

## التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات الإدارية الواقع والأهمية

### نموذج عام مقترح

سلمان عبود زبار

مدرس / المعهد التقني المسيب

### الخلاصة

تناول هذا البحث واقع التجارة الإلكترونية في الشركات العراقية وناقش المعوقات والمشاكل التي تواجهها وسبل معالجة تلك المشاكل، كما يقدم البحث نموذج عام مقترح لنظام ربط الشركة مع موقعها الإلكتروني ( الانترنت ) ، ويكشف البحث عن تأثير نظام التجارة الإلكترونية على مكونات نظام المعلومات الإدارية ، وقد توصل البحث إلى النتائج التالية :-

- 1- لا بد للشركات العراقية من تطبيق نظام التجارة الإلكترونية عاجلاً أو آجلاً لأهميته في التجارة العالمية.
- 2- هناك ضعف كبير من استفادة الشركات العراقية من نظام التجارة الإلكترونية
- 3- تواجه الشركات العراقية صعوبات ومعوقات في تطبيق نظام التجارة الإلكترونية يمكن التغلب عليها من خلال توزيع الأدوار بين الحكومة والشركات .
- 4- تبين من خلال نتائج البحث أن نظام التجارة الإلكترونية يؤثر في نظام المعلومات الإدارية سواء كانت تلك التأثيرات عامة ، رقابية ، مدخلات ، تشغيل النظام ، مخرجات نظام المعلومات الإدارية.

### المقدمة

شهدت الفترة الأخيرة تطورات سريعة في تغير شكل التجارة في الدول المتقدمة، حيث أظهرت تحولاً سريعاً من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الذي تلعب فيه شبكات الانترنت دوراً رئيسياً . وتعمل الحكومات والشركات في هذه الدول بشكل جلي على دعم عملية الانتقال من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني للتجارة ، كما تعمل على توفير كافة أسباب النجاح لها، لأنها تساهم بقوة في توسيع الأسواق العالمية المتاحة أمام منتجاتها، وتشير العديد من التقارير إلى أن 20% من إجمالي التجارة العالمية ستتحول إلى تجارة عبر Internet خلال السنوات القليلة المقبلة، وإلى أن حجم التجارة الإلكترونية سيتضاعف كل سنة ، خلال المستقبل المنظور ، وسيصبح الانترنت القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في الكثير من العالم في القرن الحادي والعشرين . وفي العراق نجد معظم الشركات بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية، لأسباب مختلفة تتمثل في العديد من العقبات والمعوقات والصعوبات التي تمثل مشكلة حقيقية تواجه الشركات العراقية، وهذه المشكلة تحتاج إلى تشخيص من جهات متعددة ، وتحتاج إلى تضافر الجهود والقيام بدور أكبر في دعم التجارة الإلكترونية، ولقد أصبح من الضروري على جميع الشركات والمنظمات التي ترغب في البقاء في دنيا الأعمال ضرورة أن يكون لها موقع على الشبكة الدولية للمعلومات ( Internet ) وهذه المهمة لا تقع على عاتق الحكومة وحدها بل تتطلب المهمة أن تقوم جهات عدة بدورها ومن أهم تلك الجهات في العراق هي:-

- 1- وزارة المالية - وزارة التجارة - وزارة الصناعة - وزارة التخطيط .
  - 2- وزارة التعليم العالي - الجامعات - هيئة التعليم التقني - وزارة العلوم والتكنولوجيا .
  - 3- مجلس الغرف التجارية والصناعية والمصالح وشركات القطاع الخاص .
  - 4- المصارف والبنوك . 5. شركات ومؤسسات الاتصالات .
- ومما لا شك فيه أن نظام التجارة الإلكترونية له تأثيرات على العديد من النظم الفرعية في الشركات ، ومن هذه النظم نظام المعلومات الإدارية التي يجب أن يتكيف مع نظام التجارة الإلكترونية. وبذلك ركز البحث على أهمية تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات العراقية وتحليل واقع ومشاكل تلك الشركات وكيفية معالجة هذه العقبات، كما تناول البحث نموذج عام يصلح لأغلب الشركات العراقية بعد أن يتم تعديله وتطويره بما يتلائم وواقع تلك الشركات والمنظمات علماً بأن هذا النموذج لا يخلو من صعوبات عند التطبيق.

## منهجية البحث

أولاً- مشكلة البحث: تتمتع تقنية التجارة الالكترونية عن غيرها من التقنيات التقليدية بعدة مميزات وأن البعد من هذه التقنية وجني ثمارها سيجعل الشركات العراقية لا تواكب التطور العالمي ، ويمكن القول بأن هذا البحث يحاول الإجابة على عدد من الأسئلة التي تتمثل في :-

- 1- هل استفادت الشركات العراقية من التقنيات المتقدمة في مجال تقنية المعلومات وخاصة نشاط التجارة الالكترونية، وما مدى أهمية هذا النشاط للشركات العراقية ؟
- 2- ما هي المعوقات التي تحول دون تطبيق وتفعيل نشاط التجارة الالكترونية، وما هي وسائل العلاج؟
- 3- هل يؤثر تطبيق التجارة الالكترونية على مكونات نظام المعلومات الإدارية؟

ثانياً- هدف البحث: تتجلى أهداف البحث بالآتي:-

- 1- تشخيص واقع التجارة الالكترونية في العراق.
- 2- تحديد مشاكل ووسائل العلاج التي تواجه التجارة الالكترونية في العراق.
- 3- تكييف نظام المعلومات الإدارية ليتلائم مع نظام التجارة الالكترونية.

ثالثاً- أهمية البحث: يعتبر نظام التجارة الالكترونية تحدي جديد للنظم الإدارية والمحاسبية حيث يمثل فجوة أخرى من الاحتياجات لنوعية معينة من المعلومات التي يتطلبها هذا النظام الجديد حيث يحتاج إلى نوعية معينة من المعلومات وطريقة معينة من التعامل تختلف عن الأنظمة التقليدية لما يوفره من إنتاج التقارير الإدارية والمحاسبية، حيث أن عدد ليس قليل من الشركات الأوربية والأمريكية تنتج وتستخدم التقارير والكشوفات عبر شبكة المعلومات الدولية، بينما عدد قليل جداً من الشركات العربية تستخدم هذه الوسيلة في عقد الصفقات وإنتاج التقارير وتبادل المعلومات وبما يوفر الفرص للمستثمرين المحليين والدوليين. وتزداد أهمية هذا البحث لتحديد مدى اعتماد بيئة الأعمال العراقية على التجارة الالكترونية والتي لا مفر من تطبيقها إن أجلاً أو عاجلاً وتحديد تأثيرها على نظام المعلومات الإدارية .

رابعاً - فروض البحث: في ضوء مشكلة وأهداف البحث يمكن صياغة افتراضاته على النحو الآتي:-

1. ان التجارة الالكترونية في العراق تواجه مشاكل ومعوقات تحول دون تطبيقها والاستفادة منها في الشركات العراقية
2. أن نظام التجارة الالكترونية له تأثير على مكونات نظام المعلومات الإدارية.

خامساً- خطة البحث: يبنى البحث المنهج الاستطلاعي يحاول من خلاله تقييم الوضع الحالي لنظام التجارة الالكترونية خاصة وأن اغلب الشركات العراقية لا تملك مواقع لها عبر شبكة المعلومات الدولية وأن امتلاكه فأنها لا تخصص في عمليات البيع والشراء والتعاملات الأخرى. وعليه ركزت خطة البحث في تحديد موقف الشركات العراقية من التجارة الالكترونية ومدى تأثيرها على مكونات نظام المعلومات الإدارية وقد تم ذلك من خلال الخطوات التالية:-

- 1- تم تحديد 87 شركة وتعتبر من الشركات المهمة على مستوى العراق وتم إرسال استمارات الاستبانة بواسطة البريد لهذه الشركات في عملية استمرت لمدة ثلاث شهور إلا أن الباحث لم يلقى الاستجابة الكافية مما أضطره بالاتصال المباشر والوعد بالرد عليها ومع ذلك كانت الاستجابة هي الأخرى ضعيفة جداً ومن مجموع المحاولات تم تلقي 32 استمارة وبنسبة 37% علماً بأن أغلب الشركات التي استجابت كانت تقع في محافظة الباحث وفيها الكثير من الشركات المهمة ويبين الجدول التالي مجتمع وعينة البحث ومعدل الردود ونسبة تمثيل العينة .

| مجتمع البحث                      | عدد الاستبانات المرسله | عدد الردود الصالحة | عدد الردود المستبعدة | معدل الردود | نسبة تمثيل العينة لمجتمع البحث |
|----------------------------------|------------------------|--------------------|----------------------|-------------|--------------------------------|
| شركات قطاع عام ( صناعية وخدمية ) | 65                     | 26                 | 39                   | %40         | %75                            |
| شركات قطاع خاص                   | 22                     | 6                  | 16                   | %27         | %25                            |
| المجموع                          | 87                     |                    |                      |             | %100                           |

\* تتميز تقنية التجارة الالكترونية عن غيرها من التقنيات التقليدية بعدة مميزات منها ( الوجود الواسع ( المكان والوقت ) ، التداول العالمي ( تخطي حدود الدول ) ، كثافة المعلومات ) . ( Laudon & Guerico , 2001:P.9 ) .

- 2- تم عرض استمارة الاستبانة على (7) محكمين وخبراء في مختلف الاختصاصات من الجامعات والمعاهد والمكاتب الرئيسية (للاترنيت) وقد لقت قبولاً بعد أن تم إضافة وحذف بعض الفقرات .
- 3- تم استخدام التحليل الإحصائي لأجراء التحليلات اللازمة كالنسبة المئوية والتكرارات .

### المبحث الأول

#### التجارة الالكترونية في بيئة الأعمال العراقية

#### الواقع - والأهمية - المشاكل ووسائل العلاج

بدأ مصطلح التجارة الالكترونية بالظهور بعد عام 1964 حيث أرتبط هذا المصطلح مع شبكة الانترنت (القشي، 2008 : 77) وكان لظهورها تأثيرات متعددة على النظم الإدارية والمحاسبية في التصميم والأداء وإنتاج الصفقات والتقارير ( البيع والشراء ) والضريبة. وركزت المرحلة الأولى لشبكة المعلومات الدولية على الاستخدام الشخصي وركزت المرحلة الثانية على طرق إنشاء التجارة الالكترونية والتي تمثلت في البحث عبر الشبكة عن المنتجات المختلفة وتحديد العروض المناسبة من هذه المنتجات من حيث السعر وركزت المرحلة الثالثة على إنتاج التقارير الإدارية والمحاسبية (Harper & Arnet, 1995)

فأين نحن في العراق من هذه التقنية المتقدمة في مجال المعلومات والاتصالات خاصة نظام التجارة الالكترونية، وما هي المعوقات التي تعيق تطبيق وتفعيل نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية ووسائل العلاج وذلك تحقيقاً لأهداف البحث والمتمثلة في تشخيص واقع التجارة الالكترونية في الشركات العراقية حتى تتمكن من التواجد والاستمرار في دنيا الأعمال وقد تناول هذا المبحث النقاط التالية:-

- 1- ماهية التجارة الالكترونية . 2-واقع التجارة الالكترونية في الشركات العراقية . 3- معوقات ومشاكل تطبيق وتفعيل نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية. 4-الحلول والعلاج لتلك المشاكل والمعوقات.

#### 1-1 ماهية نظام التجارة الالكترونية :

للتعرف على التجارة الالكترونية وأهميتها وأنواعها نحدد ما يلي:-

#### 1-1-1 تعريف التجارة الالكترونية ( E-Commerce ) :

يمكن القول إن مصطلح التجارة الالكترونية ببساطة يعني استخدام الانترنت لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد ( p7 : 2001, Laudon.& Guericio ) وقد عرفها ( بلقاسم وعلي ، 2002 : 360 ) بأنها المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة. وقد عرفت بأنها اسلوب جديد في الأعمال يتعلق بالسلع والخدمات وسرعة الأداء ويعتمد على شبكة الاتصالات في البحث والاسترجاع للمعلومات ولمساندة الأفراد في اتخاذ القرار ( قبيعة ، 1998 : 12 ) . وقد عرفت بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات لتوفير روابط فعالة بين أطراف التجارة ( p7 : 2000, Smith & Speaker ).

من كل هذه التعاريف يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها (( نظام يعتمد على شبكة Internet من خلاله تتم العمليات الخاصة بالدعاية والإعلان والتسويق والتجارة من بيع وشراء سلع وخدمات واستشارات من خلال تداول البيانات والمعلومات والأموال بشكل الكتروني مما يؤدي إلى تخفيض في الكلفة وضغط سلسلة الوسطاء , ويؤثر على تصميم نظام المعلومات الإدارية الذي يجب أن يتكيف مع هذه التقنية المتقدمة )).

#### 1-1-2 الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية:

قد يختلط الفهم بين التجارة الالكترونية ( E-Commerce ) والأعمال الالكترونية ( E-Business ) فالرأي الأول يعتقد بأن التجارة الالكترونية تشمل جميع العمليات الالكترونية التي تقوم بها الشركات متضمنة كذلك البنية التحتية لنظم المعلومات وتضم بالتالي الأعمال الالكترونية، وحسب هذا الرأي ( Laudou, 2001; p:109 ) فأن

الأعمال الالكترونية عبارة عن العمليات الرقمية الالكترونية ضمن بيئة المنشآت فقط ويقتصر دورها ضمن إجراءات الرقابة الداخلية ومثال على ذلك السيطرة على مخزون الشركة في مخازن بعيدة من موقع الشركة من خلال وسائط تكنولوجيا رقمية. أما الرأي الآخر فيعتقد بأن الأعمال الالكترونية هي الأشمل ويندرج تحتها جميع أدوات التعامل الالكتروني الأخرى.

ويرى الباحث بأن الرأي الأول هو أقرب إلى الصحة كونه تدرج جميع الشركات العالمية المتعاملة عبر شبكة Internet على جميع تعاملاتها الالكترونية بالتجارة الالكترونية كما أنه يتفق مع العقليّة الإدارية والمحاسبية، فمصطلح الأعمال Business ينطبق على المنشآت كوحدة مستقلة تهدف إلى إدارة عمل محدد هو الربح أما التجارة Commerce تدل على التعاملات مع الغير (بيع شراء) لإنجاز ذلك العمل.

من خلال ذلك يمكن تحديد أهم المجالات التي يمكن استخدام نظام التجارة الالكترونية فيها كما يلي:-

- 1- جميع التعاملات التجارية ( Business Support ): بداية من تبادل الكتالوجات الالكترونية للمنتجات وتبادل البيانات والمستندات المرتبطة بالبيع والشراء وعمليات الدفع بمراحلها وتقييم خدمات ما قبل وما بعد البيع.
- 2- تجارة التجزئة ( Retail ): الكتب والمجلات بداية من عمليات البحث عن اسم الكتاب أو المجلة ومعرفة السعر و عملية الدفع بالطريقة الالكترونية والتسليم بواسطة الناشر، كما تشمل جميع تجارة التجزئة والجملة لجميع السلع والبرامج والكتب والمجلات.
- 3- في مجال المصارف والتمويل ( Finance ) : حيث يمكن للمصارف والبنوك استخدام نظام التجارة الالكترونية في جميع الخدمات المصرفية بداية من الاستعلام عن الرصيد والحصول على القروض والسلف وسداد قيم الصفقات الالكترونية وفواتير الكهرباء الالكترونية فإن جميع الصفقات الالكترونية تحتاج إلى إتمام بواسطة البنوك ومؤسسات مالية ولذلك فإن البنوك أيضاً تقوم بدور الوسيط في التعاملات المالية بين أطراف الصفقات الالكترونية ( الحلو ، 2005 : 28 ) .
- 4- في مجال التوزيع ( Distribution ): مثل توزيع البرامج والمنتجات الالكترونية والأجهزة المادية والصور والموسيقى والأفلام من خلال الشبكة العالمية ( جيرلاش، 2001 : 43 )
- 5- في مجال النشر ( Publishing ): مثل قيام دور النشر الصحفية بإتاحة إصدارها من الجرائد والمجلات بشكل الكتروني.
- 6- الكثير من الخدمات المتخصصة مثل الاستشارات القانونية والفنية والإدارية والمحاسبية والهندسية والاقتصادية والبيئية... الخ .

### 1-1-3 أهمية التجارة الالكترونية:

يرتبط نمو التجارة الالكترونية ، بنظيراتها العالمية وبمستوى التطور الاقتصادي والتقني والتقاليد الاجتماعية السائدة في العراق، وفيه من الخيرات والإمكانيات والعقول لو استغلت استغلالاً أمثل يمكن لها أن تلعب دوراً ايجابياً في نمو التجارة الالكترونية في العراق، حيث يمكن لنظام التجارة الالكترونية الربط بين المدن ومراكز التسويق الرئيسية (الشورجة ، جميلة ، المتنبى، ....) و بإمكان المقيم في مدن أخرى التعرف على ما تعرضه وتبيعه المراكز ، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى على المستوى العالمي ، فقد أجمع العديد من الكتاب ( السيد والمطيري ، 2002 : 216) في إحدى الدراسات عديد من الأسباب التي تدفع إلى ضرورة التعامل مع شبكة المعلومات الدولية وبالتالي التجارة الالكترونية والمنافع التي تؤدي إلى ضرورة التعامل مع شبكة المعلومات الدولية وبالتالي التجارة الالكترونية والمنافع التي تجنيها الشركات والمستهلكين كما يوضح ذلك الجدول (1 - 1)

جدول ( 1-1 ) يوضح منافع الشركات والأفراد من نظام التجارة الإلكترونية

| فوائد المستهلكين ( العملاء )      | فرص الشركات                           |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| مساحة أكبر للاختيار               | مساحة تواجد اكبر في الأسواق           |
| تحسين جودة المنتج                 | تحسين درجة التنافس                    |
| منتجات حسب طلب العميل             | التصنيع الضخم للمستهلك                |
| تلبية سريعة للاحتياجات            | اختصار الدورة التجارية وتقليل الأخطاء |
| تخفيض السعر                       | خفض التكاليف                          |
| خدمات ومنتجات جديدة               | إيجاد فرص عمل جديدة                   |
| تجنب مشاق النزول للأسواق والمصارف | تقليل تكاليف الدعاية والإعلان         |

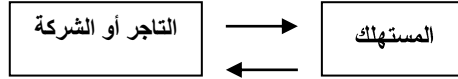
المصدر : ( السيد والمطيري , 2002 : 218 )

بالإضافة إلى ما سبق فإن نظام التجارة الإلكترونية يسود في المستقبل لكونه نظام يساعد على التقاء البائع والمشتري بشكل سريع مما يوفر الوقت والجهد والمال وبالتالي سيصبح أكثر جاذبية وأوسع انتشار، مما يتطلب من الشركات العراقية ضرورة اللحاق بركب التجارة الإلكترونية ونشر مفاهيمها وأساليبها وكيفية تطبيقها لعدم ضياع فرص التصدير ولتجنب ارتفاع تكلفة الواردات وكلاهما يشكلان خسارة وطنية بالإضافة إلى أن عدم مواكبة التطور التكنولوجي يؤدي إلى تأخر التنمية الاقتصادية.

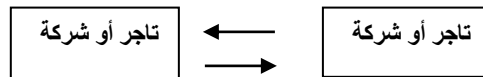
1-1-4 أنواع التجارة الإلكترونية:

هناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية والتي لا بد من التعرف عليها ومن أهمها (Laud & Guericio, 2001 : p13) :-

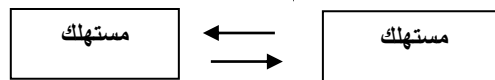
1- **التعامل بين التاجر والمستهلك: ( Business to Consumer B2C )** يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي يحاول التاجر من خلاله الوصول للأفراد والمستهلكين ، التي يعرض فيها التجار ( الشركات ) منتجاتهم وخدماتهم عن طريق شبكة الانترنت حيث يستطيع أي شخص ببساطة زيارة المواقع التجارية والتعرف على تلك المنتجات وعروضها وعقد صفقات الشراء عن طريق الشبكة وبخطوات محددة يمكن عقد صفقة من مكتبه أو منزله كما يمكنه الحصول على تسهيلات البيع وطريقة الدفع والسداد بأي وسيلة دفع إلكترونية.



2- **التعامل بين تاجر وآخر: ( Business to Business B2B )** حيث يركز هذا النوع من التجارة الإلكترونية على بيع المنتجات من تاجر إلى آخر ، وهذا النمط من أنماط التجارة الإلكترونية ينتظر مستقبل واعد حيث يمكن تلافي المشاكل التي تواجه النوع الأول والمتعلقة بفقد الثقة بين المستهلك والتاجر ومشكلة صغر قيمة الصفقة ومشكلة الأمان والسرية من خلال علاقات بين التجار أو الشركات، كما يعالج عيب صعوبة توافر أجهزة الحواسيب لدى المستهلكين الأفراد وحتى في حالة توافر أجهزة الحواسيب قد لا تتوفر الخبرات الكافية لإتمام صفقات التجارة الإلكترونية في حين يمكن التغلب عليها على مستوى الشركات لما يتوفر لها من إمكانيات مادية وبشرية غير متوفرة على مستوى الأفراد والمستهلكين.

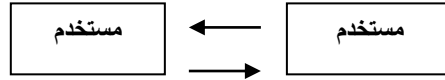


3- **التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر: ( Consumer to Consumer C2C )** حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض وذلك من خلال المزادات التي تبني في شبكة الانترنت.



4- **التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر: ( Peer to Peer P2P )** يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنت على تبادل المعلومات، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب

الشروط المتفق عليها وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية التي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث ( Chating ) بصورة كتابية وسمعية ومرئية.



5- التجارة الالكترونية عبر جهاز الهاتف النقال ( Mobile Commerce ) يعد هذا النوع من التجارة الالكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الانترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والإطلاع على السلع المعروضة وأجراء عمليات الشراء ( الفارس ، 2006 ).

### 1-1-5 التغييرات التي أحدثتها التجارة الالكترونية على بيئة الأعمال:

1- هيكل المنشآت ( Organization Structure ): لقد أحدثت التجارة الالكترونية تغييراً جذرياً على هيكل المنشآت ، وجعلتها ذات طابع تكنولوجي بالكامل فمن المعروف بأن عمليات المنشآت كانت تتم بشكل تقليدي في السابق، أما في ظل التجارة الالكترونية فعملية الشراء تتم بلحظات، ولمواكبة السرعة الكبيرة لا بد أن تحوي هيكلية المنشآت الآليات الكفيلة التي تمكنها من ملاحقة العملية والتأكد منها وتنفيذها خاصة وأن هناك صعوبات تواجه العمليات منها الاختراقات التي يقوم بها قرصنة الانترنت ( القشي ، 2008 : 88 ) .

2- موقع الأعمال: ( Location of the Business ) لقد كان التعامل في النظام التقليدي يجري في أماكن وأسواق محددة، وفي حالة وجود أي خطأ أو ورود أي مشكلة يمكن تداركها بسهولة أما الآن وبواسطة التكنولوجيا العالية يستطيع أي شخص من أي مكان أتمام الجزء الأكبر من الصفقة بالدخول إلى الموقع، ومن الصعوبة بمكان تعقب العملية والشخص وخصوصاً إن لم تكشف المشكلة أو التلاعب في لحظة انتهاء العملية ( Albert, 1998 ) .

3- قنوات التوزيع: ( Distribution Channels ) كانت عمليات التسويق في ظل النظام التقليدي تجري بين البائع ( المنتج ) والمشتري مما يمكن الشركة من تحديد مصدر العملية والتعامل معها، أما في ظل التجارة الالكترونية أصبحت قنوات التوزيع عديدة ومتشعبة ومعقدة وفي حالة حدوث أي خطأ قد لا يمكن تلافيه بسبب سرعة العمليات.

4- تعدد أشكال وسائط البيع: ( Forms & Means of sales ) في السابق كانت وسائط البيع عبارة عن أشخاص مؤهلين، لكن الآن وبظل التجارة الالكترونية أصبحت وسائط البيع عبارة عن برامج محوسبة وبأشكال متعددة منها الصوتية والمرئية وأنظمة كثيرة تقوم بعمليات البيع المبنية على برمجيات تم اعدادها مسبقاً.

5- آلية التسديد: ( Payment Processes ) لقد أظهرت التجارة الالكترونية آلية جديدة للتسديد عبر شبكة الانترنت، وتختلف هذه الآلية عن آلية التسديد عبر شبكات البنوك الالكترونية ( القشي، 2008 : 83 ) فالبنوك والمصارف تستخدم شبكات خاصة بها عبر نظم الاتصالات وهي شبكات محمية وغير متاحة للجمهور، ولكن التسديد عبر شبكة الانترنت محفوف بمخاطر كثيرة خصوصاً عندما يتمكن قرصنة الانترنت من إستخدام حسابات الغير بتسديد مشترياتهم .

6- احتساب دفع الضرائب: ( Tax Accounting & Payment ) في النظام التقليدي قد تتحامل بعض الشركات في إعداد كشوفات الدخل لإظهار مبيعاتها بأقل مما هو حقيقي بتقليل نسبة الضريبة، إلا أنه في النظام الالكتروني أصبح من الصعب إثبات التلاعب بدخلها خصوصاً إن أغلب الشركات لا تتلاعب بالدخول خوفاً من فقدان زبائنها الذين سبق وأن أطلعوا على دخول تلك الشركات.

### 1-2 واقع التجارة الالكترونية في الشركات العراقية:

تسعى الشركات في العالم إلى الدخول إلى نظام التجارة الالكترونية ( الانترنت ) لما يحققه هذا النظام من مزايا هو تخفيض تكاليف التجارة وذلك عن طريق تجاوز العديد من المسالك التسويقية والوسطاء، كما إنها تسهل عملية التبادل والدفع وتوفر اتصالاً أقوى وأسرع بين أطراف التبادل وتتيح فرص استعراض المنتجات والعروض خصوصاً من

خلال توفير وسط تبادل لعرض منتجاتها وخدماتها في شتى أنحاء العالم في فترة قياسية وجيزة وكل ذلك ينعكس على حجم التكاليف وتحميل كلفة المشروع أو الخدمة.

لقد كان للمشروع الأمريكي الكندي وما خلقه من عملية ربط بينهما إذ أنعكس ذلك على الشركات المستفيدة منه حيث بلغ ما يقارب 75% من حجم هذا السوق وذلك بسبب الانتشار الواسع للانترنت بجانب ارتفاع المستوى الثقافي في مجال تقنية المعلومات فقد بلغ في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها ما يقارب من 65% من إجمالي عدد المستخدمين للشبكة في العالم وهذا ناتج عن رغبة المستهلك الأمريكي المستمرة في التطوير وتقبله للمنتجات الجديدة كذلك تطالب الولايات المتحدة بإعفاء التجارة الإلكترونية من الضرائب وذلك للعمل على تشجيعها وانتشار استخدامها، أما بالنسبة لأنماط التجارة الإلكترونية فإنه من المتوقع أن يزداد حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين من 8 مليار دولار عام 1998 إلى نحو 103 مليار دولار عام 2003 إلا أن الزيادة الكبرى يتوقع أن تكون للتجارة الإلكترونية بين الشركات بعضها البعض إذ يتوقع أن يرتفع حجم هذه التجارة من حوالي 43 مليار دولار عام 1998 إلى 203 ترليون دولار بحلول عام 2006 (السيد والمطيري، 2002 : 219) . إن الذي يهمنا من هذا العرض السريع للتجارة الإلكترونية العالمية هو لبحث واقع التجارة الإلكترونية في الشركات العراقية ، إذ لا يمكن الوقوف على حقيقة الموقف بالتحديد حيث لا توجد أرقام دقيقة عن التجارة الإلكترونية بالشركات العراقية، إلا أنه بالنظر لحدثة هذا النوع من أنواع التجارة وما يحتاجه هذا النظام من تقنيات متقدمة وتجهيزات مادية وبشرية واحتياجه إلى خبرة وممارسة وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات (البرامجيات) فإنه من المتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية على الأقل في الوقت الراهن لا تتعامل معها الشركات العراقية لأسباب أعلاه. وما على الحكومة والشركات إلا أن تقوم بالخطوات التالية:

1- ضرورة استجابة حكومة العراق للتغيرات التي تمت في مجال التجارة الإلكترونية والاشتراك بالمؤتمرات الدولية والمعارض الإلكترونية للتعرف على أهم التطورات العالمية في التجارة الإلكترونية وأهمها:

\* أين نحن من التقنية \* التعاون التجاري الإلكتروني \* المزايا التنافسية لاقتصاد الانترنت \* أسس حماية الشركات \* رؤية حول البنية التحتية للتجارة الإلكترونية \* الحكومة الإلكترونية وهذا يتطلب التعمق في المفهوم والتطبيق \* توجهات التجارة الإلكترونية في الدول العربية - الفرص والمعوقات \* إستراتيجية الحكومة الإلكترونية \* التجارة الإلكترونية وآفاق تطويرها في العراق \* دور المصارف والشركات الحكومية في تطوير التجارة الإلكترونية في العراق \* تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني بين الشركات العراقية

\* تبني وحدة الهدف من خلال إنشاء مواقع على الانترنت للشركات والمؤسسات في العراق وأجراء جرد إحصائي لتلك المواقع من قبل وزارة التخطيط لتسهيل عملية التصفح. \* تطوير عمل الأسواق المالية وربطها بالمحافظات إلكترونياً \* ربط المصارف العراقية بشبكة الانترنت لتسهيل عمليات الإيداع والسحب والصرف، وما من شك بأن هذه

الخطوة من الخطوات الجادة في مسار طويل لتحويل نظام التجارة التقليدية للتجارة عبر شبكة الانترنت العالمية.

2- قيام الشركات والمصالح في القطاع الخاص بتقديم خطط تفصيلية لتبني مشروع نظام التجارة الإلكترونية.

3- إنشاء لجنة فنية دائمة للتجارة الإلكترونية في أحد الوزارات ( التخطيط ، التجارة ، المالية ، .... ) لمتابعة

هذا الموضوع والبحث عن آليات التطبيق.

| السؤال | البيان  | عدد | النسبة | الترتيب |
|--------|---|-----|--------|---------|
| Q1     | لا تقوم الشركة باستخدام نظام التجارة الإلكترونية                              | 32  | 100%   | 1       |
| Q2     | استخدام نظام التجارة الإلكترونية كوسيلة للدعاية والعرض                        | -   | 0%     | 3       |
| Q3     | استخدام نظام التجارة الإلكترونية كوسيلة لشراء المواد الخام والمستلزمات الأخرى | -   | 0%     | 3       |
| Q4     | استخدام التجارة الإلكترونية كوسيلة للبيع                                      | -   | 0%     | 3       |
| Q5     | استخدام التجارة الإلكترونية لإنتاج التقارير الإدارية والمالية                 | -   | 0%     | 3       |
| Q6     | استخدام التجارة الإلكترونية لكل الأغراض                                       | -   | 0%     | 3       |
| Q7     | تخطط الشركة لتطبيق نظام التجارة الإلكترونية                                   | 23  | 72%    | 2       |

هذا وقد أوضحت الدراسة التي تمت على عينة البحث عن حالة تطبيق نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية كما يوضح ذلك الجدول ( 1-2 ) ضعيف للغاية .

الجدول (1-2) يوضح نتائج الدراسة الخاصة بمدى تطبيق نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية من النتائج السابقة يمكن استخلاص ما يلي:-

1- أن نسبة 100% من الشركات محل العينة لا تطبق نظام التجارة الالكترونية بأي شكل من الأشكال وهذا يدل على تأخر الشركات العراقية من الاستفادة من هذا النظام.

2- أن نسبة 72% من الشركات تخطط إلى إدخال تطبيق النظام مما يؤكد أدراك هذه الشركات لأهمية النظام. ومن النتائج السابقة يتضح أن هناك ضعف وتأخر في تطبيق هذا النظام على الرغم من أنها تدرك أهميته. وقد وجد الباحث أنه من الضروري تحديد معوقات تطبيق هذا النظام ووضع المعالجات وهذا ما يجب على الشق الأول للبحث والذي يتعلق بمدى استفادة الشركات العراقية من نظام التجارة الالكترونية.

### 3-1 الصعوبات والمعوقات التي تحد من انتشار التجارة الالكترونية في العراق

هناك معوقات ومشاكل حقيقية تحد من انتشار التجارة الالكترونية في الشركات العراقية والتي يمكن تلخيصها بما يلي:-

- 1- حداثة دخول الانترنت للبيئة العراقية.
- 2- ندرة الإمكانيات التقنية ( المبرمجين , البرامج ) في مجال استخدام الحاسبات الالكترونية .
- 3- ندرة الإمكانيات البشرية اللازمة لتطبيق نظام التجارة الالكترونية.
- 4- معوقات نتيجة ضعف البيئة الأساسية للانترنت وكفاءتها وتشمل:
  - أ- صعوبة الاتصال بالشبكة .
  - ب- البطء في عملية الاتصال .
  - ج- انتشار الكثير من أعمال النصب والغش من خلال الشبكة الدولية .
  - د- الانقطاع المتكرر للخط .
  - هـ- عدم دعم المصارف للشركات لتطبيق نظام التجارة الالكترونية من خلال توفير نظم دفع آمن ونظم تحصيل آمنة وسرية تشجع الشركات على التعامل من خلال نظام الشبكة الالكترونية. و- معوقات خاصة بنظم التجارة الخارجية ونظم الكمارك ز- ضعف الكفاءة وارتفاع تكلفة الانترنت مقارنة بالدول الأخرى.

5- عدم وجود اللوائح والتشريعات المالية والإدارية والفنية التي تنظم عمل التجارة الالكترونية في العراق. أن الشركات والمؤسسات العراقية تعاني من الإرباك والتخبط وسوء التخطيط والتنظيم وهي الآن تفقد الكثير من مواقعها وصدارتها في كثير من المجالات وأصبح موقفها من تطبيق نظام التجارة الالكترونية شأنها في ذلك شأن الأمور الأخرى واستكمالاً لضرورات البحث فقد تم تحديد المعوقات الواقعية من خلال سؤالين الأول يتعلق بموقف الشركات العراقية من تطبيق نظام التجارة الالكترونية وأسباب عدم تطبيق هذا النظام والثاني يتعلق بالصعوبات التي تعترض تطبيق نظام التجارة الالكترونية، وكانت نتائج الدراسة الخاصة بالسؤال الأول على النحو التالي:

الجدول ( 1-3 ) يوضح نتائج الدراسة فيما يتعلق بموقف الشركات من تطبيق نظام التجارة الالكترونية

| الترتيب | النسبة | عدد | البيانات  | المتغير |
|---------|--------|-----|---|---------|
| 7       | 0%     | 0   | صعوبة تطبيق نظام التجارة الالكترونية وعدم جدواه                       | Q1 A    |
| 2       | 56%    | 18  | عدم ملائمة النظام لطبيعة النشاط الذي تقوم به الشركة                   | Q1 B    |
| 1       | 63%    | 20  | إستخدام وسائل أبسط وأسهل من التجارة الالكترونية                       | Q1 C    |
| 2       | 56%    | 18  | صعوبة ناتجة من الخوف من تطبيق النظام تجنباً لأعمال النصب والغش وغيرها | Q1 D    |
| 4       | 41%    | 13  | الإمكانيات التقنية في مجال الموارد البشرية التي يحتاجها تطبيق النظام  | Q1 E    |
| 3       | 50%    | 16  | الإمكانيات التقنية في مجال إستخدام الحواسيب ووسائل الاتصال            | Q1 F    |
| 5       | 34%    | 11  | صعوبة ناتجة عن صعوبة الاتصال بشبكة الانترنت                           | Q1 G    |
| 6       | 31%    | 10  | صعوبة ناتجة عن بطء في عملية الاتصال وتوقف الشبكة وارتفاع الكلف        | Q1 H    |

من الجدول السابق يمكن تحليل النتائج التالية:

- 1- أن نسبة (63%) من الشركات محل العينة ترى استخدام وسائل أبسط وأسهل من التجارة الالكترونية وهذا يدل على أن الشركات لم تأخذ بالأسباب والنتائج عند استخدام التقنية العالية واستثمارها.
  - 2- أن نسبة (56%) من الشركات ترى أن أهم المعوقات لتطبيق التجارة الالكترونية هي الخوف من تطبيق النظام تجنباً لأعمال النصب والغش وغيرها...
  - 3- أن نسبة (56%) من الشركات ترى أن تطبيق النظام لا يتلائم وطبيعة العمل والنشاط الذي تقوم به الشركة وهذا يدل على أن الشركات لا تريد إقحام نفسها في أمور تحتاج إلى جهد ومثابرة والاكتفاء بالأعمال الروتينية.
  - 4- أن نسبة (50%) من الشركات ترى أن أهم المعوقات ندرة الإمكانيات باستخدام التقنية في استخدام الحواسيب ووسائل الاتصال.
  - 5- أن نسبة (41%) من الشركات ترى أن أهم المعوقات ندرة في مجال الموارد البشرية اللازمة لتطبيق النظام.
  - 6- أن نسبة (34%) من الشركات ترى أن أهم المعوقات هو صعوبة الاتصال بشبكة الانترنت.
  - 7- أن نسبة (31%) من الشركات ترى أن أهم المعوقات صعوبة ناتجة عن بطء عملية الاتصال وتوقف الخدمة
- ومما سبق يمكن ترتيب الأسباب التي تؤخر تطبيق نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية حسب الأهمية على النحو التالي:-

- 1- صعوبة تطبيق نظام التجارة الالكترونية ناتج عن قناعة الشركات العراقية باستخدام وسائل أبسط وأسهل من التجارة الالكترونية.
  - 2- صعوبة ناتجة من الخوف وعدم الثقة في تطبيق نظام التجارة الالكترونية وما يواكبها من أعمال غش ونصب وغيرها.
  - 3- الاعتقاد بعدم ملائمة النظام لطبيعة النشاط الذي تقوم به الشركة.
  - 4- ضعف في الإمكانيات التقنية ( تحليل ، تصميم ، برمجة ) أجهزة ووسائل الاتصال.
  - 5- ضعف في الإمكانيات الفنية للموارد البشرية في تطبيق نظام التجارة الالكترونية.
  - 6- صعوبة ناتجة عن صعوبة الاتصال وبطء عملية الاتصال وتوقف الشبكة.
- أن النظرة إلى نتائج الجدول ( 1-3 ) توضح أن هناك تباين في أسباب ومعوقات تطبيق نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية وهذا يبرر تأخر تطبيقها، ولا بد من العمل على تذليل هذه العقبات حتى تتمكن تلك الشركات من مواكبة التطور العالمي، وهناك أسباب أخرى تحد من تطبيقها. الجدول (1-4) يوضح ذلك .
- كما تم تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالسؤال الثاني والخاص بمعوقات تطبيق التجارة الالكترونية والجدول (1-4) يوضح ذلك.

الجدول (1-4) يوضح المعوقات الإضافية التي تواجه الشركات العراقية في تطبيق التجارة الالكترونية

| الترتيب | النسبة | عدد | البيانات   | المتغير |
|---------|--------|-----|--|---------|
| 2       | 78%    | 25  | صعوبة توفير وسائل دفع آمنة والتحصيل لقيمة الصفقات الالكترونية      | Q2 A    |
| 8       | --%    | --  | معوقات من نظام الكمارك   | Q2 B    |
| 1       | 84%    | 27  | عدم مساعدة المصارف لهذا النظام بتوفير وسائل دفع آمنة وسريعة        | Q2 C    |
| 8       | --%    | --  | عدم الاستجابة في حالة طلب المنتجات من جهات خارج العراق             | Q2 D    |
| 6       | 53%    | 17  | الانقطاع المتكرر للخط أثناء إتمام عملية الشراء والبيع أو الاستفسار | Q2 E    |
| 4       | 65.4%  | 20  | عدم انتشار الانترنت بشكل كاف                                       | Q2 F    |
| 3       | 65.6%  | 21  | صعوبة عملية المحاسبة والمراجعة عن الصفقات الالكترونية              | Q2 G    |
| 5       | 56%    | 18  | ارتفاع تكلفة إقامة المواقع على الشبكة                              | Q2 H    |
| 7       | 53%    | 17  | معوقات تتعلق بالنظم القانونية السائدة في العراق                    | Q2 I    |

من التحليل السابق يمكن ترتيب أهم الصعوبات والمعوقات الأخرى إضافة إلى الجدول (1-3) والتي تعيق تطبيق التجارة الالكترونية من وجهة نظر الشركات حسب الترتيب التالي:

- 1- عدم مساندة البنوك لهذا النظام بتوفير وسائل دفع آمنة وسريعة. 2- صعوبة توفير وسائل آمنة للدفع والتحويل لقيمة الصفقات الالكترونية. 3- صعوبة عملية المحاسبة والمراجعة عن الصفقات الالكترونية .
- 4- عدم انتشار الانترنت بشكل كاف 5- ارتفاع تكلفة أقامة المواقع عبر الشبكة 6- الانقطاع المتكرر للخط أثناء إتمام الشراء والبيع أو الاستفسار. 7- عدم توفر اللوائح القانونية للتشريعات الإدارية والمالية والتقنية.
- وبعد تحليل واقع الشركات العراقية يمكن الوقوف على المعوقات والصعوبات التي تعترض نظام التجارة الالكترونية مما يجيب على السؤال الثاني من أسئلة البحث الخاص بتحديد المعوقات والصعوبات التي تعيق تطبيق وتفعيل نظام التجارة الالكترونية في الشركات العراقية.
- وبعد أن تم التعرف على المعوقات والمشاكل التي تواجه الشركات العراقية في مجال تطبيق نظام التجارة الالكترونية لابد من اقتراح الحلول والوسائل الناجعة لتذليل تلك الصعوبات.

#### 1-4 الحلول ووسائل العلاج التي تعيق تطبيق نظام التجارة الالكترونية في العراق

- كما أسلفنا سابقاً فإن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه تطبيق نظام التجارة الالكترونية ولا بد لكل الأطراف التي لها علاقة بهذا النظام أن تمد يدها لتفعيله وتطبيقه وجني ثماره ومواكبة التطور العالمي وتوزيع الأدوار وتحديثها سواء كانت حكومة أم شركات وعلى النحو التالي:
- أولاً: دور الحكومة :** للحكومة دور فاعل في تطبيق نظام التجارة الالكترونية ممثلة بوزاراتها ومؤسساتها فما هو الدور المطلوب منها :-

- 1- توفير البيئة اللازمة لتطوير تقنية المعلومات وتوفير الانترنت بتكلفة أقل للشركات والمصالح العراقية حتى تستفيد منه ونشره في نطاق واسع.
- 2- تدريب وتنمية الكوادر البشرية ورفع الكفاءة في القطاع العام والخاص بما يسهم بنشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن ثم التجارة الالكترونية.
- 3- تطوير القطاع المصرفي والبنوك لتوفير وسائل آمنة للدفع أو التحصيل وتوعية المصارف في تمويل شبكات الانترنت والاتصالات والبرامج.
- 4- إقامة نظام معلومات يختص بإنشاء وتطوير مواقع للشركات على الانترنت وإمكانية إجراء إحصاء لتلك المواقع للتعرف عليها من قبل العملاء والشركات والمستهلكين والباحثين، حيث إنه في الوقت الحاضر لا توجد آلية للتعرف على مواقع الشركات إلا من خلال الاستدلال على أسم الشركة أو المنتج وقد لا يتمكن من الوصول إليه أحياناً كثيرة.
- 5- عقد المؤتمرات والندوات والمعارض وإشراك خبراء من شبكة معلومات التجارة العربية ومركز التجارة العالمية في جنيف وتوفير المعلومات الخاصة بالشركاء الحاليين والمستقبليين والفرص المتاحة في الأسواق الدولية.
- 6- توفير بنية تشريعية وقانونية تساهم في تطبيق نظام التجارة الالكترونية دون مشاكل أو معوقات بما في ذلك قوانين تجارية وكمركية للاتصالات وقانون المصارف نظراً لأهمية وجود أطار تشريعي وقانوني يحكم التعاملات التجارية الالكترونية.
- 7- إنشاء صفحات إنترنت باللغة العربية والأجنبية لتقديم التحليلات الاقتصادية عن الأسواق المالية وعن الشركات المهمة والتي يمكن لها أن تتعامل بنظام التجارة الالكترونية كوسيلة للدعم والدعاية لها من قبل الحكومة.
- 8- إنشاء المراكز الاستشارية التي تقع مهامها في توجيه المستثمرين عبر شبكة الانترنت بتقديم الاستشارات في مجال الاستثمار وتقنية المعلومات على الأقل في الجامعات وهيئة التعليم التقني.
- 9- مد الجسور مع القطاع الخاص وتنميته وتحفيزه على تطبيق نظام التجارة الالكترونية لينطلق إلى عالم الانترنت وتقنية المعلومات.

**ثانياً: دور الشركات:** كما أن على الحكومة دور فعال في بناء نظام التجارة الالكترونية باعتبارها الراعية للجميع فإنه يقع على الشركات مهام ومسؤوليات كثيرة باعتبارها الأكثر استفادة من هذا النظام ويمكن تلخيص الدور المطلوب للشركات بما يلي:

- 1- قيام الشركات بإنشاء وتطوير نظم المعلومات الإدارية لتعتمد على النظم الالكترونية ودعم تلك النظم بالحواسيب والمعدات وأجهزة الاتصال والبرامج بما يمكنها من خلق البنية التحتية للتعامل مع نظام التجارة الالكترونية.
  - 2- التعاقد مع المصارف الوطنية الموثوق بها كوسيط لإتمام الجانب المالي من الصفقات الالكترونية
  - 3- التعاقد مع مورد خدمة محلي موثوق به يوفر لها اتصال آمن وسريع بشبكة المعلومات الدولية للتعرف على الأسواق العالمية المنافسة وما تقوم به الشركات المماثلة وحتى تتمكن الشركات من الاتصال بالعملاء والموردين وأصحاب المصالح مع الشركة وذلك من خلال نظام سريع وكفوء يمكن من تداول المعلومات والبيانات.
  - 4- تدريب وتنمية القدرات الذاتية للأفراد لتعلم كيفية التعامل مع نظام التجارة الالكترونية.
  - 5- إعادة هيكلة نظام المعلومات الإدارية وفروعه ، التسجيل والتحاسب عن الصفقات الالكترونية بدلاً من وسائل الدفع والتحصيل التقليدية.
  - 6- المساهمة مع الشركات العربية والعالمية في إعداد وإنشاء صفحات الانترنت باللغة العربية والأجنبية.
  - 7- توفير النظم ووسائل الحماية الرقابية، إداري ، محاسبي ، مالي لتقليل مخاطر الاختراقات الأمنية.
  - 8- تنفيذ اللوائح والتشريعات القانونية التي تصدرها الحكومة بصدد تطبيق نظام التجارة الالكترونية.
- إن ما خلص له الباحث للإجابة على السؤال الأول من أسئلة البحث والذي يحدد مدى استفادة الشركات العراقية من التقنيات الحديثة في مجال تقنية المعلومات وخاصة التجارة الالكترونية ومدى أهميتها للشركات العراقية فقد كانت النتيجة أنه من الضروري جداً استفادة هذه الشركات بعد أن أتضح تأخر هذه الاستفادة كثيراً . الجدول (1-2) يتضح من خلاله إن نسبة 100% من الشركات لا تطبق التجارة الالكترونية وان 72% منها تخطط مستقبلاً لتطبيق النظام ، كما أجاب هذا المبحث عن السؤال الثاني من أسئلة البحث والخاص بماهية المعوقات والصعوبات وقد تم كشفها من خلال الجدولان (1-3) و (1-4) حيث يوضح أن هناك معوقات ومشاكل حقيقية تواجه تطبيق نظام التجارة الالكترونية في العراق ، وقد تم اقتراح الحلول لها وتوزيع الأدوار بين الحكومة والشركات .
- من خلال ذلك تبين أن هناك ضعف كبير في تطبيق نظام التجارة الالكترونية ، كما أن هناك مشاكل حقيقية تحول دون تطبيقها في الشركات العراقية وهذا ما يثبت صحة الفرض الأول من افتراضات البحث والذي يقضي بأن ( التجارة الالكترونية في العراق تواجه مشاكل ومعوقات تحول دون تطبيقها والاستفادة منها في الشركات العراقية ) .

## المبحث الثاني

### نموذج عام لنظام الربط المقترح للشركات العراقية

بعد أن شخص الباحث واقع الشركات العراقية من نظام التجارة الالكترونية محدداً المعوقات والمصاعب التي تواجهها تلك الشركات ثم اقتراح الحلول ووسائل العلاج لتلافي تلك المشاكل والصعوبات. فقد ارتأى الباحث أن يستكمل آليات البحث بطرح نموذج عام مقترح لنظام الربط بين نظام الشركات وموقعها على الانترنت وعليه تضمن المبحث النقاط التالية:-

### أولاً: بناء نموذج التجارة الالكترونية على الانترنت

من المسلم به أن أية شركة ترغب في دخول هذا النوع من آليات التسويق ( البيع والشراء ) لابد لها من أن تقسيم موقفها ومن ثم اتخاذ القرار المناسب، وقبل كل شيء لابد لها من إنشاء نموذج أعمال ( Business Model ) وهو عبارة عن تحديد مجموعة من الفعاليات المخطط لها لدخول ذلك السوق أو التجارة ، ولكي تتمكن أي شركة من إنشاء النموذج Model لابد لها من أخذ العناصر والنماذج بالحسبان ( Laudou & Guericio, 2001: p57 ) .

- 1- عرض قيمة Value Proposition وهو معرفة الشركة بآلية تلبية رغبات زبائنها وذلك من خلال الإجابة على عدة تساؤلات، لماذا يفضل المستهلك شراء سلع الشركة دون الشركات الأخرى؟ وما هي الموصفات التي يجب أن تلبئها الشركة للمستهلك ويعجز الآخرون عن توفيرها ؟
- 2- نموذج الإيراد Revenue Model ويمكن تسميته النموذج المالي Financial Model وهو الذي يرسم صورة الشركة في كيفية تحقيق العوائد والأرباح، وما هي أفضل الآليات التي ستضمن استغلال رأس المال المستثمر بأفضل الطرق لتحقيق أفضل العوائد، ويمكن أن ينفرع من هذا النموذج نماذج فرعية أخرى:
  - نموذج إعلان إيرادي Advertising Revenue يوضح هذا النموذج كيفية إنشاء موقع خاص بالشركة للإعلان عن منتجاتها مقابل رسوم معينة، وكيفية أدراج منتجاتها والإعلان عنه عبر المواقع الأخرى
  - نموذج اشتراك إيرادي Subscription Revenue وهي آلية لتوفير خدمات أخرى في موقعها لترغيب الجمهور مقابل مبالغ بسيطة وأحياناً مجانية، مثل فتح بريد الكتروني E-Mail مجاناً للمتعاملين معها أو توفير برامج مجانية قد تكون ترفيهية مقابل رسوم ضئيلة والغرض من ذلك هو تشجيع الجمهور للإطلاع على منتجاتها مما قد يحفزهم لشراء تلك المنتجات من خلال تلك الخدمات التي تقدمها.
  - نموذج البيع الإيرادي Sales Revenue Model وهو عبارة عن النموذج الرئيسي على موقع الشركة والذي يتضمن جميع التفاصيل الضرورية عن منتجاتها وأنواعها وأصنافها، وآلية طلب المنتج وآلية الدفع والشروط الأخرى، وكمثال على ذلك النموذج موقع شركة Amazon.com فلو دخلنا إلى ذلك الموقع المتخصص ببيع الكتب ستجد كل التفاصيل عن جميع الكتب المتوفرة لديها وبالتفصيل.
- 3- سمسرة العمليات Transaction Brokers توجد مواقع على الشبكة لما يسمون بسمسرة العمليات والذين ينصب عملهم على الإعلان عن منتجات الغير مقابل عمولة محددة على العمليات التي تتم من خلالها، ومن الضروري للشركة التعامل مع هؤلاء كون مواقعهم مشهورة أكثر من موقع الشركة.
- 4- منشؤ الأسواق Market Creators وهو النموذج الذي يمكن كل من البائع والمشتري على شبكة الانترنت من خلال بيئة رقمية محددة وهذه البيئة عبارة عن برامج بحث رقمية، فعلى سبيل المثال لو رغب أحد المستخدمين البحث عن كتاب في نظم المعلومات فيأمكنه الدخول على أحد مواقع منشئي الأسواق المعروفة مثل yahoo.com ثم يكتب في حقل search اسم الكتاب Management information system سنظهر عناوين الشركات التي تملك كتاب نظام المعلومات أو المواقع أحياناً.
- 5- مزود الخدمة service provider هناك مواقع مشهورة ومعروفة لأغلب متعاملي الانترنت تسمى مزود الخدمة متخصصة بنوع معين من الخدمات فمثلاً لو كانت الشركة متخصصة بتصليح نوع من السيارات فمن مصلحتها الاشتراك بمواقع خدمات تصليح السيارات لأن المهتم بتصليح سيارته سيقصد الموقع العام لخدمة تصليح السيارات للإطلاع على الشركات المتخصصة في ذلك المجال.

#### ثانياً: مشروع تطوير نظام الربط بين نظام الشركة وموقعها على الانترنت

من خلال إطلاع الباحث على كثير من المقالات والمحاولات والمشاريع المهنية التي ركزت على إيجاد حلول مناسبة للمشاكل المرافقة للتجارة الالكترونية للوصول إلى تطوير مشروع نظام يربط بين الشركات العراقية وموقعها على شبكة الانترنت. سوف يتضمن المشروع على مجموعة من السياسات والإجراءات التي يجب أن تتبعها الشركات لتأمين كل من الأمان والثوقية والتوكيدية لنظام الشركة المرتبط مع موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت. وعليه يمكن تحديد العناصر الرئيسية لمشروع نظام الربط المقترح وكما يلي: - ( AICPA )

#### أولاً : السلع والخدمات

أ- السلع الملموسة . ب- السلع غير الملموسة

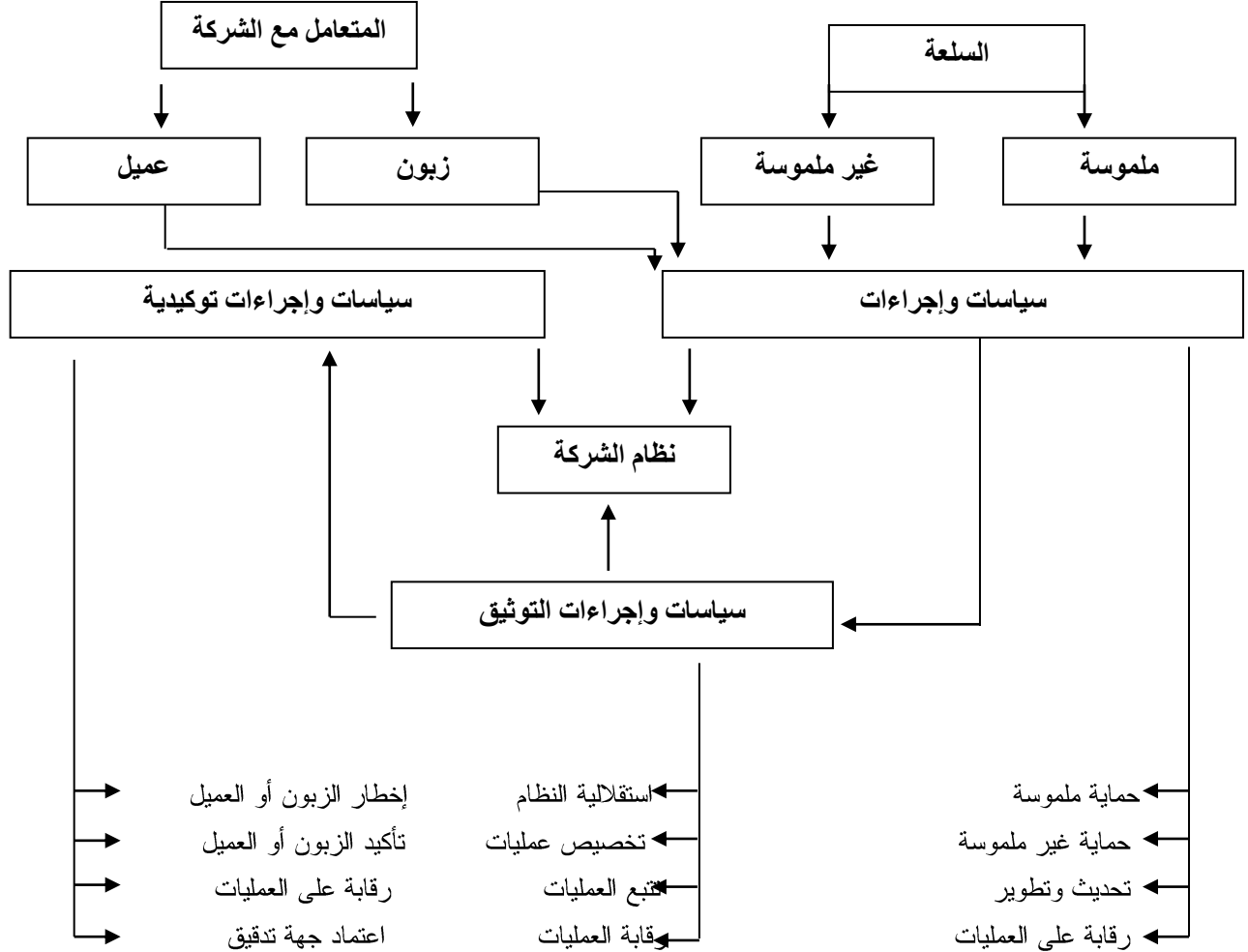
\* Assurance services , The opportunity that Exists for the profession (AICPA ) web site , <https://aicpa.org/assurance> .

ثانياً : الزبون العميل ( المتعامل مع الشركة )

أولاً : السلع والخدمات

أ- السلع الملموسة: سوف يعتمد الباحث هذين العنصرين كأساس لتصميم مشروع نظام الربط الموضح بالشكل (1-2)

الشكل ( 2 - 1 ) مشروع لنظام الربط المقترح



كما يلاحظ من الشكل أعلاه أن هناك اربع دورات رئيسية يتفرع منها ثلاث دورات فرعية وكل دورة فرعية مكونة من اربعة أجزاء كالتالي:-

1- الدورات الرئيسية

1-1 السلع الملموسة 2-1 السلع غير الملموسة 3-1 الزبون المتعامل مع الشركة

4-1 العميل المتعامل مع الشركة

2- أما الدورات الفرعية هي:

1-2 سياسات وأجراءات السلع الملموسة وغير الملموسة 2-2 سياسات وأجراءات التوثيق

2-3 سياسات وأجراءات التوكيد

3- أما أهم الأجزاء المتكونة من الدورة الفرعية هي:-

1-3 حماية ملموسة 2-3 حماية غير ملموسة 3-3 تحديث وتطوير 4-3 رقابة العمليات

4- سياسات وأجراءات التوثيق:-

1-4 استقلالية النظام 2-4 تخصيص حسابات 3-4 تتبع العمليات 4-4 رقابة العمليات

5- سياسات وأجراءات التوكيد

1-5 أخطار التعامل 2-5 تأكيد الزبون أو العميل 3-5 رقابة العمليات 4-5 اعتماد جهة تدقيق محايدة  
1-3-1-1 سياسات وأجراءات الحماية الملموسة للسلع الملموسة: حيث أن (1-1 هي السلع الملموسة) و  
(1-3 هي حماية ملموسة).

تتعامل الشركات بنوعين من السلع هي السلع الملموسة التي عادة ما تكون مادية والسلع غير الملموسة هي (( جميع  
السلع ذات الطابع الالكتروني غير الملموس ولا تملك شكلاً فيزيائياً محسوساً )) وسوف نتناول بشكل من التفصيل السلع  
الملموسة كونها أكثر السلع تسويقاً وهناك إجراءات كثيرة ترافق عملية البيع والشراء وتبدأ هذه الاجراءات من:  
مخازن الشركة: حيث أن نظام مخازن السلع الملموسة نظام داخلي ولما يتعرض إلى اختراقات خارجية وسيبقى على  
شكله التقليدي وكما يلي:

1- تخصيص مخازن مجهزة بأحدث الاجهزة الالكترونية 2-تأهيل وتعيين العاملين في تلك المخازن لكي يتمكنوا من  
التعامل مع النماذج الالكترونية الخاصة بالسلع. 3-وضع ملصقات على السلع مرقمة بألية ترميز متماشية مع ألية  
الأعلان عنها عبر موقع الشركة على الانترنت. 3-تحديد اشخاص محددين مسؤولين عن ألية الصرف.

1-3-1-1-2 إجراءات الحماية غير ملموسة للسلع الملموسة: حيث (1-1 السلع الملموسة) (3-2حماية غير ملموسة) .  
يقصد بالحماية غير ملموسة جميع السياسات والأجراءات الواجب على الشركة توفيرها لحماية البرامج الخاصة  
بمخزون السلع الملموسة وبشكل مشابه للنظام التقليدي كونه نظام داخلي يصعب اختراقه من الشبكة العالمية وكما  
يلي:(القشي , 2008 : 153 )

- 1- ربط حاسوب المخازن الخاصة بالسلع المعدة للتسويق بحاسوب الشركة مباشرة وعبر شبكة الاتصالات المحلية  
حيث أنها تتمتع بحماية عالية.
- 2- تحديد الموظفين المصرح لهم بالدخول إلى نظام المخازن
- 3- وضع كلمة السر password للنظامين وترميزها بأرقام سرية مكونة من عدة خانات بحيث لا تقل عن ثمانية  
وتضمنها حروف وأرقام لكي يصعب الوصول إليها من خلال تعدد الاحتمالات .
- 4- برمجة ألية الدخول إلى النظامين بالأرقام السرية بشكل تمكن الموظف المصرح له بتغيير الرقم السري كلما دعت  
الحاجة خوفاً من تسربه للآخرين.
- 5- تحديد أوقات الدخول على النظامين وذلك لتسهيل عملية تحديد المسؤوليات.
- 6- ابلاغ القسم المختص بشكل مباشر عن أي اختراق أو محاولة اختراق تتم .

1-3-1-1-3 إجراءات التحديث والتطوير ومواكبة التغيرات التكنولوجية الخاصة بنظم حماية السلع  
الملموسة :

نظراً لأن تكنولوجيا التجارة الالكترونية تعد ذات طبيعة سريعة التغير والتطور لهذا يجب على الشركة مواكبة تلك  
البيئة من خلال الآتي:-

- 1- انشاء قسم التجارة الالكترونية يرتبط بنظام المعلومات الإدارية في الشركة ويناط به مهمة متابعة التغيرات  
التكنولوجية وتحديث نظام الشركة وفقاً لتلك التغيرات.
- 2- الأخذ بنظر الاعتبار أمانيات التطوير والتحديث المستقبلية وبالتالي جعل نظامها نظاماً مرناً قابلاً للتطوير وبهذا  
نتمكن من تقليل التكاليف الإضافية بإنشاء نظام جديد.
- 3- الأتصال بالشركات المتخصصة أنتاج وتوزيع البرامج للأطلاع على التقنيات الحديثة.

1-3-1-1-4 إجراءات رقابية لحماية السلع الملموسة: نخي ( 1-1هي السلع الملموسة ) ( 3-4 هي رقابة لمعقلا ) .

تعتبر إجراءات الرقابة الخاصة بحماية السلع الملموسة ضرورية وهامة كي تتمكن الشركة من متابعة أداء النظام  
وتقييمه بشكل منطقي وفاعل وتأخذ الاجراءات الشكل التالي:- ( Albert , 1998 )

1- وضع ألية لتسلسل خروج البضائع كما يأتي:

- أستلام أوامر الشراء من موقع الشركة عبر الانترنت  
 - بعد أستكمال إجراءات الشراء والموافقات يقوم بأصدار أمر الكتروني مختوم بتوقيع الكتروني بالصراف  
 موجه إلى نظام المخازن عبر شبكة الاتصالات.  
 - بعد أن يتأكد مسؤول المخازن بأن أمر الصراف مختوم بالتوقيع الالكتروني وأن الأمر يحتوي على  
 جميع البيانات الضرورية الخاصة بالزبون أو العميل.  
 - يقوم مسؤول المخازن بطباعة أمر الصراف وأرفاقه مع السلعة المطلوبة.  
 - يقوم مسؤول المخازن بطباعة أمر الأستلام ووفقاً للشروط المتفق عليها وأرفاقه مع السلعة المباعة.  
 - يقوم مسؤول المخازن بشحن السلعة ووفقاً للمعلومات المرفقة بأمر الصراف وأمر الأستلام إلى الجهة  
 المشتريه.
- 2- مراجعة اللائحة الالكترونية التي تحوي أسماء الاشخاص المصرح لهم بالدخول إلى النظام بشكل دوري  
 وبرمجتها بشكل يمنع دخول أي شخص تم أستبعاده منها وعدم السماح بالتعرف على الارقام السرية إلا  
 من قبل الأشخاص المخولين فقط.
- 3- برمجة النظام بحيث يتعذر أكمل عملية الشراء دون مرورها بكل الأجراءات السابقة بشكل متسلسل.
- 1-4-1-1 إجراءات أستقلالية النظام لتوثيق عمليات النظام الخاص بالسلع الملموسة:** حيث أن (1-1 هي السلع  
 الملموسة) و (4-1 هي استقلالية النظام).
- المقصود بأستقلالية النظام جعل النظام الخاص بمخزون السلع التي يتم التعاقد عليها عبر موقع الشركة الالكتروني  
 نظاماً مستقلاً، ولكن بشكل مؤقت يتم ربطه بنظام الشركة الرئيسي في نهاية كل يوم تعامل، والهدف من ذلك السيطرة  
 على العمليات بشكل أفضل لتفادي أي مشكلة تحدث ومنعها من الوصول لنظام الشركة الرئيسي ويمكن تحقيق ذلك  
 بواسطة التالي:-
- 1- برمجة نظام فرعي عن النظام الرئيسي للشركة تناط مهمته معالجة تعاملات التجارة الالكترونية الخاصة بالسلع  
 الملموسة.
- 2- يصمم النظام الفرعي بحيث يمثل كل العمليات المتعلقة بالمخزون الخاص بالسلع الملموسة التي يتم تداولها عبر  
 موقع الشركة الالكتروني منها حساب المبيعات، تكلفة البضاعة المباعة، حساب المخزون، حساب الضريبة  
 المستحقة على المبيعات، ويمكن اعتبارها حسابات مؤقتة من الحسابات الرئيسية الموجودة في نظام الشركة  
 الرئيسي .
- 3- فحص ومراقبة العمليات في النظام الفرعي في فترات دورية لا تتعدى 3-4 ساعات.
- 4- يتم الربط بين النظام الفرعي والنظام الرئيسي للشركة في نهاية اليوم بعد التأكد من سلامة عملياته وتفريغ جميع  
 الحسابات الفرعية المؤقتة إلى الحسابات الرئيسية.
- 1-4-2-1 إجراءات تخصيص الحسابات لتوثيق عمليات النظام الخاصة بالسلع الملموسة:** حيث أن (1-1 هي السلع  
 الملموسة) و (4-2 هي  
 تخصيص الحسابات
- المقصود بتخصيص الحسابات هو فتح حسابات تفصيلية خاصة بالسلع الملموسة والتي يتم تداولها عبر تعاملات  
 التجارة الالكترونية وعدم دمجها مع الحسابات المقابلة لها في التجارة التقليدية وبالشكل التالي:- (القشي، 2008: 155)
- 1- فتح حساب خاص بالمبيعات يتضمن ما يلي:  
 - فتح حسابين للمبيعات لكل سلعة على أفراد  
 - تخصيص أحد الحسابين للمبيعات الخارجية المعفاة من الضريبة والآخر للمبيعات المحلية  
 - تسجيل العمليات الحسابية وفقاً للحساب الخاص به ( خارجي ، محلي )
- 2- فتح حساب المخزون يتضمن ما يلي:

- حساب خاص لكل سلعة - أذخار تكلفة السلعة وسعر بيعها - تحديد سعرين للبيع أحدهما معفى من الضريبة للمبيعات الخارجية والآخر مخصص لفرض الضريبة على المبيعات المحلية. - تسجيل العمليات وفقاً للحساب الخاص به ( خارجي ، محلي )

3- فتح حساب تكلفة البضاعة المباعة بالشكل التالي:

- حساب خاص لكل سلعة - تفعيل السلعة المباعة - تحديد نسبة الضريبة المستحقة على السلعة المباعة

#### 1-1-4-3 إجراءات التوثيق لتتبع عمليات السلع الملموسة

لقد تم فتح أربعة حسابات رئيسية متعلقة بمخزون السلع الملموسة التي يتم التعاقد عليها عبر موقع الشركة الإلكتروني ( الأنترنت) كما تحديد نوع المبيعات خارجية أم محلية وهذا يستوجب على الشركة القيام بالآتي: ( Albert , 1998 ) .

1- برمجة آلية تسجيل العمليات في الحساب الخاضع للضريبة للمبيعات المحلية أو الحساب المعفى من الضريبة بناءً على مكان تسليم البضاعة المنصوص عليه في أمر الشراء الإلكتروني الوارد من (العميل/الزبون) .

2- فتح اعتماد مستندي في أحد البنوك والأشراك ببطاقات الاعتماد عبر شبكة الأنترنت، كي تتمكن من تتبع بطاقات اعتماد كل من ( الزبون / العميل ) .

3- الأشتراك مع كل المواقع الحكومية التي من شأنها تساهم في عملية تسهيل عملية البيع ( الكمارك ، غرف التجارة ، البنك المركزي ، دوائر الاحوال المدنية ) أن وجدت .

1-1-4-4 إجراءات رقابية لتوثيق عمليات السلع الملموسة : كي تتمكن الشركة من متابعة وتقييم أداء النظام فلا بد لها من توثيق تلك الاجراءات وكالتالي:- ( AICPA )

1- وضع آلية لتوثيق عمليات خروج البضاعة وكما يلي:

- برمجة طلب الشراء ( الزبون ، العميل ) في موقع الشركة الإلكتروني على أن يتضمن ما يلي:

\* أسم (الزبون ، العميل) \* بلد ( الزبون ، العميل ) \* رقم هوية (الزبون ، العميل) الشخصية ورقم سجله التجاري \* رقم حساب العميل ورقمه السري لدى الشركة \* رقم بطاقة اعتماد ( الزبون ، العميل ) \* رقم السلعة المطلوب شراؤها \* كمية السلعة المطلوب شراؤها \* عنوان البريد الإلكتروني (الزبون، العميل) \* إجراءات تسليم السلع \* التواريخ الإلكترونية للـ (الزبون ، العميل )

- التدقيق والتحري الفوري وعبر برامج اشتراكات الشركة عن كل البيانات السابقة قبل إصدار أمر الصرف.

- يجب أن يحوي أمر الصرف الإلكتروني الموجه لنظام المخزون على جميع البيانات الواردة بأمر الشراء

- يجب أن يحوي أمر الاستلام جميع البيانات السابقة

- يتم التسليم وفقاً للبيانات أعلاه.

2- متابعة تسلسل العمليات الواردة في أمر الشراء وعدم تنفيذ أي عملية لا تتبع السياقات اعلاه .

1-1-5-1 إجراءات توكيد أخطار المتعامل بالسلع الملموسة: (1-1 هي السلع الملموسة) ( 1-5 هي اخطار المتعامل بالسلع الملموسة

يتم اخطار ( الزبون ، العميل ) بأكملها العملية أو عدم أتمامها مع توضيح الاسباب وأجراءات تسليم السلعة في حالة أتمام العملية وبالشكل التالي:- ( Yogen,1998 : P.28 ) .

- أشعار ( الزبون ، العميل ) على نفس موقع طلب الشراء الذي أرسله للشركة بطلب السلعة.

- أو اشعار ( الزبون ، العميل ) برسالة على بريده الإلكتروني .

\* ( AICPA ) what are web trust services and why should I Get involved .

[https://aicpa.org/assurance/web\\_trust/what.htm](https://aicpa.org/assurance/web_trust/what.htm) .

1-1-5-2 إجراءات تأكيد التعامل (الزبون ، العميل ) بالأستلام : حيث (1-1 هي السلع الملموسة ) و (2-5 تأكيد الأستلام ) لا بد من وصول تأكيد من طالب السلعة بأستلام الرسالة الالكترونية الخاصة بنتائج أمر الشراء وما على طالب السلعة إلا أن يقوم بالآتي:-

- الموافقة على الشروط عبر موقع الشركة .

- أو الموافقة على الشروط عبر البريد الالكتروني للشركة .

### 1-1-5-3 إجراءات رقابية لتأكيد عملية أخطار التعامل ووصول التعليمات الخاصة بالسلعة

لابد وأن يواكب عملية أخطار التعامل ووصول التعليمات بالسلعة عملية رقابية لتقييم أداء الشركة وكالآتي:-

1- برمجة آلية ظهور الرسالة الالكترونية بعد أتمام أمر الشراء على موقع الشركة الالكتروني بشكل تلقائي وفوري.

2- برمجة آلية أخطار التعامل (الزبون ، العميل ) بشكل رقمي تسلسلي مما يسهل عملية تتبع العمليات

3- برمجة النظام بشكل مؤتمت وذلك بأن يصدر أمر الصرف لنظام المخازن بنفس الرقم الالكتروني

4- برمجة النظام بآلية تسلسل العمليات ومرورها بجميع الاجراءات.

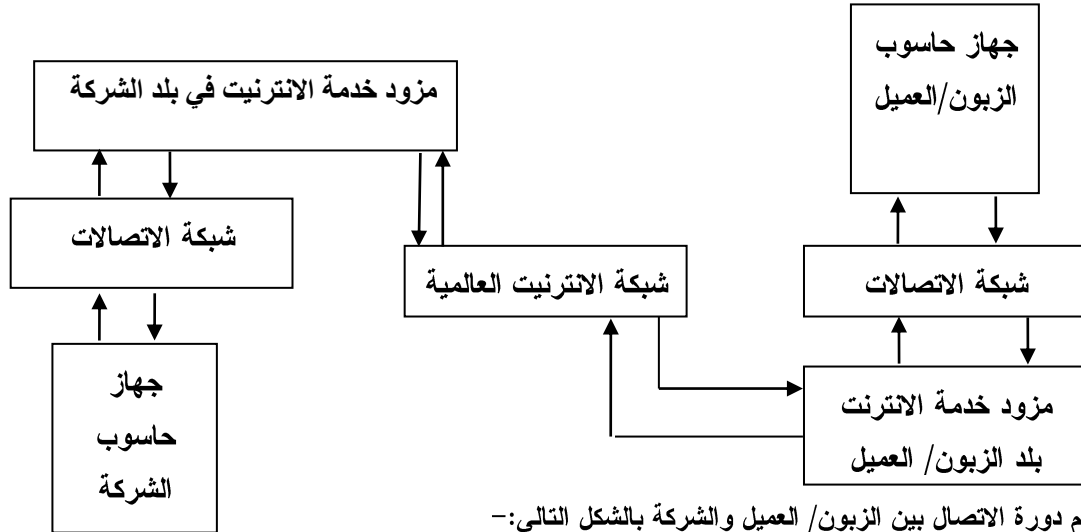
### 1-1-5-4 اعتماد جهة تدقيق تؤكد سلامة الاجراءات السابقة:

لابد من التعاقد مع جهة تدقيق خارجية مؤهلة الكترونياً تستطيع تأكيد التزام إدارة الشركة بتطبيق جميع سياساتها الخاصة بالسلع الملموسة والافصاح عن هذه الجهة المحايدة وأبرز لتوقيعها الالكتروني في موقع الشركة (الانترنت).

### ثانياً: دورة الاتصال بين الزبون / العميل ونظام الشركة

بعد أن تم تصميم مشروع نظام الربط المقترح في الفقرة ( أولاً ) فإنه لابد من التعرف وبشكل مبسط على آلية الاتصال والتعامل بين الزبون/ العميل والشركة، وكما هو موضح بالشكل ( 2-2 ) حيث أن عملية الاتصال تتم من خلال عدة وسائط يمكن القول عنها بأنها وسائط الكترونية غير ملموسة (برامجيات) .

الشكل ( 2-2 ) يوضح دورة الاتصال بين ( الزبون/العميل ) ونظام الشركة



تتم دورة الاتصال بين الزبون/ العميل والشركة بالشكل التالي:-

أ- دخول الزبون/العميل إلى موقع الشركة على الانترنت من خلال أحد الجهات المزودة لخدمة الانترنت بعد تصفح الموقع واستخدام آلية الشراء المبرمجة من قبل الشركة للحصول على السلعة أو الخدمة التي يرغب بها.

ب- يستقبل نظام الشركة وبشكل مباشر أمر العميل/ الزبون من خلال موقعها الخاص على الشبكة والمربوط مع مزود الخدمة ومن ثم يقوم النظام بتنفيذ الطلب بشكل سريع جداً .

ج- يتلقى الزبون/العميل عبر موقع الشركة من شبكة الانترنت رسالة الكترونية تتضمن موافقة الشركة على العملية والأجراءات المطلوب أتباعها على السلعة أو الخدمة.

د- يستطيع العميل في أي وقت ومن أي مكان بالعالم الدخول إلى نظام الشركة عبر موقعها .  
ومن خلال ذلك يتضح أن جميع العمليات تتم بين الزبون/العميل عمليات ذات طابع خاص يمكن وصفها بالعمليات غير الملموسة والسريعة، وبالأخذ بهذه الحقيقة أن عمليات التجارة الالكترونية هي تجارة عالمية لا تحدها قوانين محلية يمكن القول بأن هذا النظام عرضة لمجموعة من المآخذ منها:- ( AICPA )

1- **مشاكل تقنية:** تتضمن مشاكل حماية النظام من الأختراقات بشتى أنواعها وأشكالها وهو أمر حساس لا يمكن الاستغناء عنه حيث أن أختراقه يولد عواقب خطيرة يمكن تلخيص آثارها بالشكل الآتي:-

- فقدان ثقة الزبون/العميل بالشركة وبالتالي توقفه عن التعامل معها
- دخول فيروسات لنظام الشركة مما قد يؤدي إلى فقدان البيانات
- وقوع خسائر من جراء تلك الاختراقات قد تؤدي إلى أفلاس أو أنهيار الشركة

2- **الاعتراف بالإيراد:** يعد الأيراد المتولد عبر قنوات التجارة الالكترونية إيراد مشكوك فيه من قبل الجهات الرقابية كما هو الحال بأسواق البورصة ( Laudou & Guerico,2001:p.57 )

- صعوبة تحديد الضريبة لأمرين رئيسيين هما صعوبة تحديد المبيعات الدولية المعفاة من الضريبة المحلية ، والأمر الآخر صعوبة تحديد ضريبة الدخل على دخل المنشآت كون آلية تحقيق الإيراد والاعتراف به آلية لا تزال محاطة بكثير من الغموض.

3- **مشاكل تشريعية :** نظراً لعدم وجود تشريعات إدارية ومالية وقانونية تحكم آلية التعامل مع التجارة الالكترونية تبقى سياسات وأجراءات نظام التجارة الالكترونية ذاتية المنشأ قد تكون عرضة للمساءلة القانونية .( متولي , 2007 : 279 )

4- **مشاكل المستخدم في الوصول إلى موقع الشركة عبر شبكة الانترنت:** تعتبر مشكلة تحديد الوصول إلى موقع الشركة من المشاكل التي تزداد صعوبة ( Clolek & Berghel , 1999 ) وذلك لوجود مجموعة من الخصائص العامة لشبكة المعلومات الدولية أدت إلى تفاقم هذه المشكلة ومن هذه الخصائص:-

- اتساع نطاق البحث على شبكة المعلومات الدولية
- اختلاف وتنوع جودة محركات البحث ( Gordon & Patlak,1999 )
- اختلاف شكل صفحات الموقع التي يتعامل معها المستخدم بين محركات البحث المختلفة ( Shneiderman , 1998 ) وللوصول إلى موقع الشركة يتم ذلك باستخدام خطوتين ( Chorafas, 1997 ) :

**الخطوة الأولى: العثور على موقع الشركة :** هناك عدة طرق للعثور على موقع الشركة منها:

- 1- تخمين عنوان موقع الشركة من خلال اسم الشركة نفسه حيث تقوم بكتابة أسم الشركة نفسه أو حروف الاختصار الخاصة بالاسم .2. استخدام قاعدة بيانات متخصصة في أسماء الشركات
3. استخدام محركات البحث مثل محرك yahoo ومحرك البحث Altavista

**الخطوة الثانية: العثور على تقارير الشركة**

من المشاكل التي تواجه المستخدم هي أن الشركات تستخدم مصطلحات مختلفة للأيقونات الخاصة بالتقارير حيث يطلق عليها البعض مصطلح علاقات المستثمر Investor Relation ويطلق عليها البعض الآخر Company Information.

إن الدخول إلى موقع الشركة يبدو من الناحية النظرية سهلة، ولكنها لا تخلو من الصعوبة عند التطبيق العملي لها حيث أن الوصول إلى موقع الشركة والإطلاع على صفقات البيع والشراء والمستندات والتقارير التي تنظم تلك العملية تعتبر عملية صعبة وخاصة مع اتساع الشبكة باستمرار والسبب الرئيسي في هذه المشكلة عدم وجود قواعد ومعايير موحدة لمواقع تلك الشركات على شبكة المعلومات الدولية.

\* ( AICPA ) what are web trust services and why should I Get involved .  
[https://aicpa.org/assurance/web\\_trust/what.htm](https://aicpa.org/assurance/web_trust/what.htm)

من الوسائل التي تم استخدامها في البداية للتغلب على المشاكل السابقة، أداة يطلق عليها إعداد بيانات صفحات الويب Meda data وهي أداة قادرة على فهم المعلومات الخاصة بشبكة ويب (Berners, 1998: p.18) لكن صاحب هذه الأداة عدة مشاكل :

1- لا توجد معايير خاصة باستخدام هذه الطريقة<sup>2</sup>. المتخصصين في تصميم المواقع هم فقط الذين يستطيعون التعامل مع هذه الطريقة<sup>3</sup>. عدد قليل من محركات البحث التي تستخدم هذه الطريقة بتطبيقات صفحات الويب ونتيجة لما سبق ظهرت الحاجة إلى وسائل ذات تقنية عالية في تصنيف المواقع وفي هذا الصدد ظهرت لغتين الأولى يطلق عليها لغة الترميز ( XML ) Extensible Markup Language واللغة الثانية ( XFrL ) Extensible financial Reporting Markup Language ( Roger, d. & Glen, I , 2001: p.47 )

أولاً- ب : دورة السياسات والإجراءات المتعلقة بالسلع غير الملموسة:

يمكن تعريف السلع غير الملموسة بأنها جميع السلع ذات الطابع الإلكتروني غير ملموس والتي لا تملك شكلاً فيزيائياً محسوساً ( القشي ، 2008 : 159 ) وتشمل السلع غير الملموسة التالي:-  
- البرمجيات الخاصة بجميع احتياجات المستخدمين، والتي تسوقها الشركة وتبيعها عبر الموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت مثل:

\* برامج صوتية أو مرئية أو مقروءة أو جميعها \* برامج إدارية ، مالية ، إحصائية وما شابه ذلك  
- الاشتراك في مواقع متعددة الخصائص مثل:-

\* مواقع ترفيهية \* مواقع ثقافية \* مواقع مجلات ودوريات علمية وغير ذلك \* مواقع اتصال عبر شبكة الانترنت \* مواقع الدعاية والإعلان \* اشتراك في البريد الإلكتروني \* مواقع الكترونية خاصة \* أخرى  
وتمر السلع غير الملموسة بنفس إجراءات السلع الملموسة كما في الشكل ( 1-2 )

ويود الباحث أن ينوه بأن هذه السلع ذات خصائص متميزة وطريقة تخزينها لا تتماثل مع طريقة تخزين السلع الملموسة حيث أنها عبارة عن سلعة واحدة يستنسخ منها عدة سلع وتكلفتها تكمن في تكلفة اختراعها وتطويرها والعائد من بيعها كبير جداً. وخير مثال على ذلك البرامج التي تسوقها وتبيعها شركة Microsoft عبر شبكة الانترنت والسبب أن الموقع يحوي جميع المعلومات عن تلك السلعة على سبيل المثال عن (المجلة) بشكل مقروء إلكترونياً وتكلفتها الحقيقية عبارة عن إنشاء الموقع إلكترونياً على الشبكة وإدخال المعلومات الخاصة بـ (المجلة) وليس طباعتها.  
ولا تختلف السياسات وإجراءات الحماية الملموسة للسلع الغير ملموسة عن السلع الملموسة وستقتصر على حماية كل من:- ( القشي ، 2008 : 160 )

1- الاختراع: وذلك بالحصول على براءة اختراع للبرامج التي يتم تسويقها  
2- حق الملكية: وذلك بالحصول على حق الملكية لموقع الشبكة الإلكتروني الذي يتم تسويق سلع الاشتراك أو البرمجيات من خلاله. 3. توثيق تلك الإجراءات لدى جهات رسمية  
4. برمجة تلك الإجراءات على موقع الشركة الإلكتروني

ونظراً لأن الإجراءات المتبعة في السلع غير الملموسة هي نفس الإجراءات المتبعة في السلع الملموسة من ناحية الحماية والتحديث والتطوير والرقابة، كذلك إجراءات التوثيق والتوكيد لذا ارتأى الباحث عدم تكرار الإجراءات وبإمكان الشركات التي تتعامل مع السلع الغير ملموسة الإطلاع على نموذج الربط الخاص بالشركات التي تتعامل مع السلع الملموسة.

### المبحث الثالث

#### تصميم نظام المعلومات الإدارية ليتلائم مع نظام التجارة الإلكترونية

مما لا شك فيه أن نظام المعلومات الإدارية من أكثر النظم الموجودة في المنشآت والتي تحتاج إلى تكيف وتطوير لعملياتها مع نظام التجارة الإلكترونية لما لهذا النظام من علاقة مباشرة بالصفقات الإلكترونية حيث يتولى هذا النظام

تسجيل ورقابة وحفظ جميع التعاملات سواء أكانت تتعلق بالصفقات التجارية التقليدية أو طبقاً للتجارة الالكترونية وفي هذا المبحث ناقش السؤال الثاني من فرضيات البحث (( أن نظام التجارة الالكترونية له تأثير مباشر وغير مباشر على نظام المعلومات الإدارية )) .

وسوف نتناول في هذا المبحث النقاط التالية:-

### 3-1 تصميم نظام المعلومات الإدارية :

تصميم النظام هو عملية البدء بمجموعة من الأهداف ، تحديد الوسائل اللازمة لتحقيقها ، ثم تفصيل هذه الوسائل بالترتيب لتكون أكثر ملائمة ( مشرف ، 2003 : 220 ) . وعليه يمكن حصر الأسباب التي تدعو إلى إنشاء نظام جديد من ثلاثة أسباب:

السبب الأول هو توفير معلومات جديدة مطلوبة والسبب الثاني هو إيجاد حل لمشكلة النظام القائم والسبب الثالث هو تنفيذ إحدى التقنيات الجديدة ، فإذا كان المطلوب من النظام الجديد هو تقارير جديدة يجب أن يتحقق القائم بالدراسة من قدرة النظام الجديد على توفير البيانات التي تتطلبها هذه التقارير، وإذا كان السبب إنشاء النظام الجديد هو إيجاد حل لمشكلة بالنظام القائم فإن ذلك يستدعي تغيير المعلومات الناتجة من النظام القائم لحل هذه المشكلة، وإذا كان الغرض من إنشاء نظام جديد للمعلومات هو الاستفادة من التقنيات الجديدة كما هو الحال في نظام التجارة الالكترونية، فإن ذلك لا يستدعي تغيير في محتويات تقارير النظام غير أن التقارير يمكن أن تأخذ أشكال جديدة كما هو الحال في التقارير الإدارية والمحاسبية التي يمكن إنتاجها عبر شبكة الانترنت والتي تتعلق بالصفقات الالكترونية.

3-1-1 مصادر البرامج: المقصود بالبرامج هي مجموعة البرامج التي تتحكم في العمليات التي تقوم أجهزة الحاسوب بتنفيذها وهناك أربعة مصادر بديلة للبرامج: ( مشرف ، 2003 : 224 )

أولاً: تطوير البرامج : حيث يقوم المبرمجون العاملون في المنشآت بتطوير هذه البرامج، كما يمكن إبرام عقد مع مبرمجين من الخارج للقيام بإعداد هذه البرامج داخل المنشآت، وعليه ضرورة تطابق البرامج مع احتياجات المنشآت ، كما أن النظام يصبح مقبولاً من العاملين بالمشروع نتيجة اشتراكهم في إعداده وأحياناً تصبح تكاليف المصادر الأخرى أقل تكلفة من برامج العاملون في المنشآت ومثال على ذلك برامج البيع والشراء ( الصفقات الالكترونية )

ثانياً: برامج الشركات المتخصصة في هذا المجال: حيث تقوم بعض الشركات بإنتاج حزم من البرامج الجاهزة، وتتكون هذه الحزم من مجموعة من البرامج التي توفر التطبيقات المطلوبة عموماً ، مثل برامج المخازن في كيفية استلام وصرف المواد إلكترونياً وقد تقتضي الحالة إلى تطوير هذه البرامج داخل الشركة لتتماشى مع احتياجاتها ، وتتميز هذه البرامج بانخفاض تكلفتها حيث يجري توزيعها على عدد كبير من المستثمرين الذين يمكن أن يصلوا إلى المئات والآلاف.

ثالثاً: برامج شركات صناعة الكومبيوتر : هناك الكثير من شركات صناعة الحواسيب التي تقوم أيضاً بإنتاج وبيع البرامج ومن أمثلة هذه البرامج، نظم التشغيل ، برامج إدارة الملفات ، برامج الخدمات التي تقوم بالوظائف المتكررة مثل برامج الفرز والطباعة.....

رابعاً : مجموعات المستخدمين: تتكون مجموعة المستخدمين من أفراد وتنظيمات لديهم أحد ماركات الأجهزة أو البرامج الخاصة ويقوم أعضاء المجموعة بتبادل البرامج والاستشارات منها برامج مراجعة وتدقيق الصفقات الالكترونية مثل برنامج Barhoot Auditor ( Trites, 2006 ) .

### 3-1-2 تدريب وتنمية العاملين في نظام المعلومات الإدارية

لكي يواكب العاملين في نظام المعلومات الإدارية التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الجديدة في ظل التجارة الالكترونية، أصبح لزاماً عليهما الإلمام بالمعلومات والتقنيات الضرورية لمواكبة هذا التقدم التكنولوجي، وكي يتمكنوا من تقييم جميع تعاملات التجارة الالكترونية والسيطرة عليها أصبح من الواجب عليهما الإلمام بالمفاهيم الحديثة المترابطة معها والتي يمكن تلخيصها كالآتي:-

1- التوقيع الالكتروني الرقمي Digital / Electronic signatures

- 2- اتفاقيات تبادل البيانات Data Exchange Protocols
- 3- تأمين العمليات الالكترونية Secure Electronic Transactions
- 4- الترخيص الالكتروني Electronic Licensing
- 5- البنية التحتية لمفاهيم الخصوصية والعمومية Public & Private key infrastructures
- 6- رموز العمليات Token Transactions
- 7- البطاقة الذكية Smart cards
- 8- النقد الالكتروني Electronic Cash
- 9- نقطة البيع Point of sale
- 10- أمور أخرى مستجدة

### 2-3 تأثير التجارة الالكترونية على مكونات نظام المعلومات الإدارية:

يتأثر نظام المعلومات الإدارية كثيراً بنظام التجارة الالكترونية على اعتبار أن هناك ارتباط وثيق بين كل من نظام التجارة ونظام إنتاج المعلومات فأى تغير في نظام التجارة ينعكس على نظام المعلومات ويمكن تصنيف هذه التأثيرات على النحو التالي:-

### 3-2-1 التأثيرات العامة لنظام التجارة الالكترونية على نظام المعلومات الإدارية يمكن التطرق إلى بعضها:

#### 3-2-1-1 تأثير نوعية الأجهزة المستخدمة في نظام المعلومات الإدارية:

حيث يتطلب هذا النوع من العمليات أنظمة اتصال وشبكة جيدة وأمنة وما يتطلبه من معدات لازمة لإتمام الاتصال بشكل سريع وآمن، ومن أمثلة ذلك الحاجة إلى كروت موديم Cart Modum أو كروت شبكة Cart Network كما يتطلب التعامل مع مورد خدمة الانترنت Proxy موثوق به ونظام اتصالات متقدم بما لا يحدث توقف في الشبكة أو اختراقات.

#### 3-2-1-2 تأثير على نوعية البرامج:

أ- توفير برنامج يتيح الدخول إلى الانترنت مثل برنامج Microsoft Internet Explorer أو برنامج Netscope Communications .

ب- توفير برامج خاصة بالبريد الالكتروني مثل Microsoft Outlook Express

ج- توفير برامج الأمن والحماية والتي تشمل البرامج الخاصة بالرقابة والأمن للمعلومات وبرامج مكافحة الفيروسات.  
د- برامج تجارية متطورة تضمن الدخول لشبكة الانترنت والتعامل مع الموردين والعملاء والبنوك من خلال تداول البيانات والأموال إلكترونياً.

3-2-1-3 يتطلب نظام التجارة الالكترونية سرعة ودقة التعامل مع الصفقات الالكترونية وهذا يتطلب التدقيق الفوري للبيانات عن طريق وجود برنامج يتأكد من صحة العمليات قبل وأثناء تشغيل النظام .

3-2-1-4 يحتم نظام التجارة الالكترونية من نظام المعلومات الإدارية ضرورة فصل وتحديد المسؤوليات والسلطات ومناطق العمل ( السيد والمطيري، 2002 ، 243 )

- قسم تحليل وتصميم النظم - قسم تصميم وتطوير البرامج - قسم تشغيل الحاسبة - مكتبة الأشرطة والبرامج - قسم المراقبة

حيث أن ذلك يساعد على سلامة الرقابة المتبعة كما يساهم في الرقابة على حالات الغش.

3-2-2 التأثير على نظم الرقابة في نظام المعلومات الإدارية: يجب على المنشآت التي تستخدم شبكة المعلومات الدولية أن تعيد تصميم أنظمة الرقابة في نظام المعلومات الإدارية لزيادة القدرة على تضيق نطاق وثغرات الغش المالي والإداري حيث أن معظم إجراءات الصفقات سوف تتم من خلال الحاسب الآلي بداية من أمر الشراء وأنتهاءً بالدفع والاستلام، ونظراً لعدم وجود مستندات ورقية أو شيكات أو أوراق قبض، هذا يؤدي إلى ارتفاع خطر المعلومات حيث قد يسمح برنامج التعامل مع التجارة الالكترونية في سهولة التلاعب بالمعلومات.

وتهدف الرقابة على مواقع المنشآت عبر شبكة المعلومات الدولية في حماية الصفقات والتقارير من عدة أنواع منها:  
( Barnard & Solms, 2001: p.188 )

1- حماية وصول العابثين إلى المعلومات 2.حماية الإطلاع على المعلومات لمن يرغب في إطلاعها .  
ويرجع ذلك إلى أن أي فرد من أي مكان في العالم يمكن أن يصل إلى محتويات هذه المواقع وتحتاج نظم الرقابة إلى التطوير بالإضافة إلى الضوابط الرقابية المعروفة في النظم اليدوية والنظم المعتمدة على الحاسوب، فإن نظم الرقابة التي تعتمد على شبكة المعلومات ( الانترنت ) تحتاج إلى ضوابط رقابية إضافية منها:-

#### 1- رقابة الصفقات الالكترونية Transaction Control

تعتبر الرقابة على الصفقات الالكترونية من أهم نقاط الرقابة، فمن المتوقع أن تشمل نسبة كبيرة في حالات الغش المالي والإداري عن طريق شبكة المعلومات الدولية في إضافة صفقات أو تغيير في قيمة صفقات ويمكن تطوير أساليب الرقابة على الصفقات على النحو الآتي:

#### أ- السجلات والملفات الثانية Dual-file cording

يتم إنشاء سجل إضافي تلقائي بمجرد إدخال وتعديل أو تسويات في السجل الأصلي بما يسمى Back-up- copy ويتم الاستعانة بهذه النسخة الإضافية إذا تم إتلاف أو محو البيانات من السجل الأصلي عن طريق الخطأ أو التعمد ( متولي، 2007: 278 )

ب- تقسيم النظام العام إلى نظم مستقلة: ويهدف هذا الأسلوب إلى منع إجراءات التسويات اللازمة لتغطية التزوير والاختلاس في السجلات المساعدة ( السيد والمطيري، 2002: 223 )

2- انتقاء العاملين Access privileges: ويقصد بذلك تحديد العاملين الذين يحق لهم الوصول إلى البيانات الحقيقية وإجراء التعديلات في قيم هذه البيانات أو تعديل علاقات هذه البيانات.

3- استخدام بعض أنظمة تقنية شبكة المعلومات الدولية: ومنها أجهزة نظم التحكم والسيطرة على المدخلات وكذلك أنظمة التغذية بين النظام الرئيسي والأنظمة الفرعية في شبكة المعلومات الدولية.

4- الرقابة على التوقيعات الالكترونية: يعتبر عامل الأمان والسرية للتوقيعات الالكترونية من أهم اهتمامات المتعاملين عبر شبكة المعلومات وذلك عند التعامل مع صفقات التجارة الالكترونية حيث سيتم استخدام التوقيع الالكتروني من خلال الشبكة، المستخدم هو الوحيد القادر على استخدامه ، حيث يتم تشفير الرسالة بحيث لن يتمكن من فك شفرتها إلا الشخص المقصود إرسالها إليه، يمكن أن تكون هذه الرسالة معلومات تأخذ أشكال مختلفة نصية أو صوتية أو مستندات أو فاتورة أو طلب بضاعة ( متولي ، 2007: 279) وسيكون متلقي الرسالة التأكد من أن الرسالة المرسله من الشخص المقصود بأنها أرسلت في الوقت المحدد وأنها لم تتعرض لأي تلاعب، وأن الآخرين لا يستطيعون فك شفرتها ولذلك فقد ظهر في الأسواق برنامج vaultregistry من تصميم شركة IBM واستخدام هذا البرنامج يمكن التعرف على أطراف الصفقات والعقود من خلال شهادة Digital certificate وهي عبارة عن شفرة مبرمجة تلعب دوراً في تحديد شخصية المرسل عند المرسل إليه وضمان تطبيقها (متولي، 2007: 279).

5- سرية تبادل المعلومات: تحديد الأشخاص المسؤولين عن خصوصية وسرية تبادل المعلومات على أن تضمن سرية المعلومات المتبادلة بين طرفين سواء كانت هذه المعلومات رسالة بريد الكتروني أو عملية مالية أو غيرها. ومن الوسائل الرقابية من هذه الأخطار عدم فتح الملفات المرفقة برسائل البريد الالكتروني إذا كانت من أحد الأنواع التي تنتهي بالامتدادات الآتية ( يوسف ، 2002 )

أ- الامتداد EXE ( Executable files ) هو عبارة عن ملفات تنفيذية يمكنها تنفيذ مجموعة من الأوامر بدون إذن من أحد  
ب- الامتداد COM ( Command files ) عبارة عن ملف به أوامر تنفيذ مرتبطة بأي جزء من الملف ويبدأ العمل بعد مرور وقت معين.

ت- الامتداد APP ( Application ) عبارة عن ملف به برنامج تطبيقي ، وهو خطير لأنه من الممكن أن يكون احد برامج التجسس.

ث- الامتداد BAT ( Bath files ) عبارة عن ملف به أمر معين موجه لأحد ملفات نظام التشغيل في جهاز الحاسب.  
6- الرقابة على خطر الفيروسات: هناك مجموعة من البرامج التي تقوم بحماية هجمات الفيروسات منها تعمل عند التشغيل المباشر عند الدخول on Access Element وهو يعمل تلقائياً عند تشغيل البرنامج والتشغيل عند الحاجة on demand Element يعمل عندما يطلب منه وهو متخصص بالكشف عن الفيروسات الموجودة في ذاكرة الحاسوب والأقراص المرنة.

7- الرقابة على خطر اختراق أنظمة الحاسوب: يتمثل خطر الاختراق في استخدام برامج متخصصة في فك الرموز والكلمات السرية وكسر الحواجز الأمنية ( Vincent, 1996 ) .

### 3-2-3 تأثيرات على مدخلات نظام المعلومات الإدارية:

ستؤثر تقنية شبكة المعلومات الدولية على شكل المخرجات، حيث ستكون المدخلات في شكل مستندات إلكترونية، وفاتورة إلكترونية، ووسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي يجب تصميم نظم المعلومات بحيث يمكنها أن تتكيف وتتفاعل مع التدفق السريع لمدخلات البيانات من العملاء والمنافسين ويترتب على ذلك ضرورة تكيف شبكة المنشآت والمتصلة بشبكة المعلومات الدولية.

### 3-2-4 تأثير على عملية التشغيل في نظام المعلومات الإدارية:

إن نظام التجارة الإلكترونية يحتم ضرورة استخدام نظم تشغيل إلكترونية في إنتاج المعلومات لما لها من إمكانيات تمكن من تطبيق نظام التجارة الإلكترونية وعلى العاملين بعملية تشغيل نظام المعلومات الإدارية مراعاة الاعتبارات الآتية تطبيقاً لنظام التجارة الإلكترونية في إنتاج المعلومات.

1- تحديد مهام مستلم البيانات من الأقسام داخل المنشآت ومن البيئة الخارجية ومن يقوم بمراجعة البيانات والتأكد من صحتها.

2- تحديد مهام مشغلي ومعدي البرامج على أن تتفق البرامج الجاهزة مع متطلبات التشغيل وتحديد أنواع الملفات والسجلات.

3- إجراء عمليات التحديث المستمر للملفات والبرامج بما يضمن حفظ قواعد البيانات وتحديثها

4- الاحتفاظ بنسخة إضافية من الملفات وتخزينها في مكان آمن.

5- التحديث المستمر للأجهزة بما يضمن مواكبة التطورات السريعة

6- المراجعة الدورية لأساليب تداول البيانات والمستندات إلكترونياً وتحديد المسؤولين عن كل عملية من عمليات تداول البيانات.

### 3-2-5 تأثير على مخرجات نظام المعلومات الإدارية :

تعتبر إنتاج التقارير والكشوفات والإحصاءات إحدى أهم ما تتوخاه من استخدام شبكة المعلومات الدولية والتخلي التدريجي عن التقارير المطبوعة بحيث تتحول إلى التقارير المرئية، ولكي تتمكن من استخدام التقارير عبر الإنترنت يجب أن يصمم الموقع الخاص بالمنشآت بطريقة تسمح أن تكون هناك مخرجات للنظام تحتوي كل منها على معلومات تناسب كل فئة من فئات المستخدمين في المنشآت.

كما لا بد من تحديد تدفق المعلومات للجهات المعنية، الإدارة، الإنتاج، الجودة، التكاليف، الإيرادات وغيرها عبر الشبكة العالمية ودرجة التفصيل والإجماليات لهذه المعلومات، وهذا يؤدي إلى تصميم مستويات تنظيمية في داخل التنظيم مع تحديد سلطة ومسؤولية كل مستوى، ويجب أن تعتمد درجة التشغيل والإطلاع لكل مستوى تنظيمي على درجة حساسية المعلومات ( Cushing & Romney , 2001 ) .

مما سبق يمكن الإجابة على السؤال الثاني من أسئلة البحث والخاص ببيان أثر التجارة الإلكترونية على مكونات نظام المعلومات الإدارية ومكوناته وتبين أن لهذا النظام تأثيرات كثيرة على نظام المعلومات الإدارية منها تأثيرات عامة، وأخرى خاصة بالرقابة، وأخرى على المدخلات، أنظمة التشغيل، وتأثيرات خاصة بالمخرجات وكل هذه النتائج تثبت صحة الفرضية القائلة (( بأن نظام التجارة الإلكترونية له تأثير على مكونات نظام المعلومات الإدارية ))

## المبحث الرابع

### النتائج والتوصيات

أولاً : تتمثل نتائج البحث التي توصل إليها الباحث كما يلي:

- 1- توجد عدة أنماط من التجارة الالكترونية أهمها:-
  - أ- التعامل بين التاجر والمستهلك ب- التعامل بين تاجر وتاجر آخر ت- التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر
  - ث- التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر ج- التعامل عبر جهاز الهاتف النقال
- 2- توجد أهمية قصوى لنظام التجارة الالكترونية بالنسبة للشركات بصفة عامة والعراقية بصفة خاصة تتمثل هذه الأهمية فيما يلي:
  - أ- خفض الزمن والتكلفة اللازمين لترويج المنتجات والخدمات والحصول على المواد الخام وبيع هذه المنتجات والخدمات. ب- توسيع نطاق الأسواق وزيادة حجم المبيعات (المحلية) وإمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية. ت- التعرف على أمكانية المنافسين وتطوير المنتجات ث- خفض تكلفة المعارض والدعاية والإعلان
- 3- هناك ضعف كبير في قيام الشركات العراقية في استخدام نظام التجارة الالكترونية ويرجع ذلك إلى وجود العديد من المشاكل منها ما يلي:-
  - أ- حداثة دخول شبكة الانترنت وقلة خبرة العاملين وعدم التوسع في استخدام التقنيات الفنية في تطبيق نظام التجارة الالكترونية.
  - ب- ضعف في إمكانيات المصارف العراقية في دعم الشركات لتوفير نظام آمن للتداول المالي لتطبيق التجارة الالكترونية. ت- ضعف الكفاءة وارتفاع تكلفة الانترنت مقارنة بالدول الأخرى
  - ث- عدم وجود اللوائح والتشريعات التي تنظم عمل التجارة الالكترونية في العراق
- 4- يحقق نظام الربط المقترح بين نظام الشركة ونظام الشركة على موقعها الالكتروني عدة فوائد منها ما يلي:-
  - أ- حماية ملموسة ب- حماية غير ملموسة ت- تحديث وتطوير ث- رقابة العمليات
- 5- يؤثر نظام التجارة الالكترونية على نظام المعلومات الإدارية عدة تأثيرات عامة أهمها:-
  - أ- تأثير على نوعية الأجهزة المستخدمة ب- تأثير على نوعية البرامج المستخدمة
  - ت- يتطلب نظام التجارة الالكترونية ضرورة فصل وتحديد المسؤوليات والسلطات ومناطق العمل
- 6- يؤثر نظام التجارة الالكترونية على مدخلات نظام المعلومات الإدارية عدة تأثيرات أهمها:-
  - أ- استخدام مستندات الكترونية بدلاً من المستندات الورقية ب- تأثير على قواعد البيانات وطرق تحديثها
  - ت- ضرورة توفير نظام سيطرة على جودة البيانات والمعلومات المدخلة مع تحديد سلطة الأشخاص المسؤولين عن الصفقات الالكترونية
- 7- يؤثر نظام التجارة الالكترونية على عملية تشغيل نظام المعلومات الإدارية عدة تأثيرات أهمها:-
  - أ- تحديد مهام مستلم البيانات بين الأقسام في داخل المنشآت وبين البيئة الخارجية ومن يقوم بفحص البيانات والتأكد من صحتها.
  - ب- تحديد مهام مشغلي ومعدي البرامج على أن تتفق البرامج الجاهزة مع متطلبات التشغيل وتحديد أنواع الملفات والسجلات.
  - ت- إجراء عمليات التحديث المستمر للبيانات والبرامج بما يضمن حفظ قواعد البيانات وتحديثها.
  - ث- الاحتفاظ بنسخ إضافية من كل الملفات وحفظها في مكان آمن.
  - ج- المراجعة الدورية لأساليب تداول البيانات والمستندات الكترونياً وتحديد المسؤولين عن كل عملية من عمليات تداول البيانات.

- 8- يؤثر نظام التجارة الالكترونية على مخرجات نظام المعلومات الإدارية عدة تأثيرات أهمها:-  
أ- ضرورة إنتاج تقارير منشورة على الانترنت على أن تكون للقراءة فقط.  
ب- ضرورة نشر تقارير الأداء بشكل يمكن فهمه بواسطة جميع المستخدمين ومن يحتاج إلى المعلومات في مختلف دول العالم
- 9- يؤثر نظام التجارة الالكترونية على إجراءات الرقابة في نظام المعلومات الإدارية عدة تأثيرات أهمها  
أ- تحديد أساليب الرقابة على الصفقات الالكترونية ب- استخدام بعض أنظمة تقنية شبكة المعلومات الدولية للسيطرة على المدخلات ت- تحديد الأشخاص المسؤولين عن خصوصية وسرية تبادل المعلومات  
ث- توجد عدة برامج لحماية هجمات الفيروسات وخطر الاختراقات

#### ثانياً: توصيات البحث

تتمثل توصيات البحث فيما يلي:-

- 1- يجب توفير إحصاءات دقيقة عن المنشآت التي يتوفر لها موقع على شبكة المعلومات الدولية، وإعداد دليل بها لتسهيل مهمة استخدام التقارير التي تنتجها هذه المنشآت للاستفادة من قبل المتعاملين والمستخدمين والباحثين عن تلك المواقع وتسهيل إجراء البحوث الميدانية في هذا المجال وتحديد الجهة المسؤولة عن ذلك.
- 2- ضرورة تشجيع التعامل بالتجارة الالكترونية والاستفادة من المنظمة العربية وقيام الحكومة والشركات العراقية بتذليل المعوقات والمشاكل التي تواجهها الشركات العراقية.
- 3- ضرورة تدريب وتنمية العاملين في نظم المعلومات الإدارية لاكتساب الخبرات والمهارات التي تتطلبها التجارة الالكترونية.
- 4- تشجيع الشركات العراقية على تبني فكرة التجارة الالكترونية وتقديم التسهيلات التي تسهم في تخفيض تكلفة الاشتراك في شبكة المعلومات الدولية.
- 5- تنظيم المؤتمرات والمعارض التي من شأنها تسهم في مد الجسور مع المنظمات العربية والدولية لرفع كفاءة الأداء وترجمة ذلك النظام العالمي إلى واقع عملي.
- 6- يجب أن تسهم المصارف العراقية في دعم الشركات مادياً وتوفير وسائل آمنة للدفع والتحويل مما يشجع تلك الشركات على عدم الخوف من تطبيق نظام التجارة الالكترونية
- 7- يوصي الباحث على استكمال وتطوير العمل في المواضيع التالية:-  
- إنتاج التقارير الالكترونية  
- المعايير الدولية لتطبيق نظام التجارة الالكترونية  
- دعوة للمبرمجين العراقيين في تطوير لغات الترميز XML ولغات الترميز XfRL والتي أشير لها في البحث لأهميتها في موضوع التجارة الالكترونية.  
- أساليب التعرف على موقع الشركة الالكتروني  
- طرق الحماية من الهجمات والاختراقات الأمنية

#### المراجع العربية

- 1- الحلو، برهان صباح ، أثر استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك الأردنية من منظور القيادات المصرفية، بحث غير منشور، جامعة آل البيت، الأردن، 2005
- 2- السيد ، أبو زيد كامل ، المطيري ، عبيد بن سعد ، تأثير التجارة الالكترونية على نظم المعلومات المحاسبية ، المجلة العلمية لكلية التجارة ، القصيم ، العدد الأول ، 2002 .

- 3- الفارس ، عبد الرحيم ( The effect of Mobile Phone on Economic Welfare: the case of Amman ) - Jordan ) المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية العلوم الإدارية والمالية، المعرفة المعلوماتية ، والإدارة الالكترونية ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية ، جامعة الزيتونة ، عمان ، آيار 2006 .
- 4- القشي ، ظاهر ، اثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية ، بحث غير منشور ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2008 .
- 5- بلقاسم ، زايري ودلويشي ، علي ، طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة(6- آيار ) ، 2002 .
- 6- جيرلاش ، روج ، مرشد الأذكاء الكامل الاستثمار عبر الانترنت، The Complete Smart guide to online investing ) ترجمة وطباعة دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2001 .
- 7- روبرت سميث ومارك سيكر، مرشد الأذكاء الكامل للتجارة الالكترونية- The Complete Smart guide toe- Commerce. ، ترجمة وطباعة دار الفاروق للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2000 .
- 8- قبيعة ، محمد جمال أحمد ، موسوعة التطوير الالكتروني للمؤسسات، مكتبة المكاتب ، المجلد الثاني ، دار الراتب الجامعية ، بيروت ، 1998 .
- 9- متولي ، طلعت عبد العظيم ، تقنيات ومعايير نظم إنتاج التقارير عبر شبكة الانترنت ، المجلة المصرية للدراسات التجارية ، المجلد الثلاثون ، العدد الأول ، المنصورة ، 2007 .
- 10- مشرف، فريد نصر ، برمجة للتطبيقات المحاسبية ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة 2003 .
- 11- يوسف ، شعبان مبارز : الجودة الشاملة لمتغيرات تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على نظم المعلومات المحلية ، الندوة التسعة لسبل تطوير المحاسبة في المملكة العربية السعودية ، 2-3 ابريل ، 2004.

### المراجع الأجنبية

- 1- □Albert Marcella ; Electronic Commerce, Part1 , IT Audit, Vol1, institute of Internet and itor, 1998.
- 2- Assurance services , the opportunity that exists for the profession , ( AICPA web site ) , <https://aicpa.org/assurance> .
- 3- Barnard. L.& R.Solms, " A formalized approach to the effective selection and evaluation of information securing controls, computers & Securing, 2001, Vol20, No2 .
- 4- Berne's, W., Zarnek, R. , And writing , H.g intelligent software agents, foundations and applications-spring , 1998.
- 5- Chorafas, Du, Agent technology handbook, Mc Graw-Hill , New York,1997.
- 6- Cushing, B.E., and Romney, M.B., Accounting information system, ( Addison – Weseley Publishing Company, Inc. ) . 2001.
- 7- Harper,E &Arnett,M., Building a windows NT internet server (New Riders Publishing, 1995 ) .
- 8- Laudon Kenneth. & carol Guericio Traver, E-Commerce, by Eye Wire , 2001.
- 9- Roger, D., and Glen, L., The Production and use of semanticall rich accounting reports on the in the internet, International Journal of accounting information system- January, 2001, Vol2 , P47-74.
- 10- Trites, G., "The impact of technology on financial and business Reporting " CICA- Research study, 2006.
- 11- Vincent , P."Free stuff from the internet .,(coriolis Group , inc. ) 1996 .
- 12- Yogen , Appalrajn , Accountants chip into Build trust in E-commerce , computing Canada , Vo1 ,24 ,Issueun ,1998 .