ان طريقة الدفع ايضا اصبحت سهله بفضل النقود الالكترونيه بالاضافه الى ذلك توفر التجاره الالكترونيه حرية الاختيار اذ توفر فرصه رائعه لزيارة مختلف انواع المحلات سواء المحليه او العالميه كما انها تزود المستهلكين بالمعلومات المفصله عن المنتجات وعن الجديد من منتجات ومخترعات في الاسواق العالميه اما مسالة الاسعار فتعد من النقاط الايجابيه لموضوع التجاره عبر الانترنت اذ نجد الالاف المواقع التي تبيع المنتجات المتشابهه مما يجعل التنافس بينها عاليا مما يتيح فرصة اكبر للعملاء لاختيار الافضل والاجود والاقل سعرا بالاضافه الى ان السلع المعروضه تكون بسعر اقل مما هي عليه في الاسواق التقليديه ولا يعد الامر لغزا اذا ما خصمنا كمية المبالغ

التي تنفق على السلع في السوق التقليديه من اجل اغراض التسويق والدعايه وعلى ذلك فان ما تقدمه التجارة الالكترونيه من فوائد ومميزات عديده على المستوى الفردي والتجاري بشكل عام قد شجع الحكومات المختلفه في العالم على تبني هذا النظام وتشجيعه في الكثير من البلدان وذلك للاستفاده من مزاياه لانعاش اقتصادهم والمحافظة على صدارة بلادهم في السوق العالميه وهي بذلك تأتي في مقدمة ميادين التنافس التي اوجدها الانترنت ليبدأ نوع جديد من الاقتصاد القائم بذاته ان هذا النظام كبقية النظم الجديده التي تملينا علينا انماط الحياة المتجدده والاختراعات ومتطلبات العصر يحتاج الى الكثير من القوانين والاجراءات التي تظبط ايقاعه وتنظم حركته من اجل المحافظه عليه وتطويره وضمان استمراريته بدون اجراءات ولوائح لا يمكن تطبيق النظم والالتزام بالقوانين في اي مكان من العالم كما ان الانظمه التي يركز عليها الاقتصاد الجديد او التجاره الالكترونيه لا تزال تحتاج الى الكثير من التطوير بل لا تزال التجاره عبر الانترنت تفتقر الى الكثير من الطوابط الضروريه من اجل توفير الحماية والسريه لكل المستفيدين منها وبالرغم من ان هذه المشكلات قد لا تواجه الحكومات والهيئات الدوليه بشكل مباشر الا انها تمثل خطرا كبيرا بالنسبه للافراد وحتى صغار التجار في العالم والمشكله بالنسبه للتجاره الالكترونيه تتلخص عناصرها في عدم وجود الضمانات الكافيه لحفظ حقوق كل الاطراف وحمايتها من جرائم النصب والاحتيال التي يمكن ان تتعرض لها فبقدر ما توفر التجاره الالكترونيه للعالم من خدمات تسبب له العديد من المشكلات

أن كل مجال جديد لابد أن توجد به العوائق والتسويق الالكتروني كغيره من المجالات الجديدة من ضمن التجارة الالكترونية وأي تغيير عن ما هو معتاد عليه سيلاقي الكثير من العقبات والمقاومة ولكنه أمر لابد منه .  
ومن الامثلة الناجحه لفرص العمل بالتسويق الالكتروني والتجاره الالكترونيه النسائيه في سوق المملكة العربيه السعوديه

- مؤسسة رام ورلد لصاحبته الاميرة أروى بنت فهد بن عبدالله بن سعود الكبير والمتخصصه في تصميم المواقع والانترشوب على شبكة الانترنت .
- نوال العتيبي " سيدة العقارات " لم تنتهيها العقبات من إنشاء موقع والمتاجرة بالعقارات والاراضي من على شبكة الانترنت وتؤكد بوصول عدد الزائرين لموقعها الى سبعة ملايين زائر والتي تذكر أن أهم العوائق لعملها كثرة العروض والعرضين دون معرفة مصداقية كل منهم كما وتؤكد على أن التقنيات الالكترونية ساعدت على تقليص النفقات وزيادة نسبة الوفر وبرأيها أن الانترنت ستكون طيق المرأة السعوديه للعمل في المستقبل. أما عن مدخولاتها فكانت 7 مليون ريال في زمن لا يتجاوز العام والنصف عام ووفر مصاريف بقيمة 2,520 مليون ريال .

فاطمة حسين من مدينة ينبع بدأت عملها التجاري على شبكة الانترنت للملابس الجاهزة وبلغت رأس مالها الحالي 900 ألف ريال .

- السيدة ليلي من الشرقية بيع العملات الاثريه عبر الانترنت وأنها بواسطة البريد الالكتروني زاد نسبة الفر لديها بنسبة 30% " \*12

[www.ramworld.net](http://www.ramworld.net)

[www.alalamalumlat.com](http://www.alalamalumlat.com)

[www.bdawiah.com](http://www.bdawiah.com)

[www.shahrazad.4t.com](http://www.shahrazad.4t.com)

12\* منتدى عربيات 1424/11/24 عبدالخالق القرني

## نتائج الدراسة

1. التجارة و التسويق الالكتروني مجال كبير للكثير من الشباب والشابات للعمل من المنزل
2. اعتماد الجودة والمعايير الدوليہ للقدرة على المنافسة في خضم العولمة والتجارة الدوليہ
3. تقليل النفقات وزيادة العائد الربحي على المنظمات .
4. اتساع السوق
5. فرص العمل ستكون كبيرة للاصلاح والاقدر للتعامل مع التقنيه الالكترونية والاستجابة السريعه لطلبات الزبائن
6. الاطلاع على الاسواق العالمية والرقى بالمنتج المحلي وتعلم الكثير من الجديد المنافس في العالم .

## التوصيات

1. تقليل كلف اشتراكات الانترنت لتكون بمتناول الجميع وتسهيل العمل من خلالها
2. توسيع شبكة الانترنت والبنية التحتية

3. عقد دورات تأهيلية من المنظمات لتأهيل موظفيها استعداداً للمرحلة القادمة
4. الفصل مابين التسويق والمبيعات في الادارت والمسؤوليات ووضع الخطط على هذا الاساس.
5. فتح المجال للعنصر النسائي للمساهمة في تجربة التسويق الالكتروني لما تملكه المرأة من الحس الذوقي بالفطرة للتعامل مع الاعلان للتعريف عن المنتج .
6. وجود عدد هائل من خريجات دبلومات الكومبيوتر لم تتح لهن فرص العمل من سنوات عليهن تحديث معلوماتهن لدخول المرحلة القادمة

## الخاتمة

أشكر لكم سعة صدوركم ومساندتكم وأسأل الله سداد الرأي ويرزقنا وأياكم العمل النافع الخالص لوجهه الكريم

اللهم أرنا الحق حقا" وأرزقنا أتباعه وأرنا الباطل باطلا" وأرزقنا اجتنابه.