

دراسة سوق خدمات التسوق الالكتروني في
المملكة العربية السعودية من خلال
الاكشاك الالكترونية

مجلة
الإنترنت
العلمية

أ.د. احمد سعيد با مخرمة
قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد والإدارة
جامعة الملك عبد العزيز
جدة، المملكة العربية السعودية
asbamakhramah@hotmail.com

دراسة سوق خدمات التسوق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال الاكشاك الإلكترونية

ملخص البحث :

التسوق الإلكتروني هو نظام يتيح حالياً عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات ، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات ، حيث إن التجارة الإلكترونية كأحد وأهم عناصر التسوق الإلكتروني تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء . ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردين ، أو شركات، أو محلات) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية ، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية .

تدل توقعات اتجاهات النمو في الاقتصاد السعودي إلى أن الإقبال على خدمات التسوق الإلكتروني سيكون ايجابيا وخاصة فيما يتعلق ب :

- ❖ زيادة انفاق المستهلكين على السلع والخدمات .
- ❖ زيادة نشاط القطاع المالي وبالأخص النشاط المصرفي وسوق الأسهم.
- ❖ زيادة مستوى التبادل التجاري .

ومن المتوقع أن تنعكس هذه المؤشرات الايجابية على نشاط الخدمات الإلكترونية بصفه عامة والتجارة والتسوق الإلكترونيين بصورة خاصة ، من خلال توقع زيادة انفاق الفرد على هذه الخدمات سواء من حيث زيادة الطلب على هذه الخدمات مع ميل نحو تعميقها تجاه الخدمات الجديدة التي لم تكن متداولة بشكل كبير في السابق (كخدمات الحكومة الإلكترونية مثلا) أو من

حيث زيادة مستوى نشاط المعاملات المالية اللازمة لانجاز هذا الطلب المتزايد على خدمات التسوق الإلكتروني أو المترتبة عليه .

من الوسائل الحديثة والمستجدة لتنفيذ عمليات التسوق الإلكتروني الإلكتروني الأكشاك الإلكترونية في الأماكن العامة، مثل المراكز التجارية والمطارات والدوائر الحكومية ، وكذلك للذين يريدون اقتناء جهاز إلكتروني خاص في المنزل أو في مكان العمل . والفرق ما بين الخدمة التي تقدمها هذه الشبكة وشبكة الأنترنت يكمن في أن جميع الخدمات الموجودة على شبكة الأكشاك هي محددة ومقننة لنفس الدولة التي سوف تكون فيها الشبكة وسهلة الاستخدام ولا توجد صعوبة في طريقة استخدامها من الناحية اللغوية أو الفنية ، أما من الناحية الأمنية فلا يوجد فيها مشاكل قرصنة كما هو الحال في شبكة الأنترنت .

يهدف هذا البحث إلى دراسة مقومات السوق الاقتصادية لمشروعات التسوق الإلكتروني من خلال الأكشاك الإلكتروني في المملكة العربية السعودية تحقق المزايا والخدمات المشار إليها أعلاه وإمكانيات السوق والمنافع المتوقعة من مثل هذه المشروعات والمحددات المؤثرة فيها .

Summary

Electronic marketing is a system which currently through the internet enables people to make buying and selling transactions and the exchange of information this system is synonymous to a virtual market wherein dealers perform their transactions through electronic or digital money payments.

The forecasts for the performance and growth of the economic indicators of the Saudi economy in the coming years points towards increase for the demand of electronic marketing services, particularly with regard to the following :

- Increase of consumer expenditures on goods and services in general.
- Increase in the activities of the financial sector , specially in those related to banking and the stock market.
- Increase in the commercial and trade transactions.

Such indicators are expected to reflect positively on the electronic services in general and the electron commercial and marketing services in particular, though the increase in the per capita expenditure on these services particularly those which were not available in the past e.g. e-government, as well as the increase in the volume of

financial transactions that necessitate expeditable payments methods.

Out of the new suggested methods of electronic marketing, are electronic kiosks to be introduced in public places, e.g. shopping centers, airports and government departments. They are also available to those who would like to make transactions and payments from their homes or work places. The difference between the kiosks and the internet lies in the first easiness to use, language and technical simplicity and security safeguards.

This research aims at studying the market scope of introducing electronic marketing services through kiosks in Saudi Arabia which will meet the abovementioned benefits and services and the ways of implementation as well as limitations and capabilities.

مشكلة البحث وأهميته

لقد تم تطبيق الأكشاك الإلكترونية في كثير من الدول المتقدمة خاصة ، باستخدام هذه الأكشاك في المرافق والأماكن العامة والمنازل ، ولكن باستخدام الأنترنت، وبدأ استخدام نظام الانترانيت والدوائر الإلكترونية المغلقة حديثا بما توفره من مزايا الاتصال بين مقدم الخدمة والمستفيد مباشرة، ابتداء من استخدام كشك الصراف الآلي وأكشاك البيع الذاتي وأكشاك بيع بطاقات الاتصال الهاتفي وغيرها . وبالنسبة للمملكة العربية السعودية، فإن مشروع الأكشاك الإلكترونية كوسيلة من وسائل التسوق الإلكتروني لم تأخذ حظها الملائم من التطبيق ولا تزال في مراحل الدراسة والاستطلاع ومن ثم التبني، ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة . وحيث أن فكرة الخدمة المدروسة في هذه الدراسة حديثة، فإن الأدبيات والدراسات السابقة عنها غير موجودة ، ومن ثم فقد استند الباحث إلى البيانات والمعلومات المتوفرة عن مقومات سوق هذه الخدمة في المملكة العربية السعودية.

أهداف البحث

يهدف البحث الى دراسة الطلب على خدمات التسوق الإلكترونية في السوق السعودية باستخدام وسائل الأكشاك الإلكترونية كمتطلب تمهيدي لإمكانية دراسة الجدوى الاقتصادية لإنشاء مشروعات التسوق الإلكتروني من خلال الأكشاك الإلكترونية وذلك من خلال استقصاء مواقف الأطراف المرتبطة باستخدام هذه الخدمة من أفراد وشركات في ثلاثة مناطق أساسية في المملكة العربية السعودية، وهي الرياض وجدة والدمام، لاستخلاص الخصائص الجوهرية للطلب على هذه الخدمة من أجل دراسة إمكانية ومن ثم كيفية استخدام هذه الوسيلة في تقديم الخدمات

الأساسية للتسوق الإلكتروني مثل التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية والدفع الإلكتروني والخدمات المصرفية الإلكترونية وغيرها من الخدمات ، وبالتالي التعرف على إمكانية استحداث مثل هذه الخدمة في سوق المملكة العربية السعودية ومقارنة مثل هذه الخدمة بالخدمات المماثلة المتاحة حالياً في المملكة مثل خدمات الأنترنت، ومميزات خدمات التسوق الإلكتروني عن طريق الأكشاك الإلكترونية عن الخدمات المماثلة المتاحة حالياً ، والمشاكل التي يمكن أن تعترض تطبيق مثل هذه الخدمة والنتائج المترتبة عن استخدامها .

التعريف بالأكشاك الإلكترونية :

يتم تقديم خدمات التسوق الإلكتروني (الأكشاك الإلكترونية) عن طريق طرح أكشاك إلكترونية في جميع الأماكن العامة مثل المراكز التجارية والمطارات والدوائر الحكومية ، وكذلك للذين يريدون اقتناء جهاز إلكتروني خاص في المنزل أو في مكان العمل . والفرق ما بين الخدمة التي تقدمها هذه الشبكة وشبكة الأنترنت يكمن في أن جميع الخدمات الموجودة على شبكة الأكشاك هي محددة ومقننة لنفس الدولة التي سوف تكون فيها الشبكة وسهلة الاستخدام ولا توجد صعوبة في طريقة استخدامها من الناحية اللغوية أو الناحية الفنية، أما من الناحية الأمنية فلا يوجد فيها مشاكل قرصنة كما هو الحال في شبكة الأنترنت .

العناصر الرئيسية للخدمات التي تقدمها الأكشاك الإلكترونية :

- ❖ الحجز الإلكتروني .
- ❖ التسديد الإلكتروني .
- ❖ التسوق الإلكتروني .
- ❖ الإعلانات .
- ❖ الخدمات .
- ❖ البحوث والمعلومات .
- ❖ خدمات الأنترنت .
- ❖ الحكومة الإلكترونية .

مزايا الأكشاك الإلكترونية :

- ❖ تعدد اللغات المستخدمة في الأكشاك الإلكترونية وسهولة التعرف والاستخدام عن طريق الضغط على اللغة التي يريدها المستخدم .
- ❖ السهولة في كيفية استخدام الأكشاك الإلكترونية وذلك بالضغط على الأيقونات الموضحة على الشاشة مع وجود رسوم للأيقونة توضح الخدمة التي يريدها المستخدم مع الكتابة تحت كل أيقونة باللغة التي يريدها .
- ❖ السرية والأمان في جميع التعاملات المالية والتجارية .
- ❖ الضمان في الدفع لوجود شبكة كيبيل بين مؤسسة النقد والبنوك ومقدم الخدمة .
- ❖ عدم وجود تدخلات خارجية (مثل الهاكرز (القرصنة) والفيروسات... الخ) لأنها شبكة داخلية (انترانيت) في المقام الأول مربوطة بشبكة كيبيل بين مؤسسة النقد والبنوك ومقدم الخدمة .
- ❖ التوفر الدائم للاستخدام اذا كانت من المنزل أو من أي مكان عام .
- ❖ الخصوصية .
- ❖ توفير الوقت والجهد .

كيفية استخدام الأكشاك الإلكترونية :

لا توجد صعوبة في استخدام هذا النوع من الأكشاك. أن كل ما عليك هو الضغط على أحد شعارات الخدمات (الأيقونات) الموجودة على شاشة الجهاز، وهي عبارة عن شاشة تستخدم بطريقة اللمس ، وبعد ظهور صفحة مقدم الخدمة التي تريدها يتم طلب الخدمة ، وسوف تظهر عبارة (ادخل بطاقتك الخاصة) ليتم تقديم الخدمة التي طلبتها ، وبعد تقديم الخدمة التي طلبتها يتم خصم مبلغ الخدمة المقدمة إليك من حسابك إلى حساب مقدم الخدمة وبعد إنهاء العملية يتم طباعة فاتورة بقيمة المبلغ المسحوب من حسابك.

دراسة السوق :

❖ المؤشرات الاقتصادية للطلب على خدمات التسوق الإلكتروني :

من المتوقع أن تنعكس اتجاهات الاقتصاد السعودي بصورة ايجابية على مكونات الطلب على خدمات التسوق الإلكتروني، خاصة فيما يتعلق بـ :

- ❖ زيادة انفاق المستهلكين على السلع والخدمات .
- ❖ زيادة نشاط القطاع المالي وبالأخص النشاط المصرفي وسوق الأسهم .
- ❖ زيادة مستوى التبادل التجاري .

إن تأثير هذه المؤشرات الإيجابية على نشاط الخدمات الإلكترونية يكون من خلال توقع زيادة انفاق الفرد على هذه الخدمات سواء من حيث زيادة الطلب على هذه الخدمات مع ميل نحو تعميمها تجاه الخدمات الجديدة التي لم تكن متداولة بشكل كبير في السابق (كخدمات الحكومة الإلكترونية مثلا) أو من حيث زيادة مستوى نشاط المعاملات المالية اللازمة لانجاز هذا الطلب المتزايد على خدمات التسوق الإلكتروني أو المترتبة عليه .

أ - السوق الحالي لخدمات المشروع :

تعتبر خدمات التسويق الإلكتروني (الأكشاك الإلكترونية) بالمواصفات المبينة أعلاه جديدة على السوق السعودي بصورة عامة ، حيث لا يوجد مثل هذه الخدمات المتداولة أو المستخدمة سواء من قبل الأفراد كمستخدمين نهائيين لهذه الخدمات أو الشركات باعتبارها مقدمة لخدمات المشروع . وأقرب وسيلة لتقديم بعض الخدمات المتوقع تقديمها من مشروع خدمات التسويق الإلكتروني هو الشبكة العالمية العنكبوتية (الأنترنت) . غير أن الأنترنت لا تستطيع إن تلبي كل متطلبات الخدمات المتوقع تقديمها من قبل خدمات التسويق الإلكتروني (الأكشاك الإلكترونية) حسب ما سبق توضيحه في المقدمة عن خدمات المشروع .

غير أنه يمكننا الاستعانة بالبيانات والمعلومات المتوفرة حالياً والمتوقعة عن استخدام الأنترنت في المملكة العربية السعودية للحصول على معلومات تأشيريه *Indicators* عن الملامح الرئيسية لمستخدمي خدمات شبكة التسويق الإلكتروني (الأكشاك الإلكترونية) ، وذلك كالتالي :

الملامح الأساسية لمستهلكي (مستخدمي) خدمات الأنترنت :

أولاً: الملامح الأساسية للمستخدمين الأفراد:

من خلال الدراسات والإحصاءات عن نشاط استخدام خدمة الأنترنت في المملكة العربية السعودية ، أمكن استخلاص الملامح الأساسية الآتية :

أ . عدد المستخدمين :

تم تقدير العدد المتوقع لمستخدمي الأنترنت في المملكة العربية السعودية بحوالي ٦ مليون مستخدم تقريبا ، وذلك في ٣١ ديسمبر ٢٠٠٨ م . مقابل عدد مستخدمي الأنترنت بالمملكة بنهاية عام ٢٠٠٢ م المقدرب ١.٥٠٠.٠٠٠ .

ب. عدد الشركات المقدمة لخدمة الأنترنت :

بلغ عدد الشركات المقدمة لخدمات الأنترنت في المملكة العربية السعودية في سنة ٢٠٠٨ نحو ٢٢ شركة ، وهي الشركات التي تقدم خدماتها مقابل اشتراك أو رسوم ، هذا بالإضافة إلى الجهات التي تقدم خدمات الأنترنت مجاناً للمنتسبين إليها كالجامعات مثلاً .

ج. أعمار المستخدمين :

❖ أقل من ٢٠ سنة	٠.٥ %
❖ بين ٢٠ - ٣٥ سنة	٨٣ %
❖ بين ٣٦ - ٥٠ سنة	١١ %
❖ فوق ٥٠ سنة	٠.٥ % (نصف ١ %)

■ لذا يمكن الاستنتاج أن شريحة المستخدمين الأساسيين لخدمة الأنترنت في المملكة تقع ضمن حدود حيز ٢٠ - ٥٠ سنة .

* www.nationmaster.com/country/sa/internet

د. المستوى التعليمي للمستخدمين :

❖ بكالوريوس	٥٦ %
❖ ثانوية عامة	١٩ %
❖ كلية متوسطة (سنتين بعد الثانوي)	١٣ %

ذ. يمكن الاستنتاج إن المستوى التعليمي الغالب لمستخدمي الأنترنت في المملكة هو ما فوق الثانوية العامة ، يشكل خريجو الجامعة النسبة العظمى منها .

هـ. المدينة التي تم الإتصال بالانترنت منها :

❖ الرياض	٤٥ %
❖ جدة	١٦ %

❖ الدمام	٠٨ %
❖ أخرى	١٩ %

■ تشكل مدن الرياض وجدة والدمام المناطق الرئيسية لمستخدمي الأنترنت في المملكة مع ملاحظة أن المستخدمين من كل من هذه المناطق ليست لهم ملامح مميزة مختلفة عن الأخرى ، حسب نتائج الإحصائيات المتوفرة ، بحيث لا تشكل منطقة معينة بذاتها شريحة مميزة من حيث الصفات الاستهلاكية لخدمات الأنترنت عن الشرائح في المناطق الأخرى .
لذا يمكن القول بصفة عامة إن الملامح الأساسية لمستخدمي الأنترنت في المملكة في منطقة واحدة يمكن إسقاطها على بقية المناطق .
و . مكان الاتصال بالأنترنت :

❖ المنزل	٧٩ %
❖ العمل	١٥ %
❖ مقهى انترنت	٠٦ %

■ يمكن الاستنتاج أن أكثر الأماكن في استخدام الأنترنت تكون بالمنزل، وهي تشكل النسبة الأكبر من حيث مكان الأنترنت تليها أماكن العمل .
ز. وقت الاستخدام :

- يقضي ٥٠ % من المستخدمين أكثر من ٩٠ دقيقة كل مرة يتصلون بالانترنت .
- حوالي ٥٠ % من المستخدمين يتصلون بالانترنت بين ٨ مساءً إلى ١٢ منتصف الليل .

■ يمكن الاستنتاج أن مستخدمي الأنترنت هم النواة الأساسية لاستخدام الأكشاك الإلكترونية ، نظرا للوقت الذي يقضونه في استخدام الأنترنت الذي هو في المتوسط ٩٠ دقيقة . ويمكن أن تشكل الفترة الزمنية من ٨ مساء إلى ١٢ مساء وقت الذروة لاستخدام الأكشاك الإلكترونية من واقع وقت ذروة استخدام الأنترنت . ويمثل هذا الاستنتاج أهمية خاصة بالنسبة لبعض الخدمات المقدمة عن طريق الأكشاك الإلكترونية مثل الإعلانات وخدمات الأنترنت عن طريق الشبكة من حيث تقاضي أسعار أو رسوم أعلى في أوقات الذروة .

ح. تكلفة الاستخدام والإنفاق عليه :

قدر ما ينفق السعوديون إجمالاً على استخدام الأنترنت بنحو ٣ ، ٤ بليون ريال . أما على المستوى الضري ، فإن معدلات الإنفاق على خدمات الأنترنت ومتعلقاتها ، يمكن إيجازها في الآتي :

❖ ينفق ١٣ % من المستخدمين أكثر من ٥٠٠ ريال سعودي في الشهر قيمة تكاليف اشتراك مع مقدم خدمة .

❖ ينفق ٤٤ % م المستخدمين أكثر من ٥٠٠ ريال سعودي في الشهر قيمة فواتير شركة الاتصالات السعودية .

❖ ينفق ٥٢ % من المستخدمين بين ٢٠٠ - ٥٠٠ ريال سعودي في الشهر قيمة تكاليف اشتراك مع مقدم خدمة .

❖ ينفق ٣١ % من المستخدمين بين ٢٠٠ - ٥٠٠ ريال سعودي في الشهر قيمة فواتير شركة الاتصالات السعودية .

■ يمكن الاستنتاج أن متوسط ما ينفق في الساعة على استخدام الانترنت في المنزل ٣.٣٠ ريال في الساعة بناء على تقدير أن الفرد يستغرق ساعة ونصف في اليوم في المتوسط في استخدام الانترنت لمدة ٣٠ يوماً بتكلفة ١٥٠ ريال .
ط. البرامج الأكثر استخداماً :

❖ المتصفحات	٣٣ %
❖ بريد إلكتروني	٢٥ %
❖ دردشة	١١ %
❖ نقل ملفات	١٠ %
❖ هاتف	٠٤ %
❖ فيديو	٠٣ %

■ نستنتج من الجدول أعلاه أن الأغلبية من مستخدمي الانترنت يفعلون ذلك من أجل التصفح أو البريد الإلكتروني ، بينما تحتل الدردشة ونقل الملفات وغيرها من التطبيقات أهمية أقل .

ي. أكثر المعلومات طلباً من قبل المستخدمين (المتصفحين والباحثين) :

❖ تعليم	١٩ %
❖ أخبار	١٧ %
❖ ترفيه	١٦ %
❖ برامج كومبيوتر	١٥ %
❖ مناقشات	١٢ %
❖ علوم و بحث علمي	١٢ %
❖ تجارة إلكترونية	٠٧ %

■ يمكن الاستنتاج من الجدول أعلاه أن الغالبية يقومون في مجالات البحث والتصفح بالبحث عن التعليم والأخبار والترفيه وبرامج الكمبيوتر بالتوالي. وتجدر الملاحظة من الجدول أعلاه أن التجارة الإلكترونية لا تزال تحتل نسبة ضئيلة (الأقل نسبة) من استخدامات الانترنت في مجال التصفح.

ثانياً : الملامح الأساسية للمستخدمين في الشركات:

أ. أنواع الحاسبات المستخدمة :

❖ الحاسبات الشخصية	٨٥ %
❖ خدمات انتل	١٦ %
❖ حاسبات آي بي إم الكبيرة	١٢ %
❖ خدمات يونيكس	٠٧ %
❖ محطات عمل يونيكس	٠٤ %
❖ آي بي إم اي اس / ٤٠٠	٠٣ %

■ نستنتج أن الغالبية من الشركات تستخدم الحاسبات الشخصية في استخدامها للانترنت مما يعزز الاتجاه نحو استخدام الحاسبات الشخصية بصورة أكبر في المستقبل.

ب. وجود شبكة محلية في الشركة :

❖ لديهم شبكة محلية	٥٤ %
❖ من الشبكات المحلية يوجد فيها أقل من ٥٠ حاسبا آليا	٧٢ %
❖ من مستخدمي الشبكات المحلية يستخدمون <i>TCP/IP</i>	٥٣ %
❖ يستخدمون البريد الإلكتروني	٣٥ %

■ تبين في الإحصائيات أعلاه أن أغلبية الشركات المستقاة منها هذه المعلومات لديها شبكات محلية مما يعزز الاعتقاد بإمكانية ربط هذه الشركات المحلية التابعة لهذه الشركات مع شركة شبكة خدمات التسويق الإلكتروني، الأمر الذي يسهل انجاز تقديم هذه الخدمات بسهولة .
ج. الاتصال بالإنترنت :

- ❖ ليس لديهم اتصال بالانترنت ٦٧ %
- ❖ لا يصلوا إلى الإنترنت خلال الشبكة المحلية ٥٧ %
- ❖ شركات لديها موقع على الإنترنت ١٠ %
- ❖ يودون الحصول على موقع إنترنت ٥٠ %

■ ملاحظة : بالرغم من أن ١٠ % فقط من الشركات المستقاة منها هذه المعلومات أعلاه لديها موقع على الإنترنت ، إلا أنه يلاحظ أن ٥٠ % منها تود الحصول على موقع إنترنت مما يعزز توقع ازدياد الطلب على إنشاء هذه المواقع .

د. استخدام الإنترنت :

- * معلومات منتجات ٥٠ %
- * خدمة مساندة العملاء ١٤ %
- * تعليم ٠٥ %
- * يعتقدون أن التطبيقات العربية مهمة ٤١ %
- * لا يعتقدون أن هناك حاجة للتطبيقات العربية ٢٣ %
- * غير متأكدون من التطبيقات العربية ١٦ %

■ توضح المعلومات أعلاه بأنه يوجد طلب بنسبة كبيرة على خدمات المعلومات عن المنتجات التي تقدمها الشركات على مواقعها الموجودة في الانترنت مما يشير إلى الرغبة في الطلب على ذلك .

مكونات الطلب على خدمات المشروع:

نظرا لتعدد وتشعب الخدمات المقترح تقديمها من قبل شبكة خدمات التسوق الإلكتروني ، سيتم التركيز على أهم الخدمات المقترحة من حيث مبررات الحاجة لها وبالتالي وجود طلب على خدمات التسوق الإلكتروني (الأكشاك الإلكترونية):

أ - الحكومة الإلكترونية :

تعرف الحكومة الإلكترونية بأنها قدرة القطاعات الحكومية المختلفة على توفير الخدمات الحكومية التقليدية للمواطنين بوسائل الكترونية وبسرعة وقدرة أفضل من الأسلوب التقليدي الحالي وبتكاليف ومجهود أقل ومن خلال موقع واحد على شبكة الانترنت .

للحكومة الإلكترونية أربعة أشكال هي كالتالي :

١ - الحكومة للجُمهور *Government to Consumers* وتعني أن ينهي المواطن معاملاته واتصالاته مع الجهة الحكومية عن طريق الانترنت مثل الحصول على رخصة قيادة أو تسديد مخالفات المرور والخدمات العامة وما إلى ذلك .

٢ - الحكومة للشركات والمؤسسات الخاصة *Government to Business* وتعني بانجاز المعاملات الحكومية التي تهم القطاع الخاص مثل اصدار التأشيرات والرخص التجارية وطلبات العمل .

٣- الحكومة للحكومة خارجيا *External Government to Government* ، وتشير إلى اتصال الإدارات الحكومية فيما بينها عن طريق الانترنت بهدف تحسين الإجراءات وتفعيل الإنتاجية وتطوير حفظ المعلومات وتبادلها وربط الخدمات بين مختلف قطاعات الدولة .

٤- الحكومة للحكومة داخليا *Government to Government Internal* وتشير إلى اعتماد الأجهزة الحكومية بمختلف نشاطاتها على إدارة أمورها وتعاملاتها الداخلية وإنهاء إجراءاتها عن طريق استخدام الانترنت وإدخاله ضمن منظومة عملياتها الإدارية والاستغناء بشكل شبه كامل عن الأوراق والمعاملات الصادرة والواردة ودفاتر الاستلام والتسليم .

الأسباب التي تدعو إلى التوجه نحو تطبيق الحكومة الإلكترونية :

- ❖ الاتساع الجغرافي في المملكة العربية السعودية .
- ❖ الزيادة السريعة في عدد السكان .
- ❖ زيادة أنشطة وعدد الجهات الحكومية التابعة للدولة .
- ❖ النمو الاقتصادي والتجاري .
- ❖ زيادة عدد الشركات والمؤسسات الخاصة المرتبطة بالإجراءات الحكومية.
- ❖ مواكبة التقدم التكنولوجي في الدول المتقدمة .
- ❖ التنافس الاقتصادي .

لتفعيل الحكومية الإلكترونية هناك بعض النقاط التي يجب الأخذ بها لتنفيذ الحكومة الإلكترونية وهي :

- البنية التحتية الكفيلة بضمان الخصوصية والأمان لكل من يستخدم تطبيقات الحكومة الإلكترونية ، وهذا لن يتأتى إلا بوجود شبكة

- اتصالات حديثة لها القدرة على نقل المعلومات بسرعة كبيرة مع المحافظة على سلامة المعلومات وسريتها .
- التعاون بين القطاعين العام والخاص وإسهامهما في دعم التطبيقات المتعددة للحكومة الإلكترونية .
 - توفير المعلومات اللازمة وإمكانية الوصول إلى الخدمات ببسر وسهولة وتوضيح
 - التعليمات والإرشادات اللازمة لتعبئة النماذج وإرسالها عن طريق الانترنت .
 - إيجاد السياسات العامة التي تقنن الاتصال الإلكتروني .
 - توفير الموارد البشرية والمادية .
 - إيجاد شبكة معلوماتية بين الجهات الحكومية دون إن يكون الرابط هو المواطن .
 - تمكين وتدريب موظفي الدولة على استخدام البريد الإلكتروني واعتماده كوسيلة رئيسية في الاتصال مع المستفيدين .

أهم الاقتراحات أو الخطوات لتطبيق الحكومة الإلكترونية :

- ❖ تطوير وصول الكتروني متكامل للمعلومات والخدمات الحكومية كإنشاء مواقع للجهات الحكومية على الانترنت .
- ❖ تسهيل عملية دفع الرسوم المختلفة عن طريق الانترنت .
- ❖ التدريب الموسع لموظفي الدولة لكي يستطيع التعامل مع تقنيات المعلومات وتطبيقاتها المختلفة .
- ❖ التعاون مع مراكز البحوث لتجربة التطبيقات المتطورة في استخدامات الانترنت .

ولا شك أن تنفيذ الحكومة الإلكترونية على مراحل مختلفة وما يصاحب ذلك من دعاية وإعلان وحث المواطنين على استخدامها سوف يكون دافعا قويا في التوجه نحو تطبيقها من أجل تطبيق مفهوم الحكومة الإلكترونية وسوف يكون له أثر إيجابي يمكن تلخيصه في النقاط التالية:

- تسريع الخدمات للمواطنين .
- نقل الوثائق الكترونيا بشكل أكثر فعالية بحيث يمكن أن تنقل الوثائق الكترونيا بسرعة هائلة مقارنة بالطرق اليدوية والتي عادة تستغرق عدة أيام أو أسابيع لو كانت المؤسسات الحكومية في مدن مختلفة .
- تقليل الحاجة إلى الموظفين .
- نظام متطور لمعرفة المقصرين في العمل .
- أقل عرضة للأخطاء .
- نظرا لسهولة ويسر النظام ودقته فسوف تقل مخالفات الأنظمة ومحاولة تخطيها .
- سوف يكون النظام أكثر وضوحا للمواطنين من حيث ماهو مطلوب من وثائق .
- تقليل ازدحام الطرق بسبب قلة الحاجة للذهاب إلى المؤسسات الحكومية.
- تقليل تأثير العلاقات الشخصية على انجاز الأعمال .
- سهولة تناقل المعلومات داخل أي مؤسسة حكومية .
- إيجاد قنوات اتصال بين المواطن والدولة .
- القضاء على الفساد الإداري كالرشوة والتزوير والواسطة .
- إتاحة فرص عمل جديدة .

- خفض التكاليف وخاصة فيما يتعلق بالاستخدام الورقي وإنشاء مباني أو تجهيز أماكن استقبال الجمهور.

الدوافع والأهداف من التحول إلى الحكومة الإلكترونية : بالنسبة للحكومة :

- ❖ مواكبة العالم في استخدام التكنولوجيا .
- ❖ التكامل مع القطاع الخاص في التعامل الإلكتروني .
- ❖ تخفيف الأعباء الإدارية على أجهزة الحكومة من الأعمال الروتينية .
- ❖ تخفيف المتطلبات المكانية للإدارات الحكومية .
- ❖ تقليل تكاليف الأرشفة والتخزين الورقي .
- ❖ تقليل الحاجة إلى العمالة الهامشية .
- ❖ تقليل تكاليف تقديم الخدمات .
- ❖ تفرغ موظفي الحكومة لأعمال أكثر إنتاجية .
- ❖ سهولة القياس ومراقب الأداء الحكومي .

بالنسبة للقطاع الخاص :

- ❖ تسهيل وتسريع التعامل مع الحكومة .
- ❖ استكمال حلقة التعامل الإلكتروني مع العالم الخارجي .
- ❖ الاستفادة من المعلومات الحكومية المنشورة للدراسات .

بالنسبة للمواطنين :

- ❖ تقليل العناء على المواطنين .
- ❖ سرعة الحصول على الخدمة .
- ❖ الاطلاع الكامل على النشاط الحكومي وإبداء الرأي فيه .
- ❖ توفر الخدمة في جميع الأوقات .

ب - التسديد (الدفع) الإلكتروني :

تقوم خدمة الفوترة والتسديد الإلكتروني *Electronic Presentation and Payment of Bills (EPPB)* على أساس إعداد وتقديم فاتورة خدمة معينة مقدمة للعميل (مثل فاتورة كهرباء أو تليفون) وتسديدها من قبل العميل عبر القناة الإلكترونية (كالإنترنت أو الأكشاك الإلكترونية) ، أما عن طريق خصم قيمة الفاتورة من حساب العميل في بنك معين أو عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة كبطاقة الدفع النقدي *Cash Payment Card* أو بطاقة الائتمان *Credit Card* .

توفر خدمة التسديد الإلكتروني ، مقارنة بعملية التسديد العادي عن طريق الذهاب إلى مقر مقدم الخدمة أو البنك ، عدة مزايا للعميل من أهمها :

- ❖ تخفيض تكاليف التسديد بما في ذلك أجور طوابع البريد أو المواصلات وغيرها من اللوازم المكتبية والإدارية العادية عندما يتم تسديد الفاتورة بالبريد أو الذهاب إلى مقر مقدم الخدمة أو البنك .
- ❖ تقليص الجهد البدني والوقت اللازمين لإتمام عملية التسديد ، خاصة عندما تكون عملة التسديد العادي مقرونة بإجراءات إدارية مطولة أو معقدة .

- تقليص مستوى الأخطاء في إعداد الفاتورة ودفعها وتسهيل حل المنازعات الناتجة عن هذه الأخطاء نظرا لسهولة الاتصال والتفاعلية بين العميل ومقدم الخدمة .

- تقديم تفاصيل الفاتورة عبر الشاشة مقارنة بطريقة التسديد عن طريق الهاتف التي تعطي قيمة الفاتورة إجمالاً دون تفصيل.
 - تطوير إدارة النفقات والمصاريف الشخصية نظراً لإتمام عمليات الدفع إلكترونياً مما يسهل تسجيلها وتوثيقها مقارنة بعمليات التسديد العادي ، خاصة التي يتم الدفع فيها نقداً .
- أما مزايا خدمة الفوترة والتسديد الإلكتروني بالنسبة لمقدم الخدمة ، مقارنة بعملية التسديد، فيمكن تلخيصها في الآتي :
- ❖ تخفيض تكاليف إعداد الفاتورة وعملية التسديد بالتخلص من كثير من النفقات الورقية والمكتبية .
 - ❖ تقليص مستوى الأخطاء في إعداد الفاتورة وتقديمها عبر الشاشة إلى العميل وتسهيل علاج الأخطاء .
 - ❖ تسهيل الاتصال التفاعلي بين مقدم الخدمة والعميل .
- ج - الحجز الإلكتروني :
- ❖ فوائد الحجز الإلكتروني :
 - ❖ تسهيل عملية الحجز .
 - ❖ سهولة الحصول على المعلومات عن الحجز دون الرجوع إلى الوسطاء .
 - ❖ زيادة الحجوزات عن طريق الانترنت .
 - ❖ التأكد من وجود حجز وبنفس الأسعار وأن الأسعار مطبقة في نقاط البيع .

د - التسوق الإلكتروني (التجارة الإلكترونية) :

التسوق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح حالياً عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات ، كما يتيح أيضاً الحركات

الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات ، حيث إن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء . ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون ، أو شركات، أو محلات) والمشترون ، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية ، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية (مثل بطاقات الائتمان) .

ويمكن تقسيم نشاطات التجارة الإلكترونية بشكلها الحالي إلى قسمين رئيسيين هما :

١- تجارة إلكترونية من الشركات إلى الزبائن الأفراد (Business-to-Consumer) وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات من جهة والزبائن الأفراد من جهة أخرى .

٢- التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الشركات (Business-to-Business) وهي تمثل التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى .

الفوائد التي تجنيها الشركات من التجارة الإلكترونية :

تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير ، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر :

❖ تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر : إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق ، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح ، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن .

- ❖ تخفيض مصاريف الشركات : تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على مواقع الأنترنت (الويب) أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب . ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية ، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن . ولا تبدو هناك حاجة في الشركة لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية ، إذ توجد قواعد بيانات على الأنترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في الشركة وأسماء الزبائن ، ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة .
- ❖ تواصل فعال مع الشركاء والعملاء : تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعتبر الحدود ، مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء . وتوفر التجارة الإلكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى (الموردين) ، فيما يدعى التجارة الإلكترونية من الشركات الى الشركات (*Business to Business*) .
- ❖ نيل رضا المستخدم : توفر الأنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة ، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني (*e-market*) الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة ، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم .
- ❖ مرونة عالية وسهولة كبيرة في تحديث مضمون الدعاية دون تكلفة إضافية تقريبا .
- ❖ عرض وبيع البضاعة بدون الحاجة لفتح أو استئجار متجر .

- ❖ إمكانية البيع والشراء على مدار الساعة وبدون الحاجة إلى ساعات محددة لتمكين المستخدم من الشراء .
- ❖ إمكانية البيع للزبائن في مختلف الأماكن وذلك بفضل الانترنت التي تلغي الحواجز الجغرافية .
- ❖ تسهيل عملية الحصول على المال من الزبون وذلك باستخدام بوابات الدفع الإلكتروني.
- ❖ الاستجابة شبة الفورية للطلبات أو الشكاوي من قبل الزبائن .
- ❖ الحصول على تقارير ومعلومات تفصيلية وفورية عن المبيعات والزبائن ومستوى النجاح وال فشل .

الفوائد التي يجنيها الزبائن من التجارة الإلكترونية :

- ❖ توفير الوقت والجهد :تفتح الأسواق الإلكترونية (e-market) بشكل دائم (طيلة اليوم ودون أي عطلة) ، ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين ، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت . ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج ، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية . ويوجد بالإضافة إلى البطاقات الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الإلكترونية (E-money) .
- * حرية الاختيار : توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت ، وبالإضافة إلى ذلك ، فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات. ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة .
- * خفض الأسعار : يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالتاجر التقليدية ، وذلك لأن التسوق على الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي ، مما يصب في مصلحة الزبائن .

- ❖ إمكانية الاستغناء عن الوسطاء بين البائعين والمستهلكين النهائيين ، ومن أمثله هؤلاء الوسطاء والسماسرة وتجار الجملة مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف الشراء .
- ❖ توفير كثير من مصاريف السفر والتأشيرات ، بالنسبة للشراء من الخارج .
- ❖ الحصول على معلومات فورية عن المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي يرغب في شرائها .
- ❖ الاطلاع على جميع الخدمات أو المنتجات المتوفرة على الانترنت وبالتالي توسيع مجال الاختيار من قبل المستهلكين .
- ❖ إجراء مقارنات سريعة للمواصفات والأسعار وخلافه .
- ❖ تفادي مشكلة الزحام في الشوارع عند الرغبة في التسوق .
- ❖ مراسلة الشركات باستخدام البريد الإلكتروني بدلا من الاتصالات والفاكسات الدولية المكلفة.
- ❖ اكتشاف آفاق جديدة باستخدام ما يتوفر من أدوات البحث عن المعلومات التي يحتاجها في الانترنت حول الأسعار وأفضل الخدمات بتكلفة زهيدة .

عوائق التجارة الإلكترونية :

إن من أهم عوائق تطور واتساع التجارة الإلكترونية ، خاصة في الدول النامية التخوفات من قبل المتسوقين من إفشاء أرقام بطاقتهم الائتمانية ، أي أن المعلومات الخاصة بالمشتري لن تكون في مأمن أثناء التعامل وعملية الدفع بالبطاقة الائتمانية . وترى مجموعة هيرماس بجامعة ميشجان بالولايات المتحدة الأمريكية أن ٦٠٪ من عينة أجريت عليها دراسة بحثية ميدانية يرون أن التصريح بأرقام بطاقتهم الائتمانية فيها قدر من المخاطرة ربما تكلف صاحبها الكثير خاصة أن برامج التشفير المعتمدة الحالية مازالت لا تؤمن سلامة

المعلومات عن طريق الانترنت ١٠٠٪، ولذا ينتظر الكثير من الزبائن تطوير برامج وطرق أكثر جودة لتأمين الصفقات التجارية والتعاملات الالكترونية . من هنا يأتي دور الأكشاك الالكترونية في علاج هذا التخوف والمساهمة في توفير قنوات أكثر أمانا لعقد الصفقات التجارية والتعاملات المالية الالكترونية ، كما بيانا في توصيف الأكشاك الإلكترونية أعلاه .

هـ - الخدمات المصرفية :

يتم حاليا تقديم بعض الخدمات المصرفية عن طريق الشبكة الالكترونية (الانترنت) . من أهم هذه الخدمات :

- ❖ خدمات الصرف الإلكتروني (الصرافات) .
- ❖ خدمات التسديد والتحويل والاستعلام وغيرها من الخدمات عن طريق موقع البنك في الانترنت .
- ❖ خدمات تداول الأسهم .
- ❖ خدمات التعامل آليا مع حسابات الاستثمار .
- ❖ خدمات العمليات التجارية عبر الأنترنت حيث يتيح لعملاء البنك فتح الاعتمادات المستندية والتقدم بطلب اصدرا خطابات الضمان ومتابعة وصول المستندات وتسديد المعاملات وكذلك الاطلاع على الأرصدة القائمة (خدمة " الأهلي تريد *Ahli Tade* " في البنك الأهلي التجاري مثلا).

العوامل المساندة أو المساعدة للنجاح:

- من أجل الحصول على مستويات أفضل من خدمات التسوق الإلكتروني ، يجب توفير عناصر أو عوامل مساعدة من أهمها :
- ❖ زيادة الوعي بأهمية وفائدة خدمات الاتصالات الإلكترونية بصورة عامة وخدمات التسوق الإلكتروني بصورة خاصة .
- ❖ تكامل الخدمات المقدمة عبر الأكشاك الإلكترونية مثل البحث عن وسيلة السفر ومقدم الخدمة (شركة الطيران مثلا) وتكلفة الخدمة (التذكرة مثلا) والحجز والتسديد والحصول على التذكرة معا وفي موقع واحد عندما يطلب المستخدم خدمة السفر .
- ❖ إعداد إجراءات استخدام الأجهزة الإلكترونية (الأكشاك) بحيث تكون سهلة التناول والاستخدام من قبل المستخدم المتوسط (أو حتى المتدني) في مستوى الثقافة الإلكترونية.
- ❖ استحداث القوانين التي تنظم التعاملات المالية الإلكترونية .
- ❖ تأسيس البنى التحتية المساعدة على إجراء التعاملات المالية الإلكترونية من قبل جميع الجهات ذات العلاقة بالخدمات الإلكترونية .
- ❖ تسهيل حصول المستهلك على بطاقات الائتمان من البنوك أو شركات التمويل وتوفيرها لأكثر عدد ممكن من المتعاملين .
- ❖ مواكبة التطورات التقنية في مجال خدمات التسوق والخدمات الإلكترونية عن طريق الأكشاك بحيث تتم المحافظة على مستوى الريادة في نوعية وحجم الخدمات المقدمة في وجه أي منافسة قادمة .

النتائج العامة

أولاً: الأكشاك الإلكترونية هي وسيلة حديثة تقنية لتقديم الخدمات التسويقية . تطرح هذه الأكشاك في الأماكن العامة مثل المراكز التجارية والمطارات والإدارات الحكومية أو في المكاتب أو حتى في المنازل للراغبين في اقتنائها.

تتواصل هذه الأكشاك كوحدات طرفية بين مقدم الخدمة والمستفيد ضمن شبكة وطنية لخدمات التسوق الإلكتروني تربط بين المستفيد ومقدم الخدمة والبنوك المشاركة في الخدمة وكافة الأطراف المقدمة للخدمات. تتكون الشبكة من وحدة تشغيل مركزية ووحدات طرفية تربط التاجر بالمستهلك في أي مكان وفي أي وقت بما يحقق توفير المال والوقت ويحقق كذلك السهولة والمرونة في التعامل وتوصيل الطلبات.

تعمل الشبكة بأحد الطرق الثلاثة المقترحة :

الطريقة الأولى : تركيب الشبكة باستخدام بطاقة صراف وبطاقة ائتمانية. ترتبط شبكة الكشك الإلكتروني بشبكة الصراف السعودي ليتم اقتطاع المتحصلات من خلال شبكة الصراف من حساب المستفيد مباشرة. الطريقة الثانية: تركيب الشبكة بدون البنوك والمؤسسات المصرفية. تتم المعاملات من خلال شبكة الكشك الإلكتروني ، ويتم اقتطاع المتحصلات من أرصدة بطاقات مدفوعة القيمة مباشرة تصدرها شبكة الكشك الإلكتروني. الطريقة الثالثة: تأجير المواقع والأجهزة إلى مقدمي الخدمة. تقوم هذه الطريقة على تأجير مواقع أجهزة الكشك الإلكتروني الى مقدمي الخدمات.

ثانياً: خدمات شبكة الكشك الإلكتروني :

تقدم شبكة الكشك الإلكتروني عديد من الخدمات ستنفذ مرحلياً حسب الحاجة الاستثمارية التي ستقررها دراسات القوى الاقتصادية وهي كما يلي:

١ - الحكومة الإلكترونية (تقديم الخدمات الإدارية لمعاملات الحكومة الإلكترونية).

٢ - الحجز الإلكتروني (خدمات بيع التذاكر وحجز المقاعد في كافة خطوط النقل البرية والبحرية والجوية وكذلك بطاقات صعود الطائرات).

٣ - التسوق الإلكتروني (التسوق من خلال الشبكة لكافة الاحتياجات المنزلية مع توصيل الطلبات).

٤ - تسوية المستحقات (الفواتير) إلكترونياً.

٥ - الإعلانات (التسويق الإعلان من خلال الشبكة).

٦ - البحوث والمعلومات (خدمات المعلومات الخاصة بالدراسات الجامعية والشركات الدولية للراغبين مع الترجمة من اللغة الأصلية إلى اللغة العربية وبالعكس).

٧ - الخدمات (مثل شراء الكتب من المكتبات العالمية، وكذلك خدمات عقد الاجتماعات صوت وصورة لرجال الأعمال ومجالس إدارات الشركات).

٨ - خدمات الأنترنت (إمكانية التصفح لمواقع الأنترنت، وإمكانية الربط بين الشركات السعودية والشركات الدولية مع المستهلك السعودي).

ثالثاً: فوائد خدمات الشبكة الإلكترونية للتسوق:

١ - توفير الوقت على أفراد المجتمع لانتشار الوحدات الطرفية من الأكشاك.

٢ - التوفير في استخدام السيارة في بعض الخدمات والتي تتوسع مع الاستمرار في تقديم مثل تلك الخدمات.

٣ - تقديم الخدمات على مدار الساعة للمواطنين والمقيمين في المدن الكبرى الثلاث.

٤ - توفير المعلومات لرجال الأعمال في المجالات الصناعية والتجارية.

٥ - تيسير المعلومات لربات المنازل ولكل أفراد الأسرة.

رابعا: مميزات أكشاك الشبكة الالكترونية:

تمتاز شبكة الأكشاك الالكترونية بعدة مزايا أهمها:

١ - تعدد اللغات المستخدمة في الأكشاك الالكترونية بالضغط على أزرار اللغة التي يرغبها المستخدم.

٢ - السهولة في استعمال الأكشاك الالكترونية باستخدام رسوم وأشكال ورموز (الأيقونات) الموضحة على الشاشة، مع وجود شرح لتلك الأيقونات الموضحة لكل خدمة باللغة التي يطلبها المستخدم.

٣ - السهولة الشراء والبيع لكل من المستهلك والتاجر.

٤ - الخصوصية والسرية والأمان في جميع التعاملات المالية والتجارية.

٥ - الضمان في الدفع لارتباط الشبكة بين المستفيد ومقدم الخدمة وشبكة الصراف الآلي السعودية (*Span*).

٦ - توفر الأكشاك في مواقع عامة عديدة بل من الممكن توفرها في المكتب والمنزل عند رغبة المستهلك.

٧ - توفير الوقت والجهد والمال.

المراجع

عبد الجواد ، سامح زينهم ، أسرار التسويق الإلكتروني ، مؤتمر استخدام تقنيات رفع أداء محركات البحث في دعم المواقع العربية، شرم الشيخ، جمهورية مصر العربية، ٥ - ٩/٢/٢٠٠٦م.

Najib, Electronic Marketing: Advantages and Fatayerji, Dissertation.com, Boca Raton, Florida, Disadvantages, 2004.

Glassberg, Bonnie C. and Jeffrey W. Merhout, Electronic Markets Hypothesis: Where Are We Now?, Communications of the ACM, Vol 50, No.2, February 2007, pp. 51-55.