



## الماضرة الثانية

### انماط التجارة الالكترونية

اعداد

م.م رسل زمان خليف



## المحاضرة الثانية

### أولاً : انماط التجارة الالكترونية

هناك العديد من الاطراف والمستخدمين للتجارة الالكترونية عند تطبيقها متمثلة بشكل تعاملات ومن اهم تلك التعاملات هي ما يلي :

١. التعاملات بين وحدة اعمال (الشركات) وحدة اعمال اخرى ( **BUSINESS TO BUSINESS** )

**(B2B)** يتم هذا النوع من التعاملات ما بين وحدات الاعمال (الشركات) بعضها البعض اذ تقوم احدى الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال للحصول على طلبات الشراء من المجهزين من الشركات الاخرى والقيام بعملية الدفع. ويعد هذا النوع من التعاملات من اقدم انواع التعاملات واكثرها شيوعاً.

٢. التعاملات بين وحدة الاعمال (الشركات) والزبائن ( **BUSINESS TO CUSTOMER B2C** )

يتم هذا النوع من التعاملات عن طريق استخدام شبكة الانترنت حيث ان هناك العديد من المواقع التجارية على هذه الشبكة والتي تعرض جميع انواع المنتجات والخدمات للشركات والتي عن طريقها يستطيع الزبون من القيام بعملية الشراء والدفع سواء باستخدام بطاقة الائتمان او الدفع النقدي عند التسليم او اي طريقة اخرى.

٣. التعاملات بين الاجهزة الحكومية ووحدة الاعمال ( **GOVERNMENT TO BUSINESS G2B** )

يتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الاجهزة الحكومية بعرض الرسوم والاجراءات واللوائح ونماذج المعاملات على الانترنت ومن خلالها تستطيع الشركات من الاطلاع عليها بصورة الكترونية.

٤. التعاملات بين الاجهزة الحكومية مع بعضها ( **GOVERNMENT TO GOVERNMENT** )

**(G2G)** ويتضمن هذا النوع من التعاملات تبادل البيانات والمعلومات ما بين الاجهزة الحكومية



بعضها البعض والتنسيق فيما بينها وتشمل أيضا الجانب التجاري من خلال قيام بعض الاجهزة الحكومية بعرض موجوداتها للبيع الى اجهزة حكومية اخرى عن طريق التجارة الالكترونية.

٥. التعاملات بين وحدة الاعمال (الشركات) والاجهزة الحكومية (BUSINESS TO GOVERNMENT)

(B2G) ويتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الشركات باستعراض تفاصيل اعمالها والموارد المستخدمة ومخرجاتها والموازنة النقدية لها اليكترونية لتسهيل الاطلاع عليها من قبل الاجهزة الحكومية مثل هيئة الضرائب او قيام الشركات ببيع او تقديم الخدمات الى الاجهزة الحكومية.

٦. التعاملات بين الزبائن مع بعضهم (CUSTOMER TO CUSTOMER C2C) يتم هذا النوع من

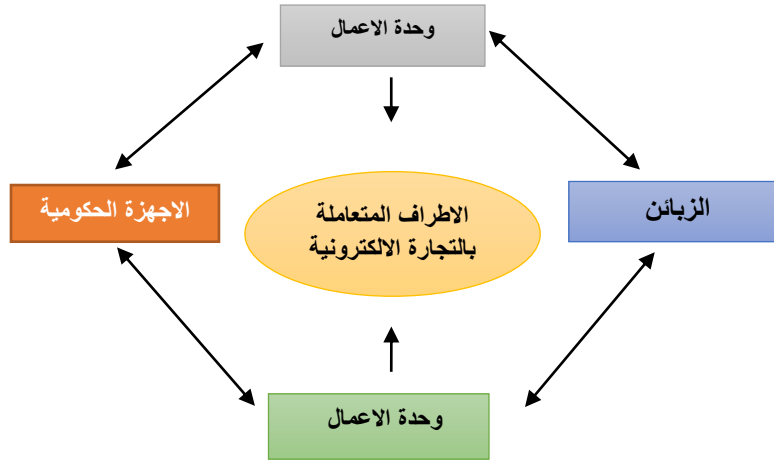
التعاملات عندما يقوم احد الافراد ببيع سلعة او تقديم خدمة الى افراد اخرين ومن الامثلة على ذلك عندما يقوم شخص معين بوضع اعلانات في موقعه على الانترنت من اجل بيع الاغراض الشخصية او تقديم الخبرات وكذلك المزادات التي توضع على الانترنت.

٧. التعاملات بين الزبائن ووحدة الاعمال (الشركات) (CUSTOMER TO BUSINESS C2B)

يتضمن هذا النوع من التعاملات الافراد الذين يبيعون المنتجات والخدمات للشركات.

٨. التعاملات بين الزبائن والاجهزة الحكومية (CUSTOMER TO GOVERNMENT C2G) بدأ

هذا النوع من التعاملات يتوسع ويتطور في الفترة الاخيرة ويتضمن هذا النوع أنشطة عديدة مثل دفع الضرائب من قبل الافراد ورسوم المعاملات اليكترونية.



### ثانيا : فوائد التجارة الالكترونية :

يمكن تقسيم فوائد التجارة الالكترونية على النحو الآتي:

- فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات.
- فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين.
- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع.



### أ- فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات :

التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي و عالمي، فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل و شركاء أكثر ملاءمة وبصورة سريعة وسهلة. ويمكن بيان فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات كما يأتي :

١- التجارة الإلكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد. ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع في الوقت المناسب (Just in - Time) عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات المشتري وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها.

٢- التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.

٣- التجارة الإلكترونية تسبب إعادة هندسة العمليات التجارية ومن خلال هذا التغيير فإن إنتاجية الباعة والموظفين والإداريين تقفز إلى أكثر من ١٠٠ %

٤- التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية فالإنترنت أرخص بكثير من

شبكات القيمة المضافة Value Added Networks

٥- فوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيرا زيادة المرونة في التعامل.



### ب- فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين

ويمكن ايجاز ذلك بالنقاط الآتية :

١. التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملته ٢٤ ساعة في اليوم وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان من على سطح الأرض
٢. التجارة الإلكترونية تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك
٣. في الكثير من الأحيان فإن التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة.
٤. في بعض الحالات وخصوصاً مع المنتجات الرقمية مثل الكتاب الإلكتروني، فإن التجارة الإلكترونية تمكن المشتري من إرسال البضاعة بسرعة وسهولة إلى البائع.
٥. في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية وفي المقابل، قد يستغرق الأمر أيام و أسابيع من أجل الحصول على رد ان قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس
٦. التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضية
٧. التجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية على الإنترنت (المنتديات مثلا).



### ت- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع

ويمكن ايجاز فوائد التجارة بالنسبة الى المجتمع بالاتي :

١. التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدياد مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة التلوث الهواء
٢. التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة وبالتالي يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، شراء هذه البضائع مما يعني رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.
٣. التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية. ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت
٤. التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية يسعر منخفض والكفاءة أعلى.



### ثالثا : تحديات التجارة الإلكترونية

ويمكن تصنيفها الى ما يأتي :

- التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية
- التحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية
- أ- التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية وتشمل :
  - ب- هناك نقص في الاعتمادية و الأمان والمعايير والبروتوكولات.
  - ت- ليس هناك حيز حجمي bandwidth كافي للاتصالات السلكية و اللاسلكية
  - ث- أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار بسرعة.
  - ج- تصعب عملية وصل الإنترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حاليا
  - ح- قد يحتاج المزودون إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات
  - خ- بعض برمجيات التجارة الإلكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل
- ب- التحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية وتشمل :
  - الكلفة والتسويق كلفة تطوير التجارة الإلكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد يكون عالية جدا والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الإلكترونية هنالك عدة فرص لمنح شركات التقنية بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفة أي شركة هي المناسبة والتسويق هذا النظام فإن على المدير أن يتعامل مع فوائد غير حسية و هي صعبة الحساب.





١. الأمن والخصوصية: هذه الأمور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوصا في ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة % ١٠٠. والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الإلكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.
٢. انعدام الثقة ومقاومة المستخدم : بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الإلكتروني.
٣. انعدام لمس المنتجات: فبعض الزيان يودون لمس المنتجات قبل شرائها. الكثير من الأمور القانونية لم يتم حسمها بعد في التجارة الإلكترونية خصوصا الأمور التي تتعلق بالقرصنة.
٤. التجارة الإلكترونية مازالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغيير السريع الكثير من الناس تود أن ترى شيئا ثابتا قبل الاستثمار فيه
٥. لا يوجد عدد كاف من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مريحا
٦. التجارة الإلكترونية قد تسبب انهيار في حلقات الناس مع بعضها البعض، الدخول على الإنترنت مازال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

### هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية؟

أمام واقع ومفردات عصر التقنية العالية، ونماء استخدام وسائل التقنية وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومرتكزا ومحددا للتطور، وفي ظل تخول 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، فانها 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.