المستقبل للتجارة الإلكترونية

ولم يكن سعي شركات تكنولوجيا المعلومات إلى تطوير نظم الحماية لعملية الدفع الإلكتروني كأهم وآخر مراحل العملية التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت إلا بعد تأكدها من أن هذا النوع من التجارة هو المستقبل بالنسبة للتعاملات بين الأفراد والشركات أو بين الشركات والشركات.

وحسب تقرير منظمة التجارة العالمية تم نشره عام 2004، فإن نسبة التعاملات التجارية المتوقع إجراؤها عبر شبكة الإنترنت عام 2010 تبلغ نحو 70% من حجم التجارة الدولية كلية.

يأتي هذا في الوقت الذي يتوقع فيه أن يرتفع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم إلى أكثر من مليار شخص بحلول العام 2005، يتواجد ثلثهم في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها.

وما يميز التجارة الإلكترونية ويدفعها للتقدم إلى الأمام في المستقبل هو أن الأسواق العالمية لم تَعُد ترتبط فقط بزيادة الإنتاج وتحسين الجودة، وإنما بتقليل الفترة الزمنية اللازمة لانتقال السلعة من المصدر إلى المستورد وتخفيض النفقات المرتبطة بكل مرحلة من مراحل إنجاز العملية.

وسيمكن هذا النوع من التجارة المؤسسات الاقتصادية المتوسطة وصغيرة الحجم من المشاركة في التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة في المستقبل، خاصة أنها توفر الكثير من العمليات التي تتم في التعاملات التجارية، أبرزها التقليل من تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، فضلا عن تقديمها معلومات دقيقة وسريعة تساعد على التعرف على العروض والفرص التجارية المتاحة.

كما تسمح التجارة الإلكترونية بسيطرة أكبر على توقعات الطلب، وتساهم بالتالي في تحقيق قدر من التنمية وزيادة فرص التصدير، خاصة أنها تحظى بقدر كبير من رد الفعل وسرعة الاستجابة دون قيود بيروقراطية.

وبالإضافة إلى ذلك التعرف على منتجات وأسعار الشركات المنافسة، مما يتيح لها دراسة السوق ووضع أسعار أكثر تنافسية من أجل تحقيق النجاح، والحصول على نصيب وافر من العملاء، كما يمكنها التعرف على أفكار جديدة في المجال الذي تعمل فيه من أجل المزيد من الابتكار وتحسين المنتج والبقاء على مستوى المنافسة

All Rights Reserved © Arab British Academy for Higher Education