

التجارة الإلكترونية

الإطار العام لدراسة التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية من موضوعات عصر المعلوماتية اثرة للجدل في وقتنا الحاضر لماذا؟ لأنها تكمن في تحليل عناصر ومساءل وتحديات التجارة الخارجية قديما كانت التعاملات التجارية تتم بالتقابل وجها لوجه لإتمام البيع والشراء ومازالت هذه الطريقة مستمرة حتى وقتنا الحاضر لا انها طرأت عليها تحولات جوهرية وجذرية حيث أصبح بالإمكان اجراء عمليات البيع والشراء دون المقابلة وجها لوجه وذلك عبر الانترنت وهو ما يسمى بالأعمال الإلكترونية وهو مفهوم عام من المفهوم الخاص للتجارة الإلكترونية لا ينحصر على البيع والشراء للبضائع والخدمات بل تشمل خدمات المستهلكين والتعاون مع الشركاء والتعاملات المالية الإلكترونية داخل المنظمة وخارجها والاعمال الإلكترونية هي استخدام تقنيات العمل بالإنترنت والشبكات لتطوير أنشطة الاعمال الحالية او لخلق اعمال جديدة .

تعريف التجارة الإلكترونية :

هي الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الحاسوب.

المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية:

□ الاتصالات :

وهي وسيلة لتوصيل السلع والبضائع والخدمات والمعلومات او تنفيذ عمليات الدفع للشراء عبر شبكات الحاسوب والويب او عبر اي وسيلة إلكترونية اخرى.

□ التجارة :

وسعت التجارة الإلكترونية نطاق اجراء عمليات البيع والشراء وتوفير الخدمات والمعلومات عبر الشبكات الحاسوبية.

□ عمليات ادارة الاعمال:

استطاعت التجارة الإلكترونية ان توفر وتوسع قاعدة الاعمال عبر الانترنت وتوفير المعلومات لتطوير الاعمال دون الحاجة للوجود الفيزيائي للشريك او العميل.

□ الخدمات:

سهلت التجارة الإلكترونية تقديم كافة الخدمات بأسرع طريقة وبأدق المعلومات والمواصفات واصبحت وسيلة كبيرة لعرض الخدمات والسلع والمنتجات للمستهلك وللشركاء في جميع بقاع الارض وتتمثل هذه الخدمات في خدمات الحكومة لشعبها او الشركة لمنسوبيها وموظفيها وذلك بأقل كلفة وسرعة في توصيل الخدمة .

□ التعلم:

زادت التجارة الإلكترونية من فرص التعليم والتدريب المباشر عن طريق الاتصال بالجامعات ومعاهد التدريب المختلفة في جميع انحاء العالم عبر الانترنت.

□ التعاون:

وسعت التجارة الإلكترونية نطاق التعاون واصبحت أكبر وسيلة للتعاون الداخلي بين اقسام الشركات وفروعها في كل مكان وبسطت التعاون الخارجي مع الشركات الأخرى في تصميم المنتج وعمليات التوزيع والترويج وخلق المنافسة النزيهة وتقليل دورة حياة توصيل المنتج بأسرع صورة ممكنة.

□ المجتمع:

خلقت التجارة الإلكترونية المواقع المناسبة لعناصر المجتمع للاستفادة من فرص التعليم والاحتكاك والتعاون مع العالم الآخر وعدم القوقعة في النطاق المحلي الضيق مما اوجدت مجتمعات افتراضية كبيرة الحجم وأسواق افتراضية بكم هائل انتشرت في جميع انحاء المعمورة ووصلت الي أضييق مكان يوجد به المستهلك ولو بمنزله او موقع عمله او حديقته او سيارته وأكثر مما هو متوقع ولذا فاقت الخيال في متعة التسوق والبحث والتجوال في جميع مواقع التجارة الإلكترونية مما اكسبها السرعة وتقليل التكاليف والتقدم عبر التقنيات الحديثة الانترنت والشبكة العنكبوتية وهي علم حديث ومعاصر ولها تاريخ ممتع حيث كانت بداياتها في الدول النامية في منتصف التسعينات من القرن العشرين الميلادي ونمت وانتشرت بسرعة حتى عام 2000 م.

تطور التجارة الإلكترونية:

تبني الناس على مدار السنوات التي مارسوا فيها التجارة مع بعضهم البعض الادوات والتقنيات التي كانت متاحة مثل فتح السفن الشراعية في الازمان القديمة سوق للتجارة بين المشتريين والبائعين ومن ثم طورت الابتكارات الحديثة المعاصرة الاسلوب الذي يزاول به الناس انشطتهم التجارية وغيرت تقنيات الانترنت الطريقة التي يبيع ويشترى بها الناس ويعينوا بها افرادا في أنشطة الاعمال وينظمهم بطرق اكثر سرعة عن اي تقنية اخري في تاريخ الاعمال كما نجد الويب جعل التسوق في الخط المفتوح ممكنا للكثير من الاعمال والافراد وبالطرق الاوسع واستخدمت البنوك تحويلات الاموال إلكترونيا والذي يعرف بالتحويلات السلكية وهي تحويلات الكرتونية لمعلومات تبادل الحساب على شبكات اتصالات خاصة كما دخلت الاعمال في نوع من التجارة الإلكترونية يعرف بتبادل البيانات إلكترونيا عندما ينقل أحد الاعمال بيانات يمكن ان يقرأها الحاسب في تشكيل نمطي لأعمال اخرى. عندما اتسع المجتمع الدولي وازدادت معدلات السكان في دول العالم وبالتالي

تزايدت حاجاتهم ومتطلباتهم وكثر المنتجين والمستهلكين مما ادي الي زيادة الكميات المعروضة والمطلوبة وعليه كان الطلب على الحاجات لإشباع الرغبات وتنوعت وتعددت وتزايدت متطلبات الانسان من السلع والخدمات الضرورية والكمالية في الحياة كما اتسعت الأسواق وامتألت بالسلع والخدمات وضافت الاسواق بالمنتجات واصبحت الأسواق لا تستوعب كل هذه السلع والخدمات في كل مواقع العالم وتعددت آليات التسوق مما ادي الي زيادة الانتاج وكثرة المنتجات المتنوعة التي يحتاجها الانسان في حياته اليومية مما ادي الي زيادة المعروضات بالأسواق الدولية والمحلية صغيرة وكبيرة الحجم مما جعل العالم يفكر في آلية عرض المنتج الذي ضاقت به الأسواق بشتى انواعها ولذا ظهرت فكرة التجارة الإلكترونية عبر شاشات العرض المتنوعة باستخدام تقنيات الانترنت والشبكة العنكبوتية حتى يسهل التعامل التجاري وعقد الصفقات التجارية والبيع والشراء عبر الوسائل الإلكترونية التي استحدثتها التطورات التكنولوجية وأصبح العالم منفتح على بعضه ولا تحده حدود في ظل العولمة التي لا تعرف الحواجز والحدود والعالم بأكمله تسوده تكنولوجيه التسوق عبر التقنيات الحديثة الانترنت والشبكة العنكبوتية ووسائل الاتصالات الأخرى وأصبح العالم كله سوق عبر المحلات التجارية المنتشرة والمتباعدة جغرافيا والمتقاربة عبر الشاشات التي تعرض المواقع الإلكترونية سواء كان مولات او بقالات او سوبرماركات وكلها تمثل اسواق افتراضية مما استوجب على العالم مزاوله التسوق الالكتروني الدولي وبيع المنتجات التي تنتجها المنشآت وشركات الاعمال والمنتجين الافراد عبر الويب والمواقع الإلكترونية المتعددة والتسليم والسداد لقيم السلع والخدمات الكترونيا وسداد الضرائب والرسوم الحكومية عبر شبكات الاتصال بالإضافة لسداد فواتير الكهرباء والمياه وخدمات الاتصال عبر التقنيات الحديثة والدراسة والتعلم في الجامعات والتقديم للقبول بالجامعات والمعاهد والكليات وسداد رسوم الدراسة والتقديم عبر نافذة الكترونية موحدة خاصة بالتعليم العالي أصبح العالم منطقة صغيرة بانفتاح دول العالم مع بعضها البعض.

مفهوم التجارة الإلكترونية

الكثير من الناس يعني مصطلح التجارة الإلكترونية التسوق عبر الانترنت الا ان التجارة الإلكترونية تشمل الكثير من الأنشطة الأخرى مثل الأعمال مع الأعمال الأخرى والعمليات الداخلية التي تستخدمها الشركات في دعم أنشطة شرائها، وبيعها وتعنى التجارة الإلكترونية بخلق السوق الافتراضية والمجتمعات الافتراضية التي لا توجد على الطبيعة او المحلات الفيزيائية وهذا يعنى توسع الاسواق بصورة خيالية لا تسعها ارض الواقع ومن ثم نجد ان التجارة الإلكترونية لا تعرف الحدود الزمانية والمكانية ولا تحدها حدود جغرافية طبيعية بل واسعة المجال وعذبة الخيال ومتعة في التسوق والتجول عبر شبكات الاتصال ولذلك انتشرت التجارة الإلكترونية واتسعت وتطورت في العصر الحالي واصبحت من العلوم الحديثة المعاصرة.

تعريفات التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي عبارة عن نشاط تجاري يتم عن طريق الانترنت او يتم التسويق عن طريق استخدام الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات اي انها تبادل السلع والخدمات عبر الانترنت والهاتف المحمول النقال وكذلك التلفزيون الالكتروني.

التجارة الإلكترونية هي نهج حديث او مستحدث في ادارة الاعمال يكون موجها الي السلع والخدمات وسرعة في الاداء ويتضمن نشاط التجارة الإلكترونية استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من اجل دعم اتخاذ القرار.

التجارة الإلكترونية هي مزيج من التكنولوجيا المعاصرة من جهة والخدمات المطلوب تقديمها من جهة اخرى وأيضاً هي عمليات تبادل تجاري باستخدام نظام بث وتبادل البيانات الكترونياً والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وتحويل الاموال بواسطة الوسائط الإلكترونية.

هي التسوق عبر شبكة المعلومات العنكبوتية العالمية الويب او نشاط تجاري او التسويق عن طريق الانترنت

التجارة الإلكترونية عبارة عن كل أنشطة الاعمال التي تؤدي باستخدام نقل البيانات إلكترونيا والتقنيات الأكثر استخداما وشيوعا هي الانترنت والويب والمساعد الشخصي الرقمي.

ان مصطلح التجارة الإلكترونية يعبر عن استخدام الحاسوب وتكنولوجيا الاتصالات في تبادل السلع والخدمات والمعلومات ويتم من خلال هذه التكنولوجيا الربط الفاعل بين البائعين والمشتريين وتبادل المنتجات والمعلومات وتحويل الاموال.

نماذج التجارة الإلكترونية:

تصنف التجارة الإلكترونية إلى خمسة نماذج وهي على النحو التالي:

□ التجارة الالكترونية بين منشآت الاعمال والافراد

هو ذلك النوع من التجارة المعتمد على الوسائل الالكترونية والذي يستهدف المستهلك النهائي وتتميز بالخصائص الآتية:

١. التكاليف أقل في الانشاء والتشغيل من التسويق التقليدي
٢. الاستغناء عن المتاجر التقليدية
٣. الوصول الى كل مستهلك ومحاولة خدمته بناء على رغباته وحاجاته
٤. إمكانية الوصول الى أي مستهلك سواء على المستوى المحلي أو الدولي
٥. سهولة ويسر كبيرين للمتسوق في الحصول على المعلومات الضرورية والمقارنة بين المنتجات والبائعين والدفع

٦. سهولة كبيرة في أنشطة الترويج والاعلان بل والتوزيع بالاعتماد على الانترنت

٧. إلغاء عاملي الزمان والمكان

□ التجارة الالكترونية منشآت الاعمال

هو ذلك النوع من التجارة المعتمدة على الوسائل الالكترونية والتي تربط منشآت الاعمال فيما بينها

لتبادل منافعها المشتركة وأهدافها هي:

١. تقديم المنتجات (السلع والخدمات) بتكاليف أقل

٢. سرعة الحصول على البيانات وبالتالي سرعة اتخاذ القرارات

٣. تكون لديها قدرة أفضل في التفاوض

□ التجارة الالكترونية بين الافراد

في هذا النوع من التجارة الإلكترونية، يقوم المستخدمون العاديون بإقامة التعاملات الإلكترونية

بينهم بصورة مباشرة، وبدون الحاجة لوجود أي تدخل من منظمة أو جهة.

هذا النوع رائج جداً لدى المستخدمين لما توفره بعض المواقع المحتضنة لمثل هذا النوع من التجارة

من تسهيلات كبيرة تريح المستخدمين في تعاملاتهم. مثال: موقع eBay الشهير للمزايدة على

السلع التي يضيفها المستخدمون.

□ التجارة الإلكترونية المزدوجة (أعمال - أفراد)

إن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يُوجه في نفس الوقت إلى المستهلك النهائي والمشتري الصناعي (المؤسسي) أي أن المنتجات (سلعاً أو خدمات) يمكن أن تباع للمستهلك النهائي (تجزئة) والمنشآت (جملة ونصف جملة).

□ التجارة الإلكترونية بين الحكومة ومنشآت الأعمال

يغطي هذا النوع من التجارة الإلكترونية كافة التعاملات الحكومية مع منشآت الأعمال.

خصائص التجارة الإلكترونية:

- تساعد ببساطة شديدة في زيادة الأرباح
- يمكن ان تزيد التجارة الإلكترونية المبيعات
- تقلل التكاليف
- الاعلان الجيد على الويب والترويج للمنتج النهائي للعملاء المتوقعين
- تستخدم الشركات التجارة الإلكترونية للوصول إلى قطاع السوق الأضيق التي تكون مبعثرة جغرافياً
- يفيد الويب بصفة خاصة في انتاج مجتمعات افتراضية تصبح أسواق مستهدفة مثالية لأنواع منتجات وخدمات محددة ويكون المجتمع الافتراضي بدلا من حدوث التجمع على الارض
- تزيد فرص المبيعات للبائع وفرص المشتريات للمشتري
- تتيح المنتجات والخدمات في المناطق البعيدة مثل خدمات التعليم عن بعد

مزايا التجارة الالكترونية

١. مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة لمنظمات الأعمال:

- الوصول العالمي
- تخفيض تكاليف الأعمال
- تحسين الإنتاجية
- العمل على مدار الساعة
- تفصيل المنتج أو الخدمة حسب رغبة كل زبون
- استخدام نماذج أعمال جديدة
- تسريع زمن وصول المنتجات والخدمات إلى السوق
- دعم العمل التعاوني
- تحسين كفاءة عمليات الشراء
- تحسين العلاقة مع الزبائن
- توفير معلومات حديثة للزبائن وبصورة مستمرة

٢. مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للزبائن:

- توفر المنتجات والخدمات في جميع الأماكن وكل الأوقات
- وجود منتجات وخدمات أكثر تنوعاً وبأسعار أقل
- التوريد الفوري
- توفير المعلومات

○ المشاركة في المزادات

○ التخصيص والتفصيل وفقا لطلب الزبون

٣. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع:

○ العمل عن بعد

○ تحسن معايير مستوى المعيشة

○ توفير فرص عمل

○ تحسين الخدمات العامة للمواطنين

عيوب التجارة الإلكترونية:

١. سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي الى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم

بشرائها

٢. غياب التعامل الورقي يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة امكانية حدوث تزوير

بالبينات او تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب

٣. صعوبة التحقق من هوية المتعاملين نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم ابرام عقد

بين البائع والمشتري يبعد عنه الاف الاميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني

٤. استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية

٥. حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي الى فضح اسرار العملاء والبنوك والشركات

معوقات ومحددات التجارة الإلكترونية:

يمكن تصنيف معوقات التجارة الإلكترونية على أنها نوعين أساسيين:

□ معوقات تقنية

- ما زالت المواصفات المعيارية لمفهوم الجودة والسرية والموثوقية غير محددة بصورة واضحة
- شبكات الاتصالات ما زالت غير كفؤة خاصة في مجال شبكات الهواتف المحمولة
- الأدوات لتطوير البرمجيات ما زالت في مراحل التطوير
- ما زالت هناك صعوبات في برمجيات التجارة الإلكترونية وتكاملها مع شبكة الإنترنت حيث توجد حاجة مستمرة لتطوير مقدمي خدمات الإنترنت بالإضافة لتطوير شبكات الحاسوب مما يؤدي لزيادة التكلفة

- الاشتراك في شبكة الإنترنت في بعض الدول ما زال مكلف وغير كفؤ.

□ معوقات غير تقنية

- حاجة المستهلك المستمرة للخصوصية والسرية في عمليات البيع والشراء.
- ضعف ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية بالبائع الافتراضي أي الذي لا يملك موقع فيزيائي.
- ما تزال لدى بعض الحكومات قوانين تمنع أو تقلل من فرص التعاون الدولي
- هنالك صعوبة لقياس مدى نجاح الإعلانات الإلكترونية.
- يرفض بعض المستهلكون التغيير والتحول من التجارة الفيزيائية للتجارة الإلكترونية.
- ما زالت طرق الخداع على شبكة الإنترنت في تسارع مستمر.

الاسواق الإلكترونية

وظيفة الاسواق الإلكترونية

قبل الدخول في عالم الاسواق الإلكترونية لابد من تحديد وظيفة السوق في عالم الاعمال حيث يعتبر السوق بشكل عام هو وسيلة الصلة بين البائع والمشتري وبين مقدم الخدمة وطالب الخدمة او بين الزبون والمنتج تظهر هذه الصلة من خلال ما يلي:

١. تحديد نوع السلعة الذي يطلبها الزبون وخصائصها.
 ٢. البحث عن بائعين لسلعه معينه او مستهلكين لتصريف بضاعة محددة.
 ٣. تحديد السعر وإضافة المعلومات المطلوبة.
 ٤. البحث عن أسواق مختلفة والتنافس في عرض منتجات جديدة.
 ٥. المشاركة في المزادات المختلفة عن طريق ربط أصحاب المال بالموردين والزبائن.
- يمكن أن تظهر هذه الصلة عبر الوسيط الذي يعمل على تقليل الإجراءات وتقديم التسهيلات المناسبة، مثل:

١. توصيل المعلومات أو البضائع أو الخدمات للمشتري.
 ٢. تحويل عمليات الدفع للبائع.
 ٣. توفير عناصر الثقة بالسوق بين المشتري والبائع.
 ٤. توفير تسهيلات البنية التحتية لإجراء العمليات في السوق، مثل:
- أ. تسهيلات قانونية من حيث سلامة العقود القانونية، توفير معلومات عن المواصفات المعيارية اللازمة لإجراء العمليات.
 - ب. الاشراف على عمل الاسواق مراقبتها وتوفير الضمان لعملياتها.

نري مما سبق أن سوق الاعمال له الدور الرئيسي والمركزي في عالم الاقتصاد، من توفير التسهيلات في تبادل المعلومات والمنتجات والخدمات وطرق الدفع بين المشاركين، وتعطي قيمة لعملية البيع بين البائع والمشتري والوسيط ومن ثم المجتمع ككل.

تزايد في السنوات القليلة الماضية دور وتأثير تكنولوجيا المعلومات وعالم التجارة الإلكترونية على عالم الاسواق بشكل واضح وأمكن رؤية ما يسمى بالأسواق الإلكترونية وظهر أثرها في جميع الوظائف السابق ذكرها.

بعد تحديد الاهداف المرجوة من الاسواق بشكل عام، نصل إلى تحديد مفهوم السوق الإلكتروني نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والتغيرات السريعة في عالم الانترنت أهم التغيرات التي أحدثتها الاسواق الإلكترونية:

١. سرعة خلق المعلومات وكثافتها مقارنة بالأسواق العادية
٢. قلة تكلفة البحث عن المعلومة بالنسبة للبائع والمشتري
٣. سهولة تبادل المعلومات وتعديلها وتطويرها بين البائع والمشتري
٤. تقليل الفترة الزمنية بين عمليتي البحث والحصول على المنتج وذلك لسهولة الحصول على المنتجات خاصة الرقمية منها
٥. قدرة البائع والمشتري على التعامل على الرغم من بعد كل منهما عن الآخر، وعدم التقوقع في المجتمع المحلي.

يتكون السوق الإلكتروني من المكونات الرئيسية الآتية :

١. الزبائن :يتطلع الزبائن في الأسواق الإلكترونية إلى الحصول على منتجات مصنعة وفقا لتفصيلاتهم وبأسعار تفاوضية
٢. البائعون :هم أصحاب واجهات المحلات التجارية الإلكترونية الموجودة على الشبكة

٣. المنتجات والخدمات: يحتوي الفضاء السوقي منتجات وخدمات يمكن أن تكون رقمية او

مادية

٤. البنية التحتية للسوق الالكترونية: تتكون من التجهيزات والبرمجيات

٥. الواجهات: يتم من خلالها التفاعل بين الزبائن والفضاء السوقي

٦. الأقسام الخلفية: تشمل جميع الأنشطة المتصل بتجميع الطلبات وتنفيذها

٧. الوسطاء: هم جهة ثالثة تعمل بين البائع والمشتري

٨. الشركاء التجاريون الآخرون: هناك شركاء يقومون بعمليات التغليف والشحن والتأمين

٩. خدمات الدعم: هناك شركات توفر دعم واسع للعمليات التي تجري في السوق مثل خدمات

التأمين والثقة

انواع الاسواق الالكتروني:

أولاً: الأسواق الالكترونية في التجارة الالكترونية الموجهة للمستهلك:

١. الواجهات الالكترونية: عبارة عن متجر الكتروني ويتكون من:

○ الفهارس الالكترونية ومحركات البحث

○ عربة التسوق

○ تسهيلات المشاركة في المزادات الالكترونية

○ بوابة الدفعات

○ ساحة الشحن

○ خدمات الزبائن

٢. المجمعات التجارية الالكترونية: يمكن تصنيفها في المشاريع الموجهة نحو المستهلك كما يلي:

○ متاجر ومجمعات عامه/ هي عبارة عن فضاء سوقي كبير يتم فيه بيع تشكيله واسعه من

الخدمات

○ متاجر ومجمعات متخصصة/تقوم ببيع أنواع محده من المنتجات.

○ متاجر ومجمعات اقليمية او عالمية (محدودة جغرافيا)

○ متاجر الالكترونية بحتة (برمجيات)

○ متاجر الالكترونية جزئية.

ثانياً: الاسواق الالكترونية في التجارة الالكترونية بين المنظمات :

١. الأسواق الالكترونية العامة :اسواق التبادل

٢. الاسواق الالكترونية الخاصة :سوق البائع وسوق المشتري

٣. الاتحادات التجارية :مجموعة من المشترين

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

تعتمد التجارة الإلكترونية في المكانة التي وصلت إليها اليوم، على تشكيلة من تكنولوجيات الحاسوب وشبكات المعلومات وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تتقدم بسرعة مذهلة، حيث أن هذه البنية التحتية يمكن تناولها من خلال الحديث عن أربعة عناصر متكاملة هي الشبكات Networks والبرمجيات Software والأجهزة اللازمة Hardware والموارد البشرية.

أ. الشبكات Networks:

تعرف الشبكات على أنها سلسلة من الحواسيب المتصلة مع بعضها البعض بطريقة تسمح بتبادل المعلومات واجراء الاتصالات إلكترونياً وذلك من خلال استخدام الكابلات أو خطوط الهاتف أو الأقمار الصناعية

ونتيجة للتطورات التكنولوجية والتقنية فقد تم التوصل الى الشبكات التي تنقل البيانات من خلال تجزئة الملفات والرسائل الى حزم يتم نقلها إلكترونياً من حاسوب الى آخر عبر الشبكة، حيث تمتاز هذه الشبكات بسرعة نقل البيانات بكميات كبيرة بتكلفة اقل، وفي عالم التجارة الإلكترونية هناك ثلاث شبكات تستخدم للعمل على ربط المشتركين مع بعضهم البعض وهي الانترنت والانترانت والاكسترانت

ب. برمجيات التجارة الإلكترونية:

يتم اختيار برمجيات التجارة الإلكترونية حسب مجالاتها فيما إذا كانت موجهة نحو الأعمال او موجهة نحو الزبائن. وبشكل عام هناك أنواع من البرمجيات التي تدعم هذا النوع من التجارة وأهم هذه البرمجيات هي:

١. برمجيات ادارة الدليل المصور

وهي برمجيات تقوم بمهام خلق التفاعل والمشاركة في الوقت الحقيقي بين الزبائن ومحتوى الأدلة المصورة الإلكترونية التي تتضمن بيانات مختلفة عن المنتج بطريقة يسهل الوصول اليها والتعامل معها. وتوفر هذه البرمجيات إمكانيات تحديث البيانات والقدرة على تغييرها حسب الحاجة للتغيير.

٢. برمجيات هيئة (شكل) المنتج:

هذه البرمجيات تمكن الشركات من مساعدة الزبائن على تحديد المنتج الذي يحتاجونه وتشكيله، وخصوصاً في مجال (B2B) مباشرة على الخط (اي التوصية الخاصة للمُنتج)، وعلى سبيل المثال تستخدم شركة Dell للحواسيب هذه البرمجيات لمساعدة زبائننا على تصور حاسوب المستقبل الذين يرغبون به.

ج. الأجهزة والملاحق للتجارة الإلكترونية Hardware:

وتتكون البنية المادية للتجارة الإلكترونية من الأجهزة والملاحق التالية:

١. أجهزة الحاسوب Computers:

وهي أجهزة حاسوب المستخدم المتصلة بواسطة شبكة الانترنت بالحواسيب الرئيسية (Host Computers) ويكون لكل حاسوب رئيسي عنوان يتم بالاعتماد عليه إرسال المعلومات واستقبالها.

٢. المحول Modem:

وهو جهاز يقوم بتوصيل أجهزة الحاسوب لدى المستخدم بشبكة الانترنت عبر قنوات الاتصال، ويعمل هذا الجهاز على تحويل الاشارات الرقمية (Digital Signals) عند نقل البيانات المخزنة في احد الحواسيب الى حاسوب آخر يمتلك ايضاً محولاً يقوم من خلاله بإعادة ترجمة البيانات ليتم بعد ذلك تخزينها او عرضها على الشاشة.

٣. قنوات الاتصال Communication Channels:.

وهي وسائل اتصال تقوم بنقل البيانات بين أجهزة الحاسوب عبر الشبكة، ومن هذه الوسائل خطوط الهواتف وكابلات الألياف الضوئية (Fiber optic Cable) والاسلاك النحاسية (Copper Wire) والاقمار الصناعية (Satellites) وغيرها من الوسائل، وتختلف سرعة نقل البيانات حسب القناة المستخدمة، وعلى سبيل المثال فأن نقل البيانات عبر الاقمار الصناعية أسرع (١٠٠ مرة) من نقلها عبر خطوط الهواتف العادية.

د. الموارد البشرية:

لقد أدت التجارة الإلكترونية الى ثورة حقيقية في كيفية قيام الأفراد بأعمالهم، وساهمت في توفير وظائف وفرص عمل من نوع جديد تجمع بين المهارات والقدرات الادارية والتكنولوجية، ومن جهة أخرى ساهمت في الغاء بعض الوظائف التي أمكن الاستغناء عنها نتيجة للتكنولوجيا الجديدة المستخدمة في الأعمال إضافة لتطوير مهارات وخبرات جديدة في الوظائف الادارية والتكنولوجية القائمة، بحيث اصبحت هناك وظائف لا يقوم بها الا من يمتلك الخبرة والمعرفة في الجانبين الاداري والتكنولوجي، والتي تتوفر فقط في تلك الشركات التي تطبق التجارة الإلكترونية تطبيقاً استراتيجياً.

الانترنت

نشأة الانترنت

قامت وزارة الدفاع الأمريكية (البنجابون) بسلسلة من التجارب مع الجامعات ومراكز البحوث عرفت بـ (Arpanet) وذلك من أجل ربط أجهزة الكمبيوتر الكبيرة لديها ببعضها البعض وفرضت لذلك قواعد خاصة لتبادل المعلومات وحمايتها خوفاً من تعرضها لهجمات خارجية	١٩٦٩م
قامت مؤسسة العلوم الوطنية بالولايات المتحدة الأمريكية بربط ستة مراكز كمبيوتر عملاقة بواسطة نظام اتصال فائق السرعة بحيث يسمح بنقل بيانات رقمية عبر هذه الشبكة باستخدام نظام بسيط أصبح يعرف فيما بعد بالبريد الإلكتروني (E-mail)	١٩٨٥م
طور عالم يسمى تيم بيرنرز لي مجموعة من القواعد أو البروتوكولات يمكنها التحكم بالملفات المكتبية الكبيرة الحجم مثل النصوص أو الصور أو الأصوات أو الفيديو والتي تكون مخزنة في الكمبيوترات التي تشكل الانترنت وهو ما أصبح يعرف في الوقت الحالي بالويب (WWW)	١٩٨٩م
تمكن الأوروبيون من تطوير نظام الفيسفيساء مما سمح لأصحاب الحواسيب الشخصية باستخدام برمجيات التصفح بسهولة بين صفحات الويب	١٩٩٣م

تعريف الانترنت

هو عبارة عن مجموعة كبيرة من الحواسيب التي ترتبط وتتفاعل مع بعضها البعض من اجل خدمة المستخدم في توفير معلومة مفيدة في الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة

هو عبارة عن شبكة مكونة من مجموعة من الأجهزة المضيفة وأجهزة الزبائن والتي تعطي وتأخذ المعلومات من المصادر المختلفة. الحواسيب المتصلة بالشبكة هي الأجهزة التي تستخدم بروتوكول TCP/IP التي تسمح للأجهزة المختلفة بالاتصال والربط. وهذا البروتوكول يقوم بنقل المعلومات من حاسوب داخل شبكة إلى حاسوب في شبكة أخرى، لذلك يستخدم بروتوكول TCP/IP للاتصال بالإنترنت.

بعض فوائد الانترنت في التجارة الالكترونية:

- استخدام البريد الالكتروني لإرسال رسائل وملفات لشخص أو لعدة أشخاص في زمن وجيز وفي أي مكان في العالم تصله خدمة الانترنت.
- عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من أجل أهداف تجارية أو أهداف أخرى بحيث يمكن مشاهدتها (وهذا ما يسمى بإنشاء صفحات الويب على موقع خاص أو عام) والاتصال مع القائمين والتواصل معهم.
- إمكانية عرض السلع والخدمات التي يحتاجها الأفراد دون تكلفة إضافية
- تكوين منتديات تحتوي على مواضيع للنقاش ويستطيع أي شخص وضع آراءه الخاصة عن أي موضوع من المواضيع المطروحة لمناقشته.

- تكوين مواقع للمحادثات Chat بحيث يتناقش عدة أفراد في آن واحد.
- الحصول على معلومات مطلوبة للأبحاث.
- إمكانية البحث عبر الانترنت عن بضائع معينة.
- تسهيل عملية الحصول على المعلومات من الشركات أو الأفراد
- الاشتراك مجاناً في المجالات الإلكترونية المتخصصة والأكاديمية.

الخدمات التي تقدمها الإنترنت

□ خدمة التصفح:

أثناء الاتصال بالإنترنت يمكن الانتقال من موقع إلى آخر بحثاً عن المعلومات وتعد متصفحات الشبكة من التطبيقات القوية جداً ويمكن الحصول على المعلومات في شبكة الويب عن طريق التنقل داخل المواقع.

□ خدمة نقل الملفات:

في بعض الأحيان يحتاج بعض التطبيقات إلى نقل ملفات كبيرة تأخذ وقتاً كبيراً أثناء التحميل، لذلك تلجأ بعض الشركات إلى تخصيص خدمات خاصة لخدمة الملفات تعرف بال File

Transfer Protocol (FTP)

□ خدمة البريد الإلكتروني:

خدمة البريد الإلكتروني تعتبر من أميز الخدمات التي تقدم عبر الانترنت حيث يوفر إمكانية الاتصال بين مستخدمي الانترنت حيث يستخدم البروتوكول Simple Mail Transfer Protocol (SMTP) لنقل النصوص فقط والبروتوكول Multi-purpose Internet Mail Extension (MIME) لنقل الصوت والصورة والوسائط

خصائص تطبيقات الإنترنت والشبكة العالمية:

لهذه الشبكة خصائص وفوائد عديدة نذكر منها:

- تقليل التكاليف.
- توفير الوقت.
- تقليل الوقت.
- السرعة.
- المرونة.
- القبول.
- ترتبط عناصر الإنترنت مع بعضها البعض من خلال بروتوكول الإنترنت (IP)
- القدرة على تراسل البيانات من خلال بروتوكول التحكم بالمراسلة.

طرق بناء موقع تجارة الكترونية على شبكة الإنترنت:

هناك عدة طرق لبناء موقع تجارة الكترونية على شبكة الإنترنت حيث تستطيع القيام بذلك إما:

- شخصياً
 - أو عن طريق استخدام جهات متخصصة للقيام بذلك وهو ما يعرف بالحلول الفورية
- ويوفر الأسلوب الأخير الوقت الكبير الذي تحتاجه مشاريع إنشاء مواقع التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال وضع كافة المهام والوظائف التي تحتاجها هذه المشاريع ضمن حل عملي من مصدر واحد.

يعتمد هذا المبدأ على حماية المستخدم عن التفاصيل الفنية والتقنية المعقدة كالبرمجة وغيرها، حيث يتحقق ذلك من خلال تركيب المكونات البرمجية ووصلها ببعضها، ليتم بذلك إنشاء إطار

للعمل، ويقوم المستخدم فقط بتطوير العمل من نقل المكونات البرمجية مباشرة على الشاشة ووضعها في المكان الذي يناسبه.

وتمتلك هذه البرمجيات أدوات للتطوير تسمح بإنشاء مواقع تجارة الكترونية ذات خصائص متعددة مثل الخدمات الشخصية، والمشتريات، والبحث في الكتالوجات، وخدمة الزبائن، وتحليل معطيات الشركة، والتوثيق الأمني للمستخدم، وصلاحيات دخول مجموعة مستخدمين، وطلبات الشراء، وإجراءات الشراء. إضافة إلى ذلك، هناك إمكانيات خاصة لإنشاء المزادات العلنية على الانترنت، وتسهيلات لتطوير النص البرمجي بسرعة من خلال استخدام الرموز والصور.

أما الأدوات الإدارية، فتساعد على أداء المهام الإدارية المركزية مثل القيام بإعدادات الموقع، ووضع الموقع على الانترنت، وإدارة عمليات هذا الموقع وصيانته.

ويستخرج النظام تقارير الزبائن التي تساعد في إدارة المعلومات الخاصة بالزبائن والمجموعات، كما يضمن أمن الموقع ويسهل عمليات توثيق دخول المستخدمين، وإرسال معلومات عن منتجات معينة بأسعار محددة للزبائن طبقاً لمعطيات هؤلاء.

وهذه الأنظمة تحتوي أيضاً على أدوات تسويقية تمكن الزبائن من القيام بعملية التسويق بشكل شخصي، ووضع المحتوى الملائم لكل زبون، من إعلانات، وخصومات البيع، ومبيعات الموقع، ومبيعات الشركات الأخرى من خلال الموقع، والكتالوجات، وغيرها.

أدوات تطوير وإدارة مواقع التجارة الإلكترونية :

□ لغات تصميم صفحات الويب :

١. لغة SMGL

٢. لغة النص المترابط HTML

٣. لغة XML

□ لغات برمجة تطبيقات الويب :

تعتمد تقنية الويب عموماً على نموذج الخادم / المخدم، حيث تتكون من:

١. الخادم: وهو حاسوب يخزن فيه صفحات الويب.

٢. المخدم: وهو حاسوب يطلب من الخادم بعض الخدمات المتوفرة بهدف تقديمها إلى المستخدم

□ برمجيات معالجة الوسائط المتعددة :

بالإضافة إلى النص تضم محتويات الويب وسائط متعددة مثل : الصور ، والصور المتحركة،

والصوت، والفيديو وغيرها من الأشكال متعددة الوسائط.

التسويق والتسوق الالكتروني

التسويق الالكتروني

ترويج البضائع والخدمات عبر شبكة الانترنت وذلك من خلال موقع الكتروني يحتوي على صور البضائع والخدمات المراد تسويقها ويتم اعلان عن الموقع وما يحتويه من خلال المواقع الالكترونية الأخرى على شبكة الانترنت وبطرق وسائل الكترونية مختلفة.

أنواع التسويق:

١. التسويق التقليدي: ويتم ذلك من خلال الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع والمعارض

المحلية ومندوبي المبيعات المتجولين

٢. التسويق الالكتروني: ويتم من خلال صفحات الانترنت حيث تقوم الشركات التجارية والباعة

بعرض بضائعهم وخدماتهم من خلال المواقع الالكترونية الأخرى على شبكة الانترنت

التسوق الالكتروني:

أن يشتري الشخص عن طريق المواقع الالكترونية المخصصة وتوفر له عدة خيارات عديدة

للتوصل الى المنتجات والشركات في أي مكان في العالم وتمكنه من مقارنة الجودة والاسعار

خطوات إتمام عملية شراء منتج عبر الانترنت:

١. البحث عن المنتج: نكتب اسم المنتج في المكان المخصص للبحث وننقر على زر بحث في

صفحة الموقع التجاري الالكتروني فتظهر نتائج البحث حسب ما هو متوفر في قواعد بيانات

الموقع

٢. تعبئة نموذج المعلومات: كتابة المعلومات اللازمة لتوصيل المنتج للمشتري

٣. تحديد طريقة الدفع: يعد الدفع المالي متمماً للتجارة سواء كانت تقليدية أو إلكترونية

٤. إرسال رسالة التأكيد: حيث يرسل الموقع رسالة إلكترونية إلى المشتري لتأكيد عملية الشراء

النصائح التي تجعل الشراء عبر الإنترنت مجدياً وممتعاً:

١. تصفح مواقع مختلفة للحصول على أفضل المواصفات والأسعار.

٢. الشراء عبر مواقع آمنة

٣. التأكد من صحة البيانات والأرقام الخاصة بقيمة المشتريات وتفاصيل البطاقة الائتمانية قبل

تخزين معلوماتك في الموقع الذي ستشتري منه

٤. الحفاظ على معلومات البطاقة الائتمانية (لا ترسل عبر البريد الإلكتروني أو عبر غرف

المحادثة)

٥. استخدم محركات بحث متخصصة للبحث عن السلع ومواصفاتها ومقارنة الأسعار في مواقع

مختلفة وتكون النتائج مرتبة حسب السعر وتمكننا من ترتيب النتائج

كيف يمكن أن يكون الموقع آمناً؟

١. أن يحافظ على سرية البيانات والبطاقات الائتمانية

٢. يحمي من السرقة وسوء الاستخدام

كيف يمكن معرفة إذا ما كان الموقع آمناً؟

١. ظهور قفل معدني صغير على شريط الحالة في نافذة الموقع

٢. يبدأ عنوان الموقع الآمن بالأحرف https بدلاً من http حيث (s) تدل على موقع آمن.

أنظمة الدفع الإلكتروني

تعريف أنظمة الدفع الإلكتروني

هي أنظمة الدفع التي تتم إلكترونياً بدلاً من الورق (الكاش)، الشيكات ويتم ذلك بتحويل النقود إلكترونياً عبر حساب بنكي خاص

بطاقات الدفع عبر الإنترنت

بطاقات الدفع هي بطاقات إلكترونية تحتوي على معلومات يمكن استخدامها في عمليات الدفع وتقسّم بطاقات الدفع إلى الأنواع التالية:

○ بطاقات الرصيد **credit cards**:

تسمح هذه البطاقات لحاملها بالقيام بعمليات شراء ضمن السقف المحدد من قبل منشئ هذه البطاقة ومن الأمثلة عليها بطاقة فيزا، ماستر كارد

○ بطاقات الشحن **charge cards**:

هي البطاقات التي يتم دفع الحسابات بها شهرياً بواسطة فواتير ومن أمثلتها **express green card**

○ بطاقات الحساب الجاري **debit card** :

يتم تسديد ثمن المشتريات من حساب الزبون ليوضع في حساب البائع خلال يوم أو يومين ومن الأمثلة عليها بطاقة فيزا، ماستر كارد

الخطوات التي تمر بها عملية الشراء عبر بطاقة الدفع الإلكترونية: (مثال شراء كتاب)

- الزبون يقرر شراء كتاب عبر الانترنت يضيفه الى سلة المشتريات ثم يتم الذهاب الى صفحة التأكد من معلومات البطاقة
- يستقبل موقع التاجر معلومات بطاقة الزبون ومن ثم يرسل الطلب الى خدمة معالجة الدفع الخاصة به
- خدمة معالجة الدفع يمرر المعلومات عبر شبكة الى المعالج والذي هو عبارة عن مركز كبير يقوم بمعالجة الحركات والتسديد للتاجر
- المعالج يقوم بإرسال المعلومات الى البنك المصدر لبطاقة الزبون
- البنك المصدر يرسل الحركات الى المعالج والجواب اما بالموافقة او الرفض
- المعالج يقوم بتمرير النتيجة الى خدمة معالجة الدفع
- خدمة معالجة الدفع يقوم بتمرير النتيجة الى التاجر
- التاجر بدوره اما ان يقبل عملية الشراء او يرفضها

خصائص نجاح طرق الدفع الالكتروني

- **الاستقلالية:** تتطلب بعض اشكال عملية الدفع الالكتروني برمجيات خاصة وأجهزة حاسوبية لتنفيذها
- **الترباط:** هي عملية تكامل عملية الدفع الالكتروني وترباطها بالأنظمة الأخرى الموجودة
- **السرية:** هي درجة الأمان المتوفرة في عملية انتقال الأموال