

التجارة الإلكترونية E-commerce

[ITWT304]

المحاضرة الأولى

أستاذة المادة
أ. وفاء حسين المصباحي



المواضيع التي سيتم دراستها في مقرر : التجارة الإلكترونية E-commerce

المحاضرة الأولى

1 مقدمة Introduction .

لماذا ندرس التجارة الإلكترونية؟ Why do we study e-commerce?

مفهوم التجارة الإلكترونية E-commerce concept

ما الفرق بين السلعة Item والخدمة Service ؟

أنشطة التجارة الإلكترونية E-commerce activities

المكونات الأساسية لبنية التجارة الإلكترونية
The basic components of the e-commerce architecture

أركان التجارة الإلكترونية Pillars of electronic commerce

المواضيع التي سيتم دراستها في مقرر : التجارة الإلكترونية E-commerce

المحاضرة الأولى

التخصصات العلمية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية
Scientific specializations related to e-commerce



الإطار العام لدراسة التجارة الإلكترونية
The general framework for studying e-commerce



الفرق ما بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية
The difference between e-commerce and traditional commerce



هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية؟ Can e-commerce be ignored?



أدوات التجارة الإلكترونية E-commerce tools



أهمية التجارة الإلكترونية The importance of electronic commerce



مقدمة Introduction

بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية منذ بداية السبعينات من القرن الماضي مع ظهور تقنية التراسل الإلكتروني للنقود Electronic Funds Transfer، حيث وفرت إمكانية تحويل الأموال إلكترونياً من مؤسسة إلى أخرى. ولكن استخدام هذه التقنية بقي محدوداً ضمن المؤسسات المالية والشركات الكبرى. ثم ظهرت تقنية التراسل الإلكتروني للوثائق Electronic Document Interchange التي أتاحت تبادل وثائق العمل كأوامر الشراء والفواتير وغيرها بين المؤسسات بشكل مباشر من خلال شبكات الحاسوب.

وساعدت تقنيات التراسل الإلكتروني للنقود والوثائق أيضاً على زيادة عدد الشركات التي تستخدم هذين التطبيقين (EFT و EDI) لتشمل بالإضافة إلى المؤسسات المالية، العديد من الشركات الصناعية والشركات التجارية وغيرها من شركات الأعمال الكبيرة. وفي السنوات التالية ظهرت مجموعة أخرى من تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل أنظمة حجز البطاقات وأنظمة شراء وبيع الأسهم في البورصة وأطلق على هذه التطبيقات تسمية نظم الربط بين المنظمات Interorganizational System .

مقدمة Introduction

ولكن البداية الحقيقية لانتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية كانت مع دخول الإنترنت إلى المجال التجاري وظهور شبكة المعلومات العالمية www عام 1990 حيث تزايد عدد تطبيقات التجارة الإلكترونية وتبلور هذا المفهوم بشكله الحالي. كما ظهرت العديد من الشركات التي بدأت أعمالها في هذا المجال، ويعود هذا التطور السريع للتجارة الإلكترونية إلى:

- **تطور تقنيات المعلومات والاتصالات :** تمثل في تطوير شبكات حاسوبية جديدة وبروتوكولات وبرمجيات التجارة الإلكترونية.

- **المنافسة الحادة بين شركات الأعمال :** مما دفعها للبحث عن طرق وأساليب جديدة لتوفير ميزات تنافسية تمكنها من الاستمرار في السوق.

ويشهد العالم منذ منتصف التسعينات تطوير العديد من أدوات وتطبيقات التجارة الإلكترونية مما ساعد على انتشارها بشكل واسع في الشركات المتوسطة والصغيرة وحتى على مستوى الأفراد. وأصبحت معظم منظمات الأعمال تمتلك مواقع إلكترونية توفر لها تواجداً قوياً على شبكة المعلومات العالمية وفي الأسواق الإلكترونية.

Why do we study e-commerce?

لماذا ندرس التجارة الإلكترونية؟



- لأنها مختلفة في خصائصها عن باقي اساليب التجارة.
- لأنها وسيلة هائلة في انتشارها وقوة تأثيرها.
- بدأت تتحدى معظم اساليب التفكير التقليدية.
- لم تتعرض البشرية في تاريخها الى مثل هذا التحول لذلك ليس لدينا نماذج لتفسير سلوك التجار او العميل الإلكتروني.
- زيادة الحاجة إلى نظم تصنيف وتوصيف جديدة نتيجة فقدان عوامل اللمس والنظر إلى المنتجات في العملية التجارية.

مفهوم التجارة الإلكترونية E-commerce concept

قبل الإسراع نحو تعريف التجارة الإلكترونية يجب أن نعرف أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين :

الأول: التجارة ' Commerce وهذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف لدينا ويتم من خلاله تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها .

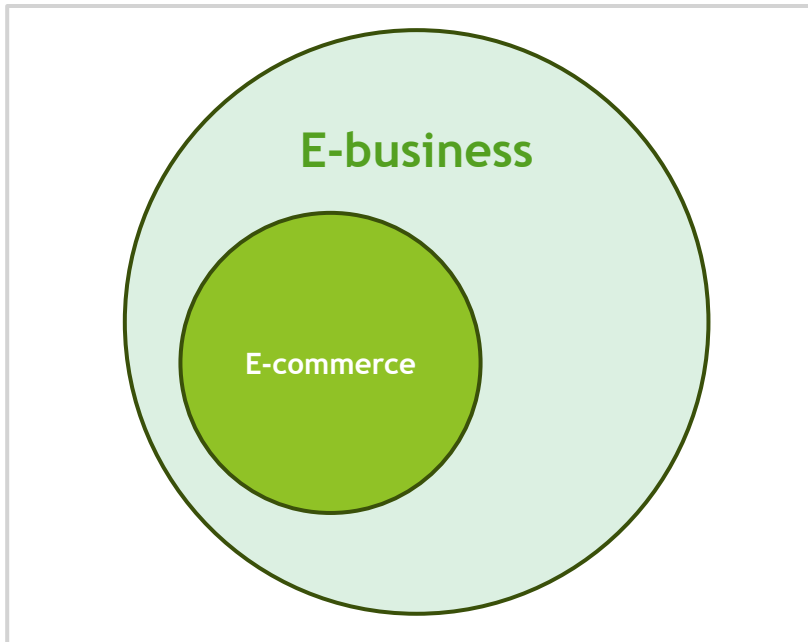
الثاني: الإلكترونية ' Electronic والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي التجاري "باستخدام تكنولوجيا الإتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت والشبكات والأساليب الإلكترونية " .



مفهوم التجارة الإلكترونية E-commerce concept

لا بد في البداية من التمييز بين مفهومي التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية :

- يمكن تعريف **التجارة الإلكترونية E-commerce** بأنها: عمليات تسويق وبيع وشراء، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات الحاسوبية والإنترنت.
- أما مفهوم **الأعمال الإلكترونية E-business** فهو أكثر شمولاً حيث يتضمن بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه، تقديم الخدمات للزبائن والعمل التعاوني مع شركاء الأعمال والتعليم الإلكتروني وإنجاز العمليات داخل المنظمات بشكل إلكتروني.



ولكن غالباً ما يتم استخدام هذين المفهومين مكان بعضهما البعض.

مفهوم التجارة الإلكترونية E-commerce concept

سندرس التجارة الإلكترونية وفق المفهوم الشمولي للأعمال الإلكترونية.

يمكن تصنيف أعمال التجارة الإلكترونية وفقاً لثلاثة معايير هي:

- **طبيعة المنتجات والخدمات Type Service and Product :** يمكن أن تكون منتجات مادية ملموسة أو منتجات رقمية، أي يمكن تحويلها إلى شكل إلكتروني وإرسالها إلى الزبائن عبر شبكات الاتصالات كالبرمجيات، والتسجيلات الصوتية والفيديو وغيرها.
- **طريقة أداء العمليات Type Process :** يمكن أن تكون مادية أو رقمية تتم عبر الموقع الإلكتروني ومن خلال الشبكة.
- **طريقة توصيل المنتجات والخدمات إلى الزبائن Agent :** يمكن أن تتم بطريقة مادية أي شحن بواسطة شركات النقل أو رقمية من خلال شبكات الاتصالات.

مفهوم التجارة الإلكترونية E-commerce concept

ووفقا لذلك يمكن تصنيف عمليات التجارة الإلكترونية إلى:

- **تجارة إلكترونية بحتة EC Pure** : يتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني والتعامل مع **منتجات وخدمات رقمية** يتم توصيلها إلى الجهات المشتريّة بطريقة إلكترونية عبر الشبكة. وتسمى المنظمات التي تقوم بذلك بالمنظمات الافتراضية.
- **تجارة إلكترونية جزئية EC-Partial** : يتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني، ولكن التعامل يمكن أن يكون مع **منتجات وخدمات مادية أو رقمية**، وكذلك يتم توصيل **المنتجات المادية** عبر شركات النقل و**المنتجات الرقمية** عبر الشبكة.

التجارة الإلكترونية يمكن أن تتم **عبر الإنترنت EC Internet** أو عبر شبكات الحاسوب الخاصة مثل شبكات القيمة المضافة Networks Added-Value أو الشبكات المحلية ويطلق على التجارة الإلكترونية **غير المعتمدة على الإنترنت** تسمية **Non-Internet EC** .

ما الفرق بين السلعة Item والخدمة Service ؟

التجارة الإلكترونية : نشاط اقتصادي يتم كليا أو جزئيا من خلال تقنية الإتصال عن بعد بإستخدام وسيط إلكتروني لتوفير **سلعة Item** أو **خدمة Service**.

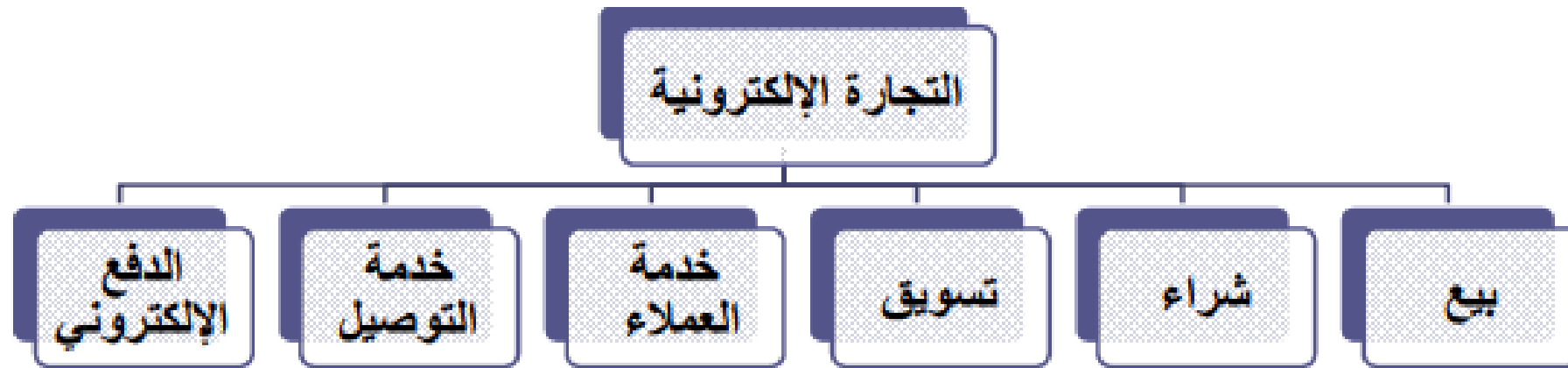
موقع يقدم استشارات طبية مقابل مبلغ مادي اذا هو يقدم خدمه

موقع يقدم حقائب متنوعة للبيع اذا هو يقدم سلعة



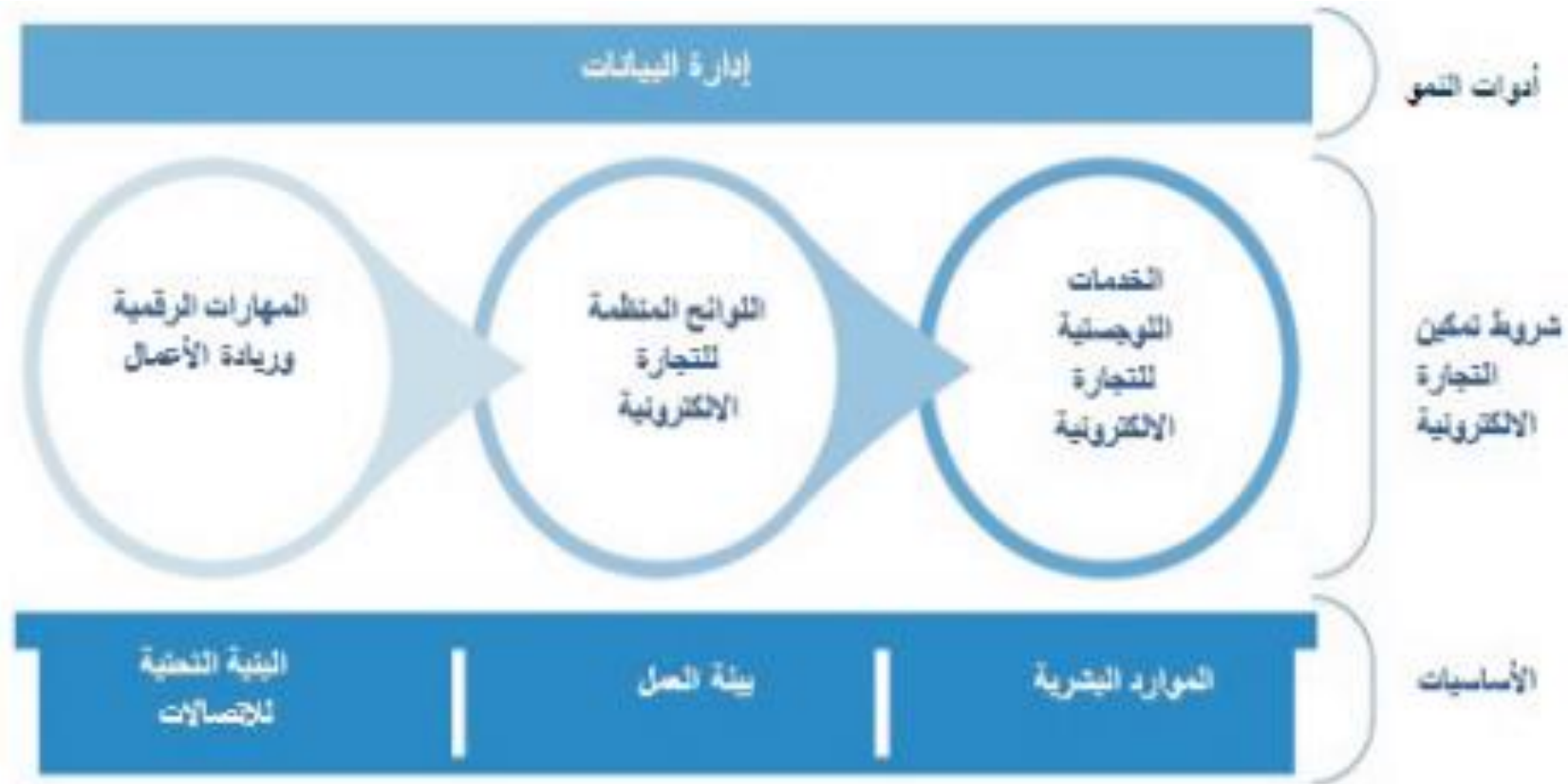
أنشطة التجارة الإلكترونية

E-commerce activities



المكونات الأساسية لبنية التجارة الإلكترونية

The basic components of the e-commerce architecture



المكونات الأساسية لبنية التجارة الإلكترونية

أركان التجارة الالكترونية

Pillars of electronic commerce

1. التقنية Technology .

تطوير وحسن استخدام للتقنية.

2. إدارة الأعمال Business Administration .

التقنيات الجديدة تقدم للأعمال والتجارة طرق جديدة في إدارة الانتاج وطرق التعامل.

3. المجتمع The society :

الحقوق الفكرية - الخصوصية الفردية - السياسات العامة.

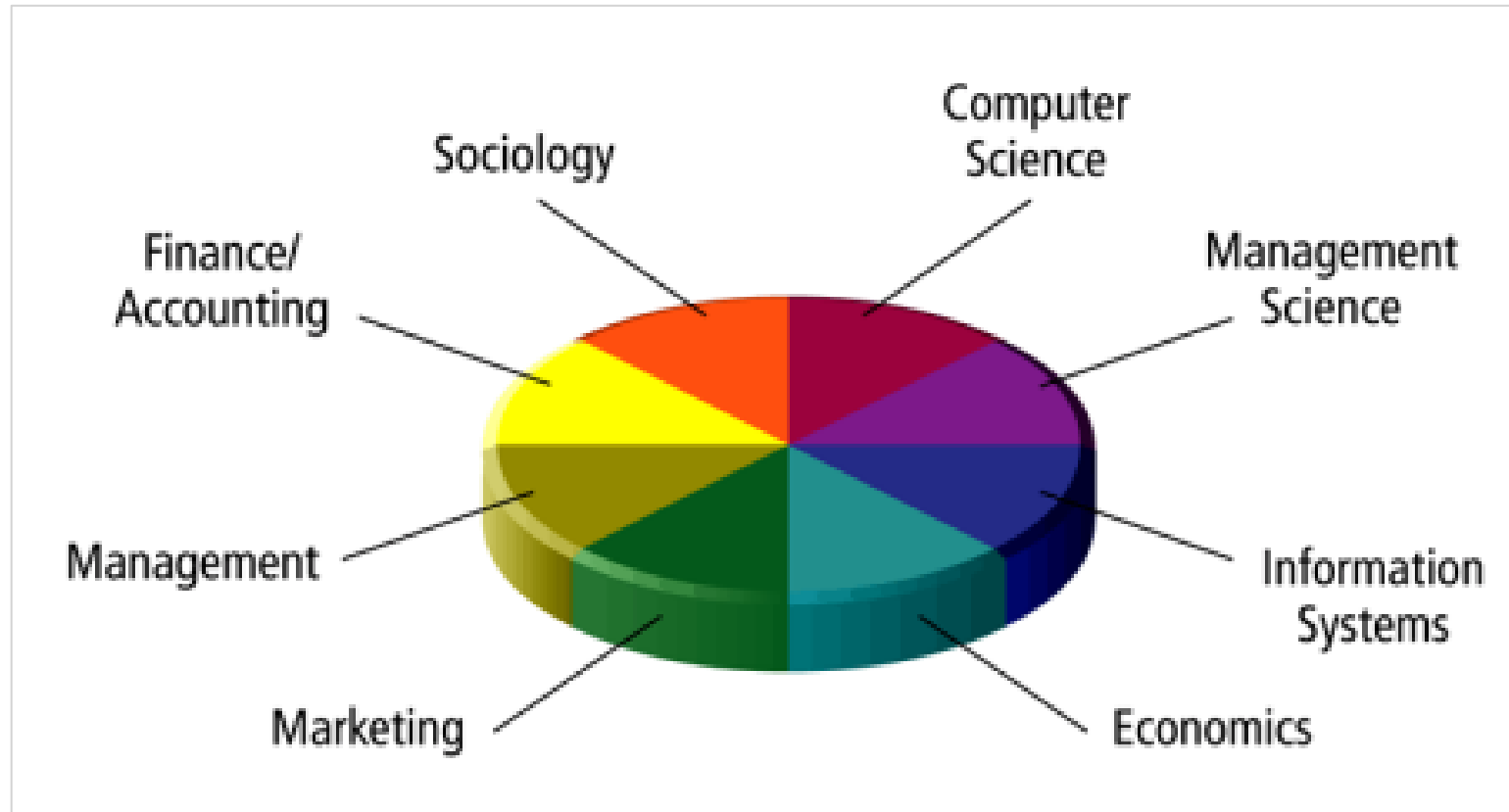
التخصصات العلمية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية Scientific specializations related to e-commerce

تعتمد التجارة الإلكترونية على بعض من العلوم المختلفة :

1. **التسويق** : مثل الإعلانات الرقمية.
2. **علوم الكمبيوتر** : التمكن من لغات البرمجة وتطوير وإنشاء المواقع.
3. **علم النفس** : فهم سلوك المستهلك هو مفتاح النجاح.
4. **علم الموارد المالية** : تعتبر البنوك والأسواق المالية من أهم مستخدمي التجارة الإلكترونية.
5. **علم الاقتصاد** : تتأثر التجارة الإلكترونية بالقوى الاقتصادية ولها تأثير على إقتصاديات الدول.
6. **علم أنظمة المعلومات** : هو المسؤول عن إدارة التجارة الإلكترونية مثل تحليل الأنظمة وأنظمة التخطيط والأمن.
7. **علم المحاسبة** : العمليات التي تجري خلف مكاتب المعاملات الإلكترونية لا تختلف كثيرا عن المعاملات الإعتيادية، مثل التدقيق الرسمي للحسابات التجارية.
8. **علم الإدارة** : يجب أن تدار التجارة الإلكترونية بصورة جيدة.
9. **القوانين التجارية والأخلاق** : الأمور القانونية والأخلاقية هامة جدا في التجارة الإلكترونية خصوصا في الأسواق العالمية.

التخصصات العلمية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية

Scientific specializations related to e-commerce



تعتبر التجارة الإلكترونية حقلاً جديداً وشاملاً يتضمن مجموعة واسعة من العلوم التقنية والإدارية مثل الحاسوب وتقنية المعلومات والتسويق والمالية والاقتصاد ونظم المعلومات الإدارية والمحاسبة، وإدارة الأعمال والقانون الإداري وغيرها.

ولذلك، فإن دراسة هذا الموضوع تتطلب تحديد إطار شمولي لوصف ودراسة التجارة الإلكترونية. **وتقوم فكرة هذا الإطار على أن التجارة الإلكترونية هي مجموعة من التطبيقات المعتمدة على تقنية المعلومات**، ويحتاج تنفيذ هذه التطبيقات إلى:

▪ **بنية تحتية Infrastructure لتوفير شبكات الاتصالات وبيئة العمل الإلكترونية اللازمة للقيام بما يلي:**

- إنجاز العمليات التجارية وضمان الأمان والحماية وإجراء الدفعات الآمنة.
- تسهيل عمليات البحث من خلال الأدوات المختلفة مثل محركات البحث Search Engines والأدلة Directories .
- المراسلات وتوزيع المعلومات من خلال البريد الإلكتروني وأدوات المحادثة الإلكترونية.
- توفير البنية التحتية اللازمة لاستخدام الوسائط المتعددة Multimedia .

- **خدمات دعم Services Support وتشمل خمس مجالات دعم هي:**

- **الأفراد :** البائعون والمشترون والوسطاء وغيرهم.
- **السياسات العامة :** كالضرائب والتشريعات والخصوصية والمعايير القياسية.
- **التسويق والإعلان :** مثل بحوث التسويق والترويج وتوفير محتوى مواقع الويب.
- **العمليات :** وتشمل التوريد وتنفيذ الطلبات وتطوير نظم الدفع والحماية.
- **شركات الأعمال :** مثل المشاريع المشتركة والأسواق الإلكترونية وغيرها.

الفرق ما بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

The difference between e-commerce and traditional commerce

التجارة الإلكترونية	التجارة التقليدية	أساس للمقارنة	ت
متوفر على مدار الساعة في اليوم الواحد	وقت محدود	إمكانية الوصول	1
لا يمكن لمس وفحص السلع ماديا قبل الشراء.	يمكن لمس و فحص السلع قبل الشراء.	امكانية لمس المنتجات	2
يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت، أي أن السوق أو المركز التجارة ليس بنائه أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية	وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون	المكان الجغرافي	3
الوصول في جميع أنحاء العالم	يقتصر على مجال معين.	مجال العمل	4
يوفر منصة موحدة لتبادل المعلومات.	لا توجد منصة موحدة لتبادل المعلومات.	تبادل المعلومات	5
جانب الطلب	جانب العرض	التركيز على الموارد	6
البنوك الإلكترونية على شبكة الإنترنت	الدفع المباشر أو التحري والشيكات البنكية	طرق الدفع	7
أقل كلفة	أكثر كلفة	التكاليف	8

هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية؟

Can e-commerce be ignored?

أمام واقع ومفرزات عصر التقنية العالية، ونماء استخدام وسائل التقنية وتزايد الإقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومركزا ومحددا للتطور، وفي ظل تحول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات، ودخول الشركات الأجنبية الأسواق العربية كجهات منافسة حقيقية ، ولما توفره التجارة الإلكترونية من تسهيل عمليات التنافس إذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها، فإن تجاهلها - عوضا عن أنه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك أدواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعد مغالاة في المحافظة على الأنماط التقليدية التي يرى الباحثون أنها لن تصمد طويلا فالأنماط التقليدية للتجارة وإن كانت لا تزال هي القائمة، فإن بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو استخدام الوسائل الإلكترونية، فإذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن، فأنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي، مما يجعل تجاهل التجارة الإلكترونية في هذا المثال، امتناع عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلا هذه المؤسسات.

أدوات التجارة الإلكترونية E-commerce tools

تتوافر الأدوات المتعددة التي تتيح للمؤسسات والشركات والأفراد دخول عالم التجارة الإلكترونية وإدارة مواقع التجارة الإلكترونية أو الإستخدام البسيط لشبكة الإنترنت في المجالات المختلفة التي تعود بالفائدة ، وتنوع هذه الأدوات وفقاً لمستوى ونوع وحلول التجارة الإلكترونية وإمكانات الجهة لدخول عالم التجارة الإلكترونية منها :

1. البريد الإلكتروني E-mail :

يبدأ المفهوم البسيط لدخول عالم التجارة الإلكترونية بالحصول على عنوان البريد الإلكتروني , وهو خدمة متوافرة ولا يتطلب تكلفة مالية ، إذ يمكن الحصول عليه مجاناً من مواقع شبكات الانترنت.

2. إستخدام شبكة الإنترنت Internet Network:

أصبح الإنترنت متوافر في كل مكان والحصول عليه سهل جداً وهو من الأدوات المهمة والتي لا يمكن الإستغناء عنه في التجارة الإلكترونية لأنها حلقة الوصل بين كل أطرافها.

3. إنشاء صفحة أو موقع معلومات Information site :

تبدأ مرحلة التواجد الفعلي على شبكة الإنترنت بإنشاء صفحات معلومات لشركة أو مؤسسة وعادة تكون بتكلفة محدودة عن طريق شركات متخصصة , ويمكن بثها عن طريق شبكة الإنترنت وتستخدم هذه الصفحات للدعاية والإعلان وتعريف العملاء بالشركة وإنتاجها وخدماتها وإمكاناتها وسياساتها العامة وأنشطة الشركة.

4. المتجر الإلكتروني Online store :

يحقق المتجر الإلكتروني إمكانية إجراء كافة العمليات التجارية بين الشركات وعملائها , ويضمن الموقع المنتجات أو الخدمات , وقوائم الأصناف ومنها الأسعار ونماذج طلبات الشراء وأساليب السداد , لذلك يحتاج إلى إمكانيات فنية وإدارية خاصة ويتطلب سرية وتأمين المعاملات التجارية وحماية الخصوصية.

وهناك أربع مكونات أساسية لبناء المتجر الإلكتروني هي :

- **قواعد التطبيقات الإلكترونية** ومنها منطق الأعمال ومحرك القواعد ومكونات التطبيقات وإطار التطبيقات.
- **الشبكات الإلكترونية** ومنها شبكة الأمن والتشفير ونظم الإتصال ونظم تشغيل الشبكات.
- **البيانات الإلكترونية** مثل نظم إدارة البيانات وبيانات التطبيقات وتخطيط موارد المنظمة.
- **تكامل وتوزيع التطبيقات** مثل الخوادم والتكنولوجيا والبرامج.

أهمية التجارة الإلكترونية The importance of electronic commerce

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود للأمور التالية :

1. **انخفاض التكلفة** ، كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق ، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد ، أما الآن فيمكن تسويقها عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جدا .
2. **تجاوز حدود الدولة** ، كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد ، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاق الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر ، خاصة أن شبكة الانترنت دخلت جميع الدول.
3. **التحرر من القيود** ، سابقا كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها ، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا.

ولمعرفة المزيد عن أهمية التجارة الإلكترونية، يمكن الاطلاع على المميزات التي تتمتع بها .

شكرا
على حسن الاستماع