**المحاضرة الرابعة**

**التجارة الالكترونية E-commerce**

**مقدمة :**

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية منذ مدة ليست قصيرة ، حقيقة واقعة ، و لم تعد حكرا على دول اقتصادية معينة ، بل أصبحت تشكل سوقا عالميا مفتوحة ، لا تتقيد بحدود سياسية أو جغرافية, فقد أوجدت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات عامة و شبكة الانترنت خاصة القاعدة الاقتصادية و حتى الثقافية لنشر التجارة إلكترونيا بين الشركات و الدول ، و قد أصبحت من أشكال و أساليب و أدوات العولمة .

فقد جذبت التجارة الإلكترونية اهتمام مختلف الشركات ،بسبب الفوائد الاقتصادية المتوقعة من هذه التجارة من حيث زيادة الكفاءة ، و التوفير في التكلفة ، فهي تصنف ضمن التطبيقات الواقعية لنتائج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي أتت بثمارها الواضحة على العالم ككل.

1. **مراحل نشوء التجارة الالكترونية :**

تتفق المصادر ذات العلاقة على أن التجارة الإلكترونية قد مرت تاريخيا بثلاثة مراحل رئيسية على النحو التالي :

* **المرحلة الأولى** : و بدأت مع بداية السبعينيات من القرن العشرين ، و فيها ظهرت أولى تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال عملية تحويل الأرصدة إلكترونيا (EFT) من شركة الى أخرى ، و كانت هذه المرحلة مقتصرة على الشركات الكبرى بسبب ارتفاع تكلفتها .
* **المرحلة الثانية** : و فيها تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية بين الشركات عن طريق تبادل البيانات إلكترونيا بطريقة آمنة من خلال الشبكات مثل الإكسترانت حيث أصبح بالإمكان تبادل الوثائق و النمادج إلكترونيا ،مثل طلبات الشراء و الفواتير و غيرها ، و ازداد عدد الشركات العاملة في هذا المجال بشكل واضح في هذه المرحلة .
* **المرحلة الثالثة** : فقد تطورت فيها تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال استخدام نظم المعلومات المختلفة و بخاصة نظم المعلومات بين المنظمات (Inter-organization ) التي توفر فرصة تدفق و تبادل البيانات بين المنظمات المختلفة ، بحيث يمكنها تنفيد مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية ( كافة المعاملات التجارية ).
1. **أهمية و اهداف التجارة الإلكترونية:**

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في تسهيل التعاملات التجارية ، حيث البدء بمشروع تجاري بمجرد إنشاء موقع إلكتروني له على الإنترنت ، و تؤدي التجارة الإلكترونية الى مايلي :

* تحسين أداء الشركات التجارية ، من خلال إيجاد طرق جديدة لترويج السلع و الوصول الى أكبر عدد من الزبائن عن طريق تصميم مواقع الكترونية لعرض تلك السلع و مواصفاتها و أسعارها و إمكانية بيعها إلكترونيا ,
* توفير الكلفة و الوقت بإستخدام البيئة الرقمية لتوفير أفضل خدمة للزبائن و الاستجابة بسرعة لمتطلباتهم و توقعاتهم ,
* تقليص المسافة بين المنتج و المستهلك ، و تقليص حواجز كثيرة سببها الإجراءات المالية و الإدارية و الجمركية في التجارة التقليدية .
* زيادة حجم التجارة بين الدول ، مما يدعم سمتين مميزتين لعصرنا الحاضر و هما الانفتاح و العولمة اللتان تديرهما منظمات اقتصادية.
1. **مفهوم التجارة الإلكترونية** :

يعزى السبب في تعددية تعاريف التجارة الإلكترونية الى تنوع و اختلاف تطبيقات التجارة الإلكترونية ، كما أن هده التطبيقات تشتمل على عدة مكونات أساسية لابد من توفرها عند اعتماد هذه التطبيقات ، الى جانب تباين الاطراف المشاركة فيها .

يتكون مصطلح التجارة الإلكترونية من مقطعين هما : التجارة Commerce وهي نشاط اقتصادي و تجاري معروف عند الجميع ، ويتم من خلاله تداول السلع و الخدمات وفقا لقواعد و نظم متفق عليها ,

اما الالكترونية (Electronic ) فيقصد بها عملية القيام بأداء النشاط التجاري أو الاقتصادي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات الحديثة و بخاصة شبكة الانترنت و غيرها من الشبكات ,

التجارة الالكترونية **E-commerce** هي تنفيد و إدارة الانشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة و الخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الأنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة و يمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام الى ثلاثة أنواع من الأانشطة :

* الأول : خدمات ربط أو دخول الانترنت و وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات تقنىة .
* ثانيا : التسليم أو التزويد التقني للخدمات
* ثالثا:استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات و توزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية و ضمن هدا المفهوم يظهر الخلط بين الاعمال الإلكترونية و استغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية .

و في ضوء العرض السابق يمكن تبني التعريف الاتي :أنها عملية بيع و شراء و نقل أو تبادل المنتجات (السلع و الخدمات و المعلومات ) و غيرها من أنواع التعاملات التجارية (إبرام مختلف أنواع العقود و الصفقات التجارية الإلكترونية ) و التي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (بإستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات) سواء بين المنظمات بعضها مع البعض (المنظمات المختلفة ، المجهزون ، منظمات التسويق ، أو التوزيع أو الاعلان )، أو بين المنظمات و بين زبائنها ، او المنظمات و الجهات الحكومية, كاملة

1. **تصنيفات التجارة الالكترونية:**

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 عبـر الموقـع الإلكتروني ومن خلال الشبكة,

- **طريقة** **توصيل المنتجات والخدمات إلى الزبائن Agent** ::يمكن أن تتم بطريقـة ماديـة أي تشحن بواسطة شركات النقل أو رقمية من خلال شبكات الاتصالات. 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 المشترية بطريقة إلكترونيـة عبـر الشبكة. وتسمى المنظمات التي تقوم بذلك بالمنظمات الافتراضية.

 · **تجارة إلكترونية جزئية EC-Partial** :يتم من خلالها إنجاز العمليات بشـكل إلكترونـي، ولكن التعامل يمكن أن يكون مع منتجات وخدمات مادية أو رقمية، وكذلك يـتم توصـيل المنتجات المادية عبر شركات النقل والمنتجات الرقمية عبر الشبكة.

1. **صور التجارة الالكترونية:**

إن التوجه الرئيس في التجارة الإلكترونية هو التكامل بين جميع الأنشطة بـدءاً مـن اللحظة التي يرسل فيها الزبون طلب الشراء وحتى استلام المنتج أو الخدمة. ويتطلـب هـذا التكامل بناء عدة أنواع من تطبيقات التجارة الإلكترونية هي: -

 -**تطبيقات السوق الإلكترونية الموجهة للمسـتهلكين Consumer to Business** :تركز هذه التطبيقات على إنشاء المتاجر الإلكترونية واستخدامها من قبـل الزبـائن للتعـرف علـى المنتجات والخدمات والتحقق من مواصفاتها وشرائها. والمتجر هو سوق إلكتروني يلتقـي فيه البائعون والمشترون ويتبادلون المنتجات والخدمات والنقود والمعلومات. وتمثل شـبكة الإنترنت Internet الوسيط اللازم للتفاعل بين الجهات البائعة والمشترية.

**- تطبيقات التجارة الإلكترونية بين المنظمات Business to Business** :ويتم من خلالها قيام منظمات الأعمال بالعمليات التجارية مع بعضها البعض، وتتطلب هذه التطبيقات اسـتخدام شبكة الإنترنت وإنشاء شبكات الإكسترانت Extranet للقيام بالعمليات التجاريـة وتراسـل البيانات والوثائق والدفعات الخاصة بها.

-**تطبيقات التجارة الإلكترونية داخل المنظمات Intranet e-commerc**eويتم من خلالهـا قيام منظمات الأعمال بإنجاز عملياتها الداخلية بطريقة إلكترونية من خلال استخدام شـبكة الإنترانت Intranet التي توفر أنظمة الاتصالات الداخلية للقيـام بهـذه العمليـات داخـل المنظمات.

تطبيقات أخرى للتجارة الإلكترونية مثل **تطبيقات الحكومـة الإلكترونيـة government-e** وتطبيقات التجارة ا**لإلكترونية بين المستهلك ومنظمات الأعمـال** Business to Consumer وتطبيقات التجارة **الإلكترونية بـين المسـتهلكين Consumer to Consumer وتطبيقـات التجارة الخلوية commerce Mobile وغيرها.**

1. **متطلبات التجارة الإلكترونية:**

إن التجارة الإلكترونية هي نتيجة حتمية لما شهده العالم من تطورات علمية في العديد من المجالات و خاصة ما أنجز في مجال المعلومات و الاتصالات، و الذي جعل الناس يعيشون عصر اقتصاد المعرفة، و يكيفون تجارتهم مع متطلبات هذا العصر، و بالتالي فإن البنية التي يجب توفيرها حتى تنشأ و تنمو و تستمر هذه التجارة لا تخرج عن هذا النطاق، و تتمثل أهم مكونات هذه البنية في العناصر الآتية:

**تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:** تعتمد التجارة الإلكترونية على مقومات أساسية للمعلومات و الاتصالات، لذلك ينبغي على صانعي السياسات إرساء أسس متينة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات نوعية جيدة و أسعار معقولة و حديثة تقنيا. فهي تحتاج إلى أجهزة كمبيوتر و خطوط هاتفية، و شبكات للاتصال، و ألياف ضوئية، و وسائل للاتصالات السلكية و اللاسلكية... لذلك يجب العمل على توفير كل ذلك، و ربط كل مناطق الدولة الواحدة به، بالإضافة إلى ربط الدولة في حد ذاتها بالعالم الخارجي و . لقد وضع مؤتمر القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقد في جنيف سنة 2003 عددا من المؤشرات الاسترشادية على ضوء ما هو متفق عليه عالميا، يمكن أن تأخذ بها الدول المختلفة من أجل تيسير النفاذ إلى تكنولوجيا لمعلومات و الاتصالات، و هي :

 -توصيل القرى المختلفة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات؛ -

- توصيل مؤسسات التعليم المختلفة عامة و خاصة على كل مستوياتها؛

- توصيل مراكز البحوث العلمية و ال تقني.

توصيل منافذ الخدمات العلمية و الإدارية؛

- توصيل جميع الأجهزة الصحية؛

 -توصيل جميع الأجهزة الحكومية؛

- تمكين السكان العاديين من الوصول إلى هذه التكنولوجيا.

-**الموارد البشرية:**

يعتبر العنصر البشري أساس التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و هو المحرك الأساسـي لتطور و نمو التجارة الإلكترونية خاصة و أنها تعتمد بشكل كبير على العلم و المعرفة و الابتكار في وسائلها و طرق آدائها، و يعد نقص الإطارات البشرية الكفأة أحد أهم الأسباب التي تعيق تطور هذه التجـارة في كثير من البلدان و المنشآت إذ أن عدم وجود خبراء لتـصميم المواقـع الإلكترونيـة و تحـديثها باستمرار و كذا إعد اد نظم الدفع الإلكتروني الآمن و أيضا عدم وجـود مختـصين فـي التجهيـزات الإلكترونية و الشبكات على سبيل المثال، من شأنه أن يفوت فرصة الاستفادة من هذه التجارة

**وسائل الدفع:**

تتطلب التجارة الإلكترونية قطاعا ماليا كفئا و متطورا يواكب التغيرات المصاحبة لها، و يظهر ذلك جليا من خلال المنتجات التي يجب أن تلبي بصورة أفضل احتياجات المتعاملين و هذا يعنـي أن المنشآت المالية و المصرفية ينبغي عليها أن تعزز باستمرار الخدمات التي تقدمها . و تستوجب بيئـة التجارة الإلكترونية التي تتسم بالعالمية و السرعة، طرح وسائل دفع سهلة الاستعمال، تسمح بالتحويل الإلكتروني السريع للأموال عبر الحدود، لكن في المقابل يجب عدم إغفال أهمية أن تتوفر هذه الوسائل على عاملي الثقة و الأمن، فالتحقق من هوية المتعاملين و تأمين وصول الأموال المحولة إلى وجهتها أمر لا بد منه، و النظام المالي الذي لا يستطيع توفير ذلك مـن شـأنه أن ي عيـق تطـوير التجـارة الإلكترونية، و في غياب الثقة و الأمن سوف تختفي ببساطة المدفوعات عن طريق الشبكات مباشرة، لذلك ينبغي أن توفر بروتوكولات للأمن و التحقق من الهوية و غيرها من الأساليب الأخرى، و ينبغي أن لا تكون باهظة التكلفة حتى تكون في متناول ال مـستخدمين.

**-وسائل التوزيع:**

إن التوزيع أمر حاسم في تطور التجارة الإلكترونية و نموها، فمن خلاله يمكن التوصيل بـين فضاءات الأسواق الإلكترونية و الأسواق الحقيقية. كما أن جميع الفوائد و الإيجابيات التي تنشأ نتيجـة استخدام التجارة الإلكترونية كانخفاض التكلفة و اختصار عنصر الزمن قد تتلاشى سريعا لو واجهـت المشتريات عراقيل في طريقها للوصول إلى طالبيها و. هنا لا بد أن نشير إلى أن أسلوب التوزيع في التجارة الإلكترونية يختلف باختلاف طبيعة المنتوج.

1. **الفرق بين التجارة الإلكترونية و الاعمال الإلكترونية :**

يشيع لدى الكثيرين استخدام اصطلاح التجارة الإلكترونية COMMARCE-E رديفـا لاصطلاح الأعمال الإلكترونية BUSINESS-E غير ان هذا خطأ شـائع لا يراعـي الفرق بينهما ، فالأعمال الالكترونية اوسع نطاقا واشمل من التجارة الالكترونية ، وتقوم الاعمال الإلكترونية على فكرة اتمتة الاداء في العلاقة بين اطارين من العمـل ، وتمتـد لسائر الانشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدماتية ، ولا تتعلق فقط بعلاقة البـائع او المورد بالزبون ، اذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها ، كما تمتـد الـى انماط اداء العمل وتقييمه والرقابة عليه ، وضمن مفهوم الاعمال الالكترونيـة ، يوجـد 7 المصنع الالكتروني المؤتمت ، والبنك الالكترونـي ، وشـركة التـأمين الالكترونيـة ، والخدمات الحكومية المؤتمتة والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم اكثر شمولا هو الحكومة الالكترونية واية منشأة قد تقيم شـبكة ( انترانـت مـثلا ) لادارة اعمالها واداء موظفيها والربط بينهم . في حين ان التجارة الالكترونية نـشاط تجـاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضـمن بيئـة تقنية.