

أثر التجارة الإلكترونية على تخفيض التكاليف الإدارية

The impact of e-commerce on reducing administrative costs

د. عبير بكري سر الختم الحاج علي^{*1}¹ جامعة الملك خالد، السعودية، aalhaaj@kku.edu.sa

النشر: 2019/10/31

القبول: 2019/09/07

الاستلام: 2019/07/26

ملخص:

يتناول هذا البحث أثر التجارة الإلكترونية على تخفيض التكاليف الإدارية، حيث أن الانتشار الكبير الذي شهدته شبكة الأنترنت في الأونة الأخيرة سهل من إجراء العمليات التجارية عبر شبكات الأنترنت المختلفة لما تتمتع به من سرعة في الإنجاز ، وتقليل للتكاليف الإدارية المختلفة ، مما جعل مفهوم التجارة الإلكترونية يشيع ويتوسع ليشمل عمليات أوسع من البيع والشراء ، حيث أن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تتوقف عند حد معين والسبب من وراء ازدهارها هو إعتقاد تلك المؤسسات على التكنولوجيا المتطورة لشبكات الأنترنت .

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التكاليف الإدارية، شبكة الأنترنت.

Abstract:

This research deals with the impact of e-commerce on reducing administrative costs. The recent proliferation of the Internet has made it easier to conduct business operations across various Internet networks because of the speed of delivery and the reduction in administrative costs. And extends to include wider sales and purchase, as the prospects opened by e-commerce to companies and institutions and individuals do not stop at a certain extent and the reason for the prosperity is the adoption of these institutions on the advanced technology of the Internet.

Keywords: e-commerce, administrative costs, Internet network.

* المؤلف المراسل: د. عبير بكري سر الختم الحاج علي ، الإيميل: aalhaaj@kku.edu.sa

1. مقدمة:

إنّسم هذا العصر بالتطور التكنولوجي وسرعة الحصول على المعلومات في وقت وجيز جداً، ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة، إنتشرت وتجاوزت الحدود الجغرافية، وسهلت التواصل في كل المجالات، ومن بينها نجد مصطلح التجارة الإلكترونية الذي أصبح متداول في مختلف مجالات الحياة اليومية للأفراد.

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، تعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الأنترنت، الهواتف، الجوالات إلى غيرها من التقنيات التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة، وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق الإلكتروني بواسطة شبكات الإنترنت المتعددة من خلال عقد عمليات البيع والشراء وعرض المنتجات بكل سهولة ويسر.

1.1 أهمية البحث :

- المعرفة الدقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية وأثارها في الإقتصاد العالمي.

- الدوافع لإقامة هذه التجارة وما تتوفر عليه من إيجابيات.

2.1 أهداف البحث : يهدف البحث إلى تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية وأثرها على تخفيض التكاليف الإدارية، وتوضيح فوائدها المختلفة.

3.1 مشكلة البحث : تنبع مشكلة البحث في الكيفية التي تتم بها ممارسة التجارة الإلكترونية، المعوقات والمشاكل التي تح دث عن طريقها، وماهي نظرة المجتمع إليها.

4.1 فرضية البحث : هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التجارة الإلكترونية وتخفيض التكاليف الإدارية.

5.1 منهج البحث : لقد تم إستخدام المنهج الوصفي للإلمام بموضوع البحث، وذلك بإستخدام الأدوات والمراجع والكتب وكذلك البحث والإطلاع على بعض المقالات في شبكات الإنترنت، وأيضاً الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.

2. الإطار النظري :

شهد العالم خلال الفترة الأخيرة تحولاً سريعاً للتجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، حيث تلعب شبكة الإنترنت في وقتنا الحاضر دوراً رئيسياً كوسيط لإجراء العمليات التجارية المختلفة من خلال تنفيذ أعمال التجارة عبر وسائل التواصل المختلفة في شبكة الإنترنت، واتجهت العديد من المنشآت لإنشاء مواقع لها علي شبكة الانترنت لمباشرة أعمال التجارة الإلكترونية وإجراء عمليات المحاسبة عنها إلكترونياً، وتحاول الباحثة خلال هذا البحث التعرف على التجارة الإلكترونية والبيئة الخاصة بها وكذلك المشاكل التي يمكن ان تحدث من خلالها .

1.2 تعريف التجارة الإلكترونية :

لقد وردت في التجارة الإلكترونية تعريفات عديدة، نذكر أهمها فيما يلي :

التجارة الإلكترونية عبارة عن أداء لعملية تجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة. وهي أيضاً عبارة عن مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة(مدحت، 2001م)

وهي عبارة عن كل شكل من أشكال الإتصال ، يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة. ترى الباحثة أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن أحد أنواع النشاط التجاري الذي يتم فيه إستخدام وسائل التواصل المختلفة عبر شبكات الإنترنت مثل الفيس بوك والإستغرام والسناپ شات ، وهي من أنجح وسائل التجارة بفضل إستخدامها للتكنولوجيا المتطورة ، وللسرعة التي تتم بها عمليات الشراء والسداد وإستلام المنتج ، وفيها يتم تنفيذ كل ما يتصل بعمليات الشراء والبيع والتسليم للبضائع رقمياً ، وذلك عن طريق البيانات والمعلومات التي تدرج عبر شبكات الإتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى ، فنجد أن التجارة الإلكترونية قامت بتحويل كل المعاملات الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كفواتير الشراء والبيع والعقود إلى فواتير إلكترونية تتم كلها عبر الحاسب الآلي أو وسيلة إلكترونية أخرى رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية ، حيث يتوقع أن يتسع نطاق التجارة الإلكترونية وتصبح الوسيلة الأمتثل للتجارة في جميع الدول ، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها و يقارنها بأخرى أو حتى أن يطالب بإجراء تعديلات عليها إن أراد .

من المعلوم أن العديد من دول العالم إن لم يكن كلها سواء المتقدمة أو النامية تعاني مشكلات تتعلق بالبطالة وعدم توافر وظائف تستوعب الأيدي العاملة، أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تحقق ميزات للاقتصاد العالمي في مجال التوظيف من ناحيتين: الأولى: أنها تحقق فرصاً جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لاسيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، الأمر الذي يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة، والثانية: توفر التجارة الإلكترونية فرصاً وظيفية في عديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية، إضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها. إلا أنه يلاحظ أن استخدام التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن الوظائف التقليدية وحلال الوظائف المهارية الجديدة محلها، الأمر الذي يتطلب الاهتمام بتدريب العمالة على استخدام التقنية حتى تستطيع أن تدخل حلبة المنافسة وتفوز بوظائف. وهذا يعني أن التجارة الإلكترونية تؤثر سلباً في الوظائف اليدوية وعلى العمالة غير المؤهلة ولكنها تؤثر إيجاباً في العمالة المدربة تقنياً حيث تستطيع أن تجد وظائف بسهولة، وتساعد على استحداث مسميات وظيفية وتخصصات لم تكن مطلوبة أو معروفة من قبل، (عرفة، 2009).

ترى الباحثة أن التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية يؤدي إلى التقليل من التكاليف الإدارية المتعلقة بالأنشطة التجارية المختلفة مثل المرتبات ومصاريف ما بعد البيع والترحيل وخلافه، ولكل ذلك لأبد من توضيح الفوائد المترتبة على مجتمعاتنا عند استخدام التقنيات الحديثة لممارسة التجارة الإلكترونية، وتوفير فرص العمل المختلفة والقضاء على البطالة.

وكذلك تسهل التجارة الإلكترونية السبل المختلفة لنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة، تعمل على خفض تكاليف الإنشاء والتكاليف الإدارية وأعداد الموظفين، وتكاليف الإعلانات والدعاية وغيرها من المصاريف التشغيلية، التي تعيق عمل هذه المشروعات التي لا يمتلك أصحابها مصادر تمويلية كبيرة، فالتجارة الإلكترونية تعمل على توفير هذه التكاليف وتساعد على نجاح هذه المشروعات، وتمكن التجارة الإلكترونية هذه المشروعات من تسويق منتجات خارج حدود الدولة، والوصول للأسواق البعيدة، وإيجاد موردين جدد في الخارج، وتعمل على

تقديم منتجات جديدة تتلاءم مع حجم هذه المشروعات، وقدرتها المالية، مما يعطيها فرصة أكبر للبقاء والإسهام بنجاحها. (جبريل، 2012، 106)

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تساعد على الحد من مشكلة البطالة من خلال توفير فرص عمل جديدة، وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وصناعة المعرفة، وتعمل على تسهيل الأعمال الفردية الحرة والمشاريع الصغيرة، والعمل من المنزل، وزيادة فرص العمل لذوي الاحتياجات الخاصة، وإتاحة فرصة العمل للمرأة من المنزل بدون الاضطرار للعمل في الخارج، إلا أنها تتطلب عمالة فنية متخصصة ومدربة قادرة على التعامل مع تطبيقاتها، مثل مهندسي الحاسب، ومصممي المواقع. (محسن، 2005، 7)

2.2 خصائص التجارة الإلكترونية (رأفت رضوان، 1999م) :

تتسم التجارة الإلكترونية المعتمدة على شبكة الأنترنت بعدة خصائص هي :
التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد ، حيث انعدام العلاقة المباشرة بينهما لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الإتصالات .

تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفير المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجها في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية كما أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية وانخفاض عوائق الدخول في الأسواق من شأنه تقليل بعض الاختلافات في الأسواق التجارية، وتحريك الأنشطة الاقتصادية والوصول بها إلى أن يكون اقتصادا يعتمد على المنافسة الكاملة. (رضوان، 1999: 41)

فالتجارة الإلكترونية تعمل على توفير هذه المعلومات في المواقع الإلكترونية وتكون متاحة للبائعين والمشتريين معاً ، حيث يمكنهم مشاهدة مواصفات السلع والخدمات وأسعارها وصورها، وطريقة استلامها وذلك يزيد من مرونة الطلب السعرية ويقلل احتكار المنتجين، وتتطلب التجارة الإلكترونية من المتعاملين بها الالتزام بالمعايير الدولية ، من حيث الأسعار والأوزان وتاريخ الصلاحية، وشهادة الضمان ، وطريق الاستلام ، مما يتيح الشركات المنافسة في الأسواق العالمية، وبذلك تكون التجارة الإلكترونية وفرت المعلومات الكاملة عن السوق للجميع، وحققت الفرض الرابع من شروط سوق المنافسة الكاملة. (مقلد، 2003: 27)

لقد أزلت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس، فالمستهلك يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة أي انحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية، مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة (بجم، 2004: 60)

3.2 تعريف التكاليف الإدارية :

هي التكاليف المتعلقة بالإدارة والوظائف العامة الخاصة بالمؤسسة وليست متعلقة بشكل مباشر بأي قسم محدود وتعتبر في بعض الأحيان جزء من النفقات التجارية العامة، ويُمْكِن لهذه التكاليف أن تكون لتلبية الاحتياجات الأساسية مثل إيجار المكان للمنشأة أو المرافق أو اللوازم المكتبية. يمكن للتكاليف الإدارية أيضاً أن تشمل رواتب الأشخاص الغير مشاركين في المبيعات، أو الإنتاج أو الأقسام الأخرى داخل الشركة، مثل المديرين التنفيذيين والسكرتارية والاستقبال (<https://trading-secrets.guru>).

3. الدراسة الميدانية:

أولاً: مجتمع عينة البحث

يقصد بمجتمع البحث المجموعة الكلية من العناصر التي تسعى الباحثة أن تعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. ويتكون مجتمع البحث من عينة مختارة من طالبات كلية المجتمع بخميس مشيط وكان عددهم (92) طالبة .

ثانياً: أداة البحث

إعتمدت الباحثة على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة البحث. إحتوت الإستبانة على قسمين رئيسين:

- 1/ القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة البحث.
- 2/ القسم الثاني : يحتوى هذا القسم على عدد (18) عبارة ، طلب من أفراد عينة البحث عن إستجاباتهم عما تصفه كل عبارة ، وفق مقياس ليكرت الخماسي . وتم توزيع هذه العبارات على فرضيات البحث.

ثالثاً: صدق وثبات أداة الدراسة

إستخدمت الباحثة أسلوب كرونباخ ألفا (Cronbach - Alpha) لإختبار مدى وجود إرتباط بين القياسات المعبرة عن آراء عينة الدراسة ،حيث كانت قيمة معامل الثبات 0.875 وهي نسبة أكبر من الحد الأدنى

المقبول لمعامل الثبات وهو 0.70 مما يعني توفر درجة كبيرة من الثبات وإمكانية الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

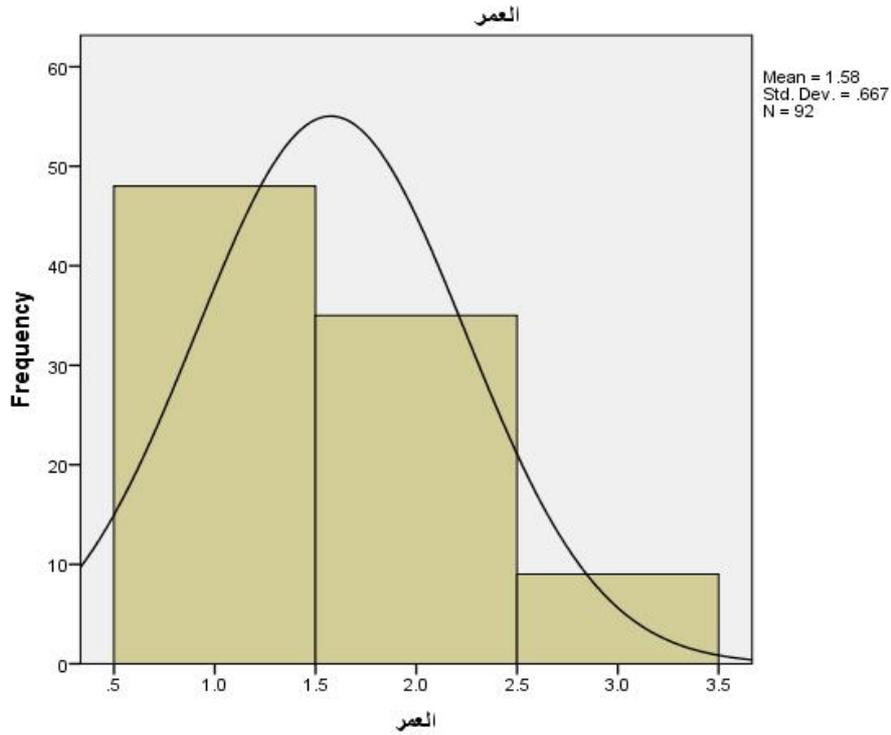
رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

للحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS التحليل الإحصائي :

البيانات الشخصية :

1. العمر

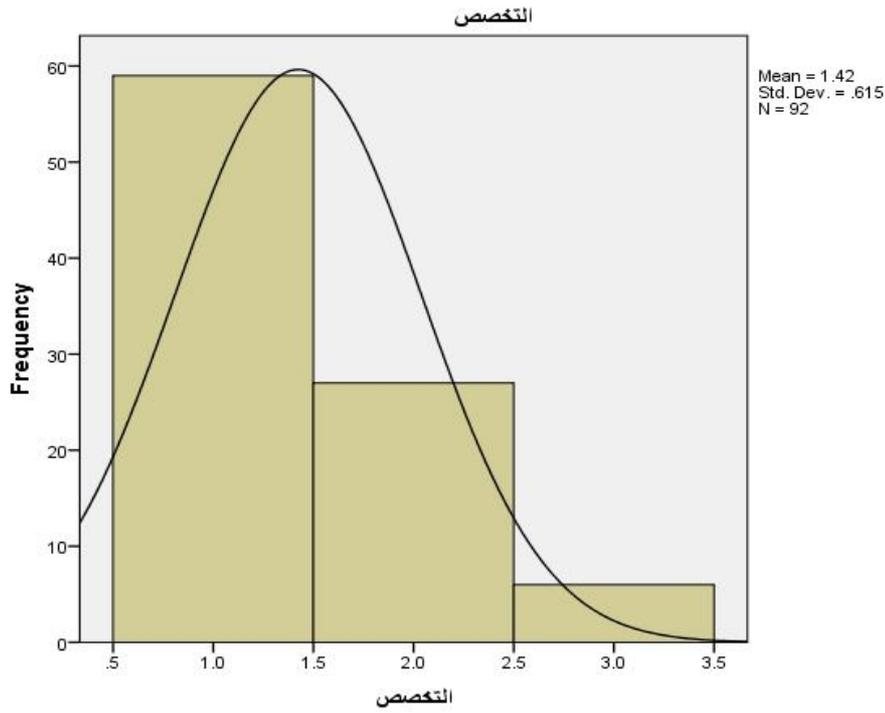
العمر	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
20 إلى 18 من	48	52.2	52.2	52.2
25 إلى 21 من	35	38.0	38.0	90.2
أكثر من 26	9	9.8	9.8	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	



المصدر : من إعداد الباحثة 2019م

12 التخصّص

التخصّص	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحقّقة	النسبة التراكمية
ادارة	59	64.1	64.1	64.1
محاسبة	27	29.3	29.3	93.5
نظم	6	6.5	6.5	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	



المصدر : من إعداد الباحثة 2019م

1/ تعمل التجارة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد لمستخدميها .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحقّقة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	1	1.1	1.1	2.2
محايد	5	5.4	5.4	7.6
أوافق	43	46.7	46.7	54.3
أوافق بشدة	42	45.7	45.7	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

2/ تساعد التجارة الإلكترونية المستهلك على الوصول إلى السلعة بأقل سعر ممكن .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق	10	10.9	10.9	10.9
محايد	15	16.3	16.3	27.2
أوافق	44	47.8	47.8	75.0
أوافق بشدة	23	25.0	25.0	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

3/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض تكلفة المبيعات للمنتجين .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق	10	10.9	10.9	10.9
محايد	26	28.3	28.3	39.1
أوافق	39	42.4	42.4	81.5
أوافق بشدة	17	18.5	18.5	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

4/ من خلال التجارة الإلكترونية يتم توضيح المعلومات الأساسية للمنتجات بصورة واضحة .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	12	13.0	13.0	14.1
محايد	20	21.7	21.7	35.9
أوافق	38	41.3	41.3	77.2
أوافق بشدة	21	22.8	22.8	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

5/ تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة معدل المبيعات من خلال شبكات الانترنت المختلفة

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق	1	1.1	1.1	1.1
محايد	9	9.8	9.8	10.9
أوافق	39	42.4	42.4	53.3
أوافق بشدة	43	46.7	46.7	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

6/ تعمل التجارة الإلكترونية على جذب المستهلكين من خلال الإعلانات الترويجية.

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	4	4.3	4.4	5.5
محايد	3	3.3	3.3	8.8
أوافق	43	46.7	47.3	56.0
أوافق بشدة	40	43.5	44.0	100.0
System	1	1.1		
المجموع	92	100.0		

7/ يتم توضيح سياسات الشراء والاسترجاع عبر الانترنت بصورة مبسطة للمستهلكين .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	3	3.3	3.3	3.3
لا أوافق	6	6.5	6.5	9.8
محايد	16	17.4	17.4	27.2
أوافق	39	42.4	42.4	69.6
أوافق بشدة	28	30.4	30.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

8/ يقوم المستهلكون من خلال التجارة الإلكترونية بالمقارنة بين أسعار المنتجات بأقل تكلفة ممكنة .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق	1	1.1	1.1	1.1
محايد	14	15.2	15.2	16.3
أوافق	42	45.7	45.7	62.0
أوافق بشدة	35	38.0	38.0	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

9/ ينبغي عدم فرض الضرائب على السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الإلكترونية

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	3	3.3	3.3	3.3
لا أوافق	7	7.6	7.6	10.9
محايد	11	12.0	12.0	22.8
أوافق	30	32.6	32.6	55.4
أوافق بشدة	41	44.6	44.6	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

10/ تقوم شبكات الانترنت بتوضيح أهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	2	2.2	2.2	2.2
لا أوافق	9	9.8	9.8	12.0
محايد	12	13.0	13.0	25.0
أوافق	37	40.2	40.2	65.2
أوافق بشدة	32	34.8	34.8	100.0
Total	92	100.0	100.0	

11/ توجد سياسة واضحة لحقوق مستخدمي شبكات الإنترنت في عمليات الشراء .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	9	9.8	9.8	10.9
محايد	20	21.7	21.7	32.6
أوافق	38	41.3	41.3	73.9
أوافق بشدة	24	26.1	26.1	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

12/ توجد أطر قانونية كافية توفر الثقة والحماية لكل المتعاملين في التجارة الإلكترونية

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	3	3.3	3.3	3.3
لا أوافق	11	12.0	12.0	15.2
محايد	27	29.3	29.3	44.6
أوافق	34	37.0	37.0	81.5
أوافق بشدة	17	18.5	18.5	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

13/ تساهم التجارة الإلكترونية في تبادل الآراء والخبرات عن طريق المجتمعات الإلكترونية على الإنترنت .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	3	3.3	3.3	4.3
محايد	11	12.0	12.0	16.3
أوافق	48	52.2	52.2	68.5
أوافق بشدة	29	31.5	31.5	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

14/ المنتجات التي يتم شراؤها عبر التجارة الإلكترونية تكلفتها تكون أقل مقارنة بالمنتجات الأخرى .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	2	2.2	2.2	2.2
لا أوافق	7	7.6	7.6	9.8
محايد	20	21.7	21.7	31.5
أوافق	41	44.6	44.6	76.1
أوافق بشدة	22	23.9	23.9	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

15/ مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها وفقاً لرغبة المستهلكين بأقل تكلفة .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	3	3.3	3.3	3.3
لا أوافق	7	7.6	7.6	10.9
محايد	10	10.9	10.9	21.7
أوافق	56	60.9	60.9	82.6
أوافق بشدة	16	17.4	17.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

16/ تعمل التجارة الإلكترونية على انتشار الأسواق المحلية إلى النطاق الدولي بأقل تكلفة ممكنة .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	1	1.1	1.1	1.1
لا أوافق	5	5.4	5.4	6.5
محايد	13	14.1	14.1	20.7
أوافق	42	45.7	45.7	66.3
أوافق بشدة	31	33.7	33.7	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

17/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض المصروفات المتعلقة بإدارة المنشآت .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	3	3.3	3.3	3.3
لا أوافق	6	6.5	6.5	9.8
محايد	20	21.7	21.7	31.5
أوافق	36	39.1	39.1	70.7
أوافق بشدة	27	29.3	29.3	100.0
Total	92	100.0	100.0	

18/ انتشرت التجارة الإلكترونية أكثر عبر وسائل التواصل المختلفة مثل الإنستغرام والسناپ شات وغيرها .

	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المحققة	النسبة التراكمية
لا أوافق بشدة	2	2.2	2.2	2.2
محايد	4	4.3	4.3	6.5
أوافق	26	28.3	28.3	34.8
أوافق بشدة	60	65.2	65.2	100.0
المجموع	92	100.0	100.0	

التحليل الإحصائي :

أسئلة الفرضية	العدد	الحد الأدنى	الحد الأعلى	القياس	الإنحراف المعياري
1/ تعمل التجارة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد لمستخدميها .	92	1.00	5.00	4.3478	.73282
2/ تساعد التجارة الإلكترونية المستهلك على الوصول إلى السلعة بأقل سعر ممكن .	92	2.00	5.00	3.8696	.91648
3/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض تكلفة المبيعات للمنتجين .	92	2.00	5.00	3.6848	.90091
4/ من خلال التجارة الإلكترونية يتم توضيح المعلومات الأساسية للمنتجات بصورة واضحة .	92	1.00	5.00	3.7174	.99809

5/ تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة معدل المبيعات من خلال شبكات الانترنت المختلفة .	92	2.00	5.00	4.3478	.70219
6/ تعمل التجارة الإلكترونية على جذب المستهلكين من خلال الإعلانات الترويجية.	91	1.00	5.00	4.2857	.82038
7/ يتم توضيح سياسات الشراء والاسترجاع عبر الانترنت بصورة مبسطة للمستهلكين .	92	1.00	5.00	3.9022	1.01700
8/ يقوم المستهلكون من خلال التجارة الإلكترونية بالمقارنة بين أسعار المنتجات بأقل تكلفة ممكنة .	92	2.00	5.00	4.2065	.73437
9/ ينبغي عدم فرض الضرائب على السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الإلكترونية	92	1.00	5.00	4.0761	1.08165
10/ تقوم شبكات الانترنت بتوضيح أهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها .	92	1.00	5.00	3.9565	1.03683
11/ توجد سياسة واضحة لحقوق مستخدمي شبكات الانترنت في عمليات الشراء .	92	1.00	5.00	3.8152	.97134
12/ توجد أطر قانونية كافية توفر الثقة والحماية لكل المتعاملين في التجارة الإلكترونية	92	1.00	5.00	3.5543	1.03099
13/ تساهم التجارة الإلكترونية في تبادل الآراء والخبرات عن طريق المجتمعات الإلكترونية على الإنترنت .	92	1.00	5.00	4.0978	.81281
14/ المنتجات التي يتم شراؤها عبر التجارة الإلكترونية تكلفتها تكون أقل مقارنة بالمنتجات الأخرى .	92	1.00	5.00	3.8043	.96350
15/ مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها وفقاً لرغبة المستهلكين بأقل تكلفة .	92	1.00	5.00	3.8152	.92498
16/ تعمل التجارة الإلكترونية على انتشار الأسواق المحلية إلى النطاق الدولي بأقل تكلفة ممكنة .	92	1.00	5.00	4.0543	.89399
17/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض المصروفات المتعلقة بإدارة المنشآت .	92	1.00	5.00	3.8478	1.02641
18/ انتشرت التجارة الإلكترونية أكثر عبر وسائل التواصل المختلفة مثل الإنستغرام والسناپ شات وغيرها .	92	1.00	5.00	4.5435	.77620
المجموع	92				

المصدر : من إعداد الباحثة 2019م

4. الخاتمة :

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد ومؤسسات وإدارات ، لما تمنحه من إنفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر الأرباح بأقل التكاليف

عن طريق قنوات الترويج والبحث عن زبائن وأسواق جديدة ، عبر الوسائل الإلكترونية بالإعتماد على نظم الدفع والسداد الحديثة .

وإن إعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة والإختراق لمواقعها وتدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول العالم ويكون هذا بإتباع أساليب حديثة بما يتلائم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة ، في ظل نمو الأسواق الشاملة والتحالفات الإقتصادية بين دول العالم .

أخيراً وكخلاصة فإن إستخدام تكنولوجيا المعلومات في مجال التجارة عززتها التطورات الحاصلة في مختلف مجالات الإتصال ، حيث جعلت العالم يعرف تطوراً هائلاً في مجال التجارة الإلكترونية مع تخفيض كبير في التكاليف التي كانت تستخدم في التجارة التقليدية . ولكل ذلك ينبغي على الجميع العمل على تطبيق أساليب التجارة الإلكترونية في شتى مناحي الحياة .

1.4 النتائج :

- 1/ تعمل التجارة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد لمستخدميها .
- 2/ تساعد التجارة الإلكترونية المستهلك على الوصول إلى السلعة بأقل سعر ممكن .
- 3/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض تكلفة المبيعات للمنتجين .
- 4/ من خلال التجارة الإلكترونية يتم توضيح المعلومات الأساسية للمنتجات بصورة واضحة .
- 5/ تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة معدل المبيعات من خلال شبكات الانترنت المختلفة .
- 6/ تعمل التجارة الإلكترونية على جذب المستهلكين من خلال الاعلانات الترويجية .
- 7/ يتم توضيح سياسات الشراء والإسترجاع عبر الانترنت بصورة مبسطة للمستهلكين .
- 8/ يقوم المستهلكون من خلال التجارة الإلكترونية بالمقارنة بين أسعار المنتجات بأقل تكلفة ممكنة .
- 9/ ينبغي عدم فرض الضرائب على السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الإلكترونية .
- 10/ تقوم شبكات الانترنت بتوضيح أهمية التجارة الإلكترونية ومزاياها .
- 11/ توجد سياسة واضحة لحقوق مستخدمي شبكات الانترنت في عمليات الشراء .
- 12/ توجد أطر قانونية كافية توفر الثقة والحماية لكل المتعاملين في التجارة الإلكترونية .
- 13/ تساهم التجارة الإلكترونية في تبادل الآراء والخبرات عن طريق المجتمعات الإلكترونية على الانترنت .
- 14/ المنتجات التي يتم شراؤها عبر التجارة الإلكترونية تكلفتها تكون أقل مقارنة بالمنتجات الأخرى .

- 15/ مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها وفقاً لرغبة المستهلكين بأقل تكلفة .
- 16/ تعمل التجارة الإلكترونية على إنتشار الاسواق المحلية إلى النطاق الدولي بأقل تكلفة ممكنة
- 17/ تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض المصروفات المتعلقة بإدارة المنشآت .
- 18/ إنتشرت التجارة الإلكترونية أكثر عبر وسائل التواصل المختلفة مثل الإنستغرام والسناپ شات وغيرها .

2.4 التوصيات :

- 1/ إستخدام نظام السداد الإلكتروني بدلاً عن النظام التقليدي (النقدي) في جميع المعاملات المالية عند الشراء والبيع .
- 2/ العمل على الحد من المخاطرة في عمليات البيع سواء من الشركات أو الأفراد .
- 3/ ضمان الحماية الكافية من قبل الشركات التي تعمل بنظام التجارة الإلكترونية ضد أي نشاط إجرامي أو مشبوه .
- 4/ العمل على تطوير القوانين التجارية لمواكبة المستجدات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية .
- 5/ إيجاد آلية تتفق عليها جميع الدول في سرعة إنجاز عمليات التقاضي التي تنتج عن ممارسة التجارة الإلكترونية .
- 6/ تنفيذ العمليات التجارية بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية من سرعة في إتمام المعاملات .
- 7/ تعهد الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية في ضمان وحماية حقوق مستخدميها .
- 8/ على الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تقديم تنوير بصورة دورية عن كل المستجدات التي تحدث في مجالها
- 9/ العمل على إيجاد آلية مشتركة للتعاون بين القطاع الخاص والقطاع الحكومي للإستفادة القصوى من التطور في مجال التجارة الإلكترونية .
- 10/ تشجيع المؤسسات التجارية الصغيرة والمتوسطة على العمل في مجال التجارة الإلكترونية .

5. المراجع :

1. مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة 2001، ص 12
2. الدكتور رأفت رضوان -عالم التجارة الإلكترونية ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، مصر، 1999م.

3. جبريل، سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012.
4. محسن، منار، التجارة الإلكترونية - متطلباتها واستراتيجياتها تنميتها مع الإشارة لمصر، مجلة النهضة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد2، المجلد6،
5. عرفه، محمد، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة، مجلة الاقتصادية، النسخة الإلكترونية، 6مارس 2009 (aleqt.com)
6. مقلد، رمضان، اثر التجارة الإلكترونية على هيكل الاسواق مع الإشارة إلى الدول النامية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الإسكندرية، العدد 2، 2002.
7. نجم، نجم عبود، الإدارة الإلكترونية - الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، الرياض: دار المريخ،
- المواقع الإلكترونية :
1. <https://trading-secrets.guru>