

الفصل الخامس

الأعمال الإلكترونية

E- Business

oboeikan.com

أولاً — الاقتصاد الإلكتروني Electronic Economy:

يتكون الاقتصاد الإلكتروني Electronic Economy أو الاقتصاد الرقمي (Digital Economy) من ثلاث مكونات أساسية هي:

البنى التحتية الداعمة Supporting Infrastructure:

هي مجموعة البنى التحتية الاقتصادية التي تستخدم في دعم عمليات وأنشطة الأعمال الإلكترونية وتبادلات التجارة الإلكترونية، وهذه البنى التحتية تتضمن شبكات الاتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية وخدمات الأقمار الصناعية، والكيانات البرمجية Software والكيانات المادية Hardware وخدمات العم الفني والخدمات التكميلية والعنصر البشري المدرب والمؤهل، وخدمات مواقع الويب وتصميمها واستضافتها Hosting وخدمات البرمجة وخدمات الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت والخدمات الاستشارية وخدمات شهادات الثقة والأمان، وخدمات الصورة المرئية والمسموعة وغيرها...

عمليات وأنشطة الأعمال الإلكترونية Electronic Business Processes

هذه العمليات تحدد كيف يجري تبني وممارسة الأعمال عبر الإنترنت. الأعمال الإلكترونية هي إحدى أهم تجليات تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات في هذا العالم الرقمي، الرحب والصغير، المحدود والانهائي، الفياض بموارده وتنوعه، والشفاف برؤاه وبما تحتوي أعماق مستودعات بياناته وبنوك معلوماته من معارف فكرية وتقنية وإنسانية متراكمة. والأعمال الإلكترونية بمنظوماتها وأدواتها، بعنادها وبرمجياتها هي نماذج الأعمال الجديدة على شبكة الإنترنت وفي اقتصاد المعرفة الجديد. والأعمال الإلكترونية التي لم يمض عليها حتى نصف عقد لاتزال في طور التطور والانفتاح المستمر، وبالتالي لم يتكامل إطارها النظري والعملي بصورة واضحة إلى حد الآن.

ومع ذلك، فإن تأثيراتها على بنى الإدارة ووظائفها عميقة وشاملة فقد غيرت الأعمال الإلكترونية نظرية وتطبيق الإدارة بشكل جذري من خلال ما قدمته من نظم وأساليب عمل جديدة، ومن نماذج لخلق الثروة وتحقيق القيمة المضافة، ومن طرق للمنافسة تقوم على الابتكار المتجدد. وإذا كان للأعمال الإلكترونية كل هذه الأهمية.

فما هو المقصود إذن بالأعمال الإلكترونية ؟

مفهوم الأعمال الإلكترونية :

♦ الأعمال الإلكترونية هي تلك العمليات التي تواكبها وتديرها منظمات الأعمال عبر شبكات الحاسوب. وهذه الأعمال الإلكترونية تتضمن عمليات وأنشطة متعددة أهمها :

- عمليات الإنتاج وما يتصل بها (مثل أوامر الإصدار وأوامر الشراء والإنتاج وتنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني وتحقيق الاتصال مع الموردين والرقابة على عمليات الإنتاج، مع ضرورة أن تجري كل هذه العمليات عبر الشبكة).

- العلاقة مع المستهلك وما يتصل بها (مثل عمليات التسويق والبيع الإلكتروني وعمليات معالجة أوامر المستهلكين ومعالجة معاملات الدفع والعمليات ذات العلاقة بدعم وإدارة المستهلكين...).

- العمليات ذات العلاقة بالإدارة الداخلية للمنظمة (مثل المشاركة في البيانات والمعلومات والخدمات المؤتمتة للعاملين والتدريب عبر الشبكة والاستقطاب والتوظيف عبر الإنترنت ومؤتمرات الفيديو لمناقشة قضايا الأعمال والمنظمة..).

الأعمال الإلكترونية : تعني توظيفاً متكاملاً لوسائل الاتصالات وإدارة المعلومات في مختلف الجوانب الإدارية والمالية للأعمال من أجل خفض التكلفة وسرعة الأداء وتقديم الخدمة وزيادة الإنتاج.

♦ عرّفت شركة (IBM) الأعمال الإلكترونية " بأنها مدخل متكامل ومرن لتوزيع قيمة الأعمال المميزة من خلال ربط النظم بالعمليات التي تنفذ من خلالها

أنشطة الأعمال الجوهرية بطريقة مبسطة ومرنة وباستخدام تكنولوجيا الإنترنت" وبهذا المعنى تصبح الأعمال الإلكترونية نتاج علاقة الارتباط بين موارد نظم المعلومات التقليدية وقدرات الوصول السريع إلى شبكة الإنترنت والويب بما في ذلك القدرة على ربط نظم الأعمال الجوهرية مباشرة مع الأطراف المستفيدة مثل الزبائن، الموردين، العاملين وغيرهم.

كما يوضح هذا المفهوم مدى قدرة منظمات الأعمال على تبادل كل من المعلومات والأموال والبضائع والخدمات بصيغة إلكترونية سواء أكان هذا التبادل بين الشركات (Business to Business B-B) أو بين شركات ما والمستهلك (Business to Consumer B-C) أو بين الشركات الحكومية (Business to Government B-G) .

وباختصار تمثل الأعمال الإلكترونية توليفة متعاضدة من العمليات والنظم الرقمية التي تتيح للمنظمة أن تدير علاقاتها بالبيئة الداخلية والخارجية وأن تتجاوب معها بما في ذلك استشعار تحديات المنافسة والمنافسين وتهديدات بيئة الأعمال الحالية والمتوقعة، وتحديد الفرص الموجودة والمتبقية واستشعار احتياجات الزبائن. إضافة إلى تنظيم عمليات التجاوب والاستجابة الاستراتيجية مع متغيرات بيئة الأعمال بالوقت الحقيقي.

٣- تعاملات التجارة الإلكترونية:

ويقصد بها تعاملات البيع والشراء عبر الإنترنت. وتعتبر التجارة الإلكترونية عن أي تعامل يجري إنجازه وإنهاؤه بين البائع والمشتري عبر شبكات الحاسوب، وهذا التعامل يقود إلى انتقال ملكية المنتج (سلعة، خدمة..) أو الحصول على حقوق Rights استخدامه. وعملية التبادل ليس بالصورة أن تكون مقابل ثمن (سعر)، إذ قد تكون هذه العملية مجانية (ومثال ذلك عمليات تحميل بعض الكيانات البرمجية).

وهناك أمثلة متعددة حول تعاملات التجارة الإلكترونية منها:

أ - قيام تاجر التجزئة بشراء صفقة من البضاعة باستخدام شبكة التبادل الآلي للبيانات (EDI) (Electronic Data Interchange).

ب - قيام تاجر تجزئة بإبرام صفقة تجارية عبر شبكة الإكسترانت Extranet.

ت - عملية طلب مكونات إلكترونية عبر شبكة الإنترنت Internet بين مصانع المنظمة الواحدة.

ث - قيام مشترٍ عادي بشراء كتاب أو مجموعة كتب من متجر كتب عبر الإنترنت.

ج - قيام المنظمة بشراء بعض التجهيزات المكتبية عبر الإنترنت (من مزادات الإنترنت مثلاً).

ح - قيام الزبون بسحب الأموال عبر جهاز السحب الآلي ATM (Automated Teller Machine).

خ - عملية شراء حاسوب أو مجموعة حواسيب عبر استخدام الرقم المجاني واستخدام نظام الهاتف التفاعلي للبائع.

٤- ثورة مجال الأعمال الإلكترونية :

- قاد ديمينج Damming ثورة الجودة الشاملة التي غيرت مفاهيم العمل.
- الجودة الشاملة ما زالت عنصراً رئيساً في إستراتيجيات الأعمال الجديدة، حيث إن (المستهلك - المستفيد) يعد العنصر الرئيس في إستراتيجيات الأعمال الجديدة.
- قاد كل من جاري هاميل، س.ك. برهلاذ Gary Hammel & C.K. Prahalad ثورة إعادة اختراع المنظمة استعداداً للمستقبل. وهذا ما كان يسمى ما قبل عالم الإنترنت.

- ومايكل بوتر: قاد فكرة خلق حواجز لمنع المنافسين من الدخول للأسواق من خلال الأسماء التجارية فالاسم التجاري مازال مهماً في مجالات الأعمال.
 - روبرت ريتسن: قاد ثورة القيمة المضافة بديلاً عن الإنتاج الكثيف وأصبح هناك عالم جديد، أعاد صياغته على هذا الأساس.
- في الوقت الحاضر غالبية الأعمال تحولت أو في طريقها للتحويل إلى الأعمال الإلكترونية متخذة شعار: كن إلكترونياً أو تؤكل (Be E. Or Be Eaten)
- ◆ أي إما توصل أعمالك إلى الويب أو قل لأعمالك مع السلامة.
 - ◆ وليكن السؤال باستمرار: ثم ماذا؟ What is next ؟
- فالإنترنيت بدأت تضع قواعد جديدة¹⁰:

القاعدة الأولى: استمر في الحركة والتغيير فإذا كنت في قمة نجاحك فلا تركز إلى النجاح ، فالثابت الوحيد هو التغيير، لذلك فمن توقف مات أو أوشك على الموت، فشركة ديجيتال كانت من الشركات الرائدة في صناعة أجهزة الكمبيوتر وعندما أنتجت جهاز كمبيوتر (VAX) كان في قمة التقدم واقتنعت بما أنجزت وعاشت في هذا النجاح الوهمي إلى أن اشترتهم شركة كومباك.

القاعدة الثانية: العمل ٢٤ ساعة، فالعالم أصبح يعمل ٢٤ ساعة، لذلك لا يصح أن تتحدث مؤسسة ناجحة عن فكرة الليل والنهار أو الصيف والشتاء.

القاعدة الثالثة: إستراتيجيات الأعمال للبقاء، فقد كان الاسم التجاري ميزة أساسية للثبات ولكن هناك ضرورة لإضافة مزايا جديدة.

القاعدة الرابعة: الشراكة والتكتلات، أصبحت سمة أساسية للعالم الجديد وهي ظاهرة الاندماجات بين الشركات العملاقة لمزيد من السيطرة والربحية ومثال ذلك الاندماج بين شركات الطيران واندماج كرايسلر مع مرسيدس.

10- م. رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، منتدى سياسات الإدارة العامة، جامعة القاهرة، كلية

العلوم الاقتصادية والهندسية، ٢٠٠٢ .

القاعدة الخامسة: فكر عالمياً واعمل محلياً، فقد كنا نتحدث عن بديل الواردات والجميع يتحدثون عن التوجه العالمي للتصدير.

القاعدة السادسة: التركيز على الجودة الشاملة.

القاعدة السابعة: القفز إلى المستقبل والتوسع حيث أصبح العالم يتحدث عن أنشطة جديدة في نفس مجال العمل، أنشطة جديدة في أسواق واعدة أنشطة جديدة خارج الحدود.

♦ رأى كذلك م. رأفت أن الإنترنت وعصر المعلومات يضع قواعد جديدة تفرض على الدول اتباعها مثل:

١. الاستمرار في التغيير فالثابت الوحيد هو التغيير.

٢. التوسع في توظيف القوى البشرية الموجودة في المؤسسة لتصبح عماد التنمية

وبناءً على هذه القواعد فإن المعاملات في العالم أصبحت إلكترونية بشكل يتطلب إدارة جديدة. لذلك استعرض م. رأفت خصائص الإدارة الإلكترونية حيث تتم المعاملات إلكترونياً، بالإضافة للاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

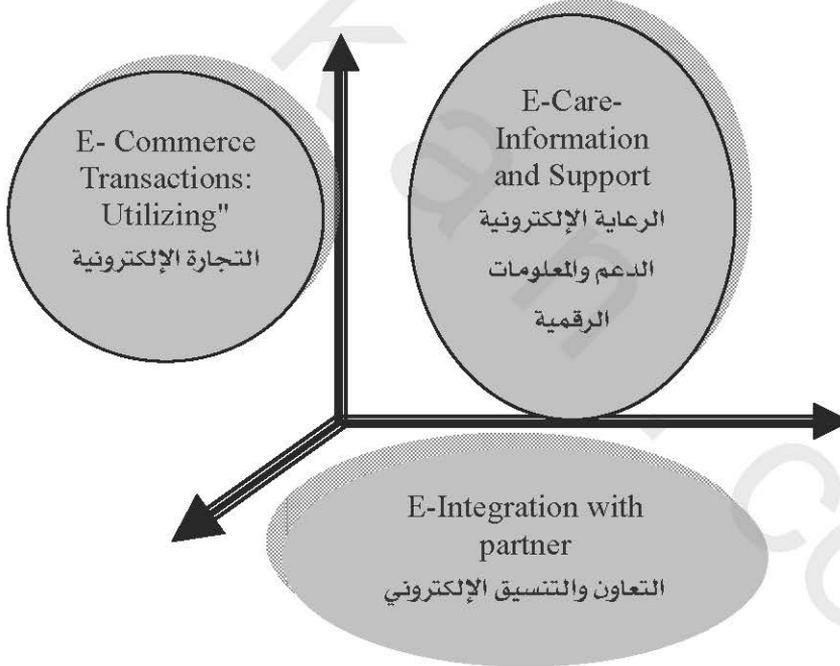
الأعمال الإلكترونية والمفاهيم المرادفة:

١ - الأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية:

إن الإدارة الإلكترونية تتكون من بعدين رئيسيين هما الأعمال الإلكترونية (E-Business) الأعمال الإلكترونية أو ما يسمى الحكومة الإلكترونية E-Government والإدارة العامة الإلكترونية بدورها تصنف إلى فئتين هما: التجارة الإلكترونية (E-Commerce) والأعمال الإلكترونية غير التجارية مثل إدارة سلسلة التوريد أو التجهيز، التسويق الإلكتروني، إدارة شبكات الإنترنت والإكسترانت وما يرتبط بها من أنشطة وعمليات وغير ذلك من أنشطة وعمليات الأعمال غير المندمجة مباشرة بمعاملات لبيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات.

أما فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية فهي تضم بشكلها الحالي تجارة إلكترونية من الشركات إلى الزبائن الأفراد (Business - to-Consumer) ويشار إليها اختصاراً بالمصطلح B2C وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات والزبائن الأفراد. والتجارة الإلكترونية من الشركات إلى الشركات (Business - to - Business) ويشار إليها اختصاراً بالرمز B2B وهي تمثل التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى وهناك من يصنف التجارة البينية للأفراد (Consumer - to -Consumer) كجزء من التجارة الإلكترونية ويشار إليها بالرمز (C2C).

بكلمات أخرى ، تمثل التجارة الإلكترونية بُعد استخدام الوسائل الإلكترونية لتنفيذ المعاملات التجارية فقط وهو يعد من أبعاد أخرى يتضمنها مفهوم الأعمال الإلكترونية كما هو واضح في الشكل التالي:



شكل رقم (٨)

الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية

المصدر: <http://www.informs.org>

الرعاية الإلكترونية تتضمن:

- . رعاية واهتمام مصالح الزبائن E- care customer
- . شركاء العمال E-care for business partners
- . العاملين E-care for employees
- مجموعة المؤثرين E- care stakeholders

إلى جانب التعاون والتنسيق الإلكتروني للوصول إلى المستوى الأمثل لتدفق المعلومات والقرارات.

الإطار العام للأعمال الإلكترونية:

إن الغرض من استخدام نظم وتقنيات الأعمال الإلكترونية هو الإدارة وتطبيق نطاق واسع ومتنوع من خدمات الأعمال الإلكترونية الجدية على شبكة الإنترنت. لكن أيضاً من أجل إدارة وتنفيذ الأنشطة الإدارية في داخل المنظمة عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والشبكات وتقنيات الاتصالات وربط هذه الأنشطة بعمليات المنظمة مع الزبائن وشركاء الأعمال.

إن الأعمال الإلكترونية باعتبارها حقلاً من حقول الإدارة الإلكترونية ومفهوماً ونظماً تستند إلى المجالات التالية:

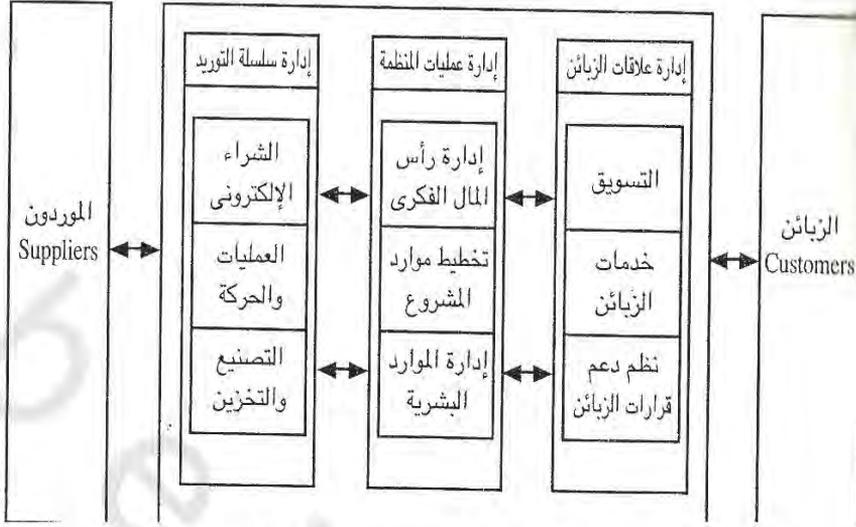
- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| Supply Chains Management | ١- إدارة سلاسل التوريد |
| Internal Process Management | ٢- إدارة العمليات الداخلية |
| Customers Relationship Management | ٣- إدارة علاقات الزبائن |
| Value Network Management | ٤- إدارة شبكة القيمة |



شكل (٩) إطار عام للأعمال الإلكترونية

ويلاحظ من هذا الشكل أن نظم الأعمال الإلكترونية تقوم بنسج روابط متينة وعلاقات ديناميكية مشتركة ومتبادلة في التأثيرين عمليات الإدارة وخاصة تخطيط موارد المشروع ERP من جهة ونظم إدارة وسلسلة التوريد لدعم أنشطة التوريد باستخدام شبكة الإنترنت وإدارة علاقات الزبائن لتلبية احتياجاتهم في الوقت الحقيقي وتسويق المنظمة وضمان علاقات ممتازة ومستمرة معهم من خلال استخدام التكنولوجيا الشبكية (الإنترنت والإكسترانت).

غير أن هذا التكامل البنوي للنظم الإلكترونية لا يمكن تحقيقه من دون وجود بنية تحتية لإدارة المعلومات وإدارة المعرفة باعتبارها بنية فوقية تستند إلى تكنولوجيا المعلومات مما يتطلب وجود استراتيجية لتطوير الأعمال الإلكترونية والتي يجب اشتقاقها من إستراتيجية الأعمال الشاملة للمنظمة. كما هو واضح في الشكل التالي:



شكل رقم (١٠) التكامل البنوي لمنظمة الأعمال الإلكترونية

١- إدارة سلاسل التوريد Supply Chains Management .

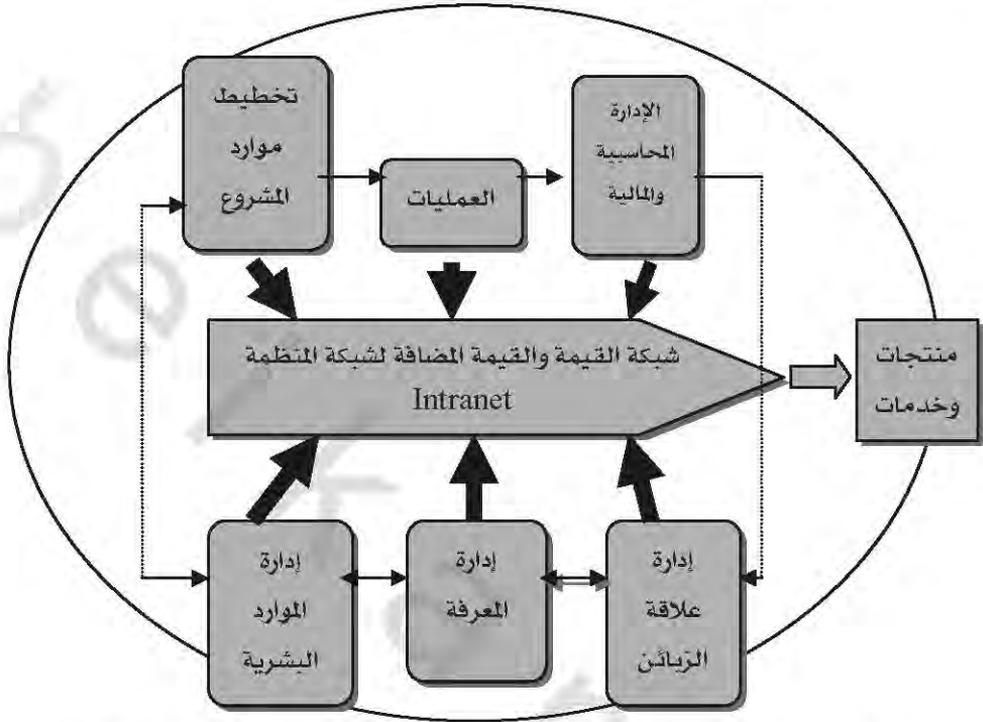
إدارة سلسلة التوريد (SCM) هي منظومة مترابطة لتحقيق التكامل بين المورد Supplier ، والموزع Distribution ، والاحتياجات اللوجستية (الحركة والنقل) للزبون.

سلسلة التوريد تمثل حزمة من العناصر المتشابكة ومعبرة عن العلاقات بين الشركات المستفيدة، والموزعين، والموردين، والزبائن.

٢- إدارة العمليات الداخلية Internal Process Management .

تقوم شبكة المنظمة التي تستخدم تقنيات (الإنترنت Intranet) بربط العاملين والمديرين والمجالات الوظيفية الرئيسية بنسيج متشابك وموحد من الاتصالات الإلكترونية لتعظيم مزايا استخدام نظم الأعمال الإلكترونية في تخفيض التكاليف ، وتعزيز سرعة إنجاز الأنشطة، وتحسين الإنتاجية وضمان الجودة الشاملة للمنتجات والخدمات.

هذه المجالات التي تستند إلى قاعدة تقنية ومعلوماتية & Information Technical Platform تضيف قيمة إلى شبكة القيمة لمنظمة الأعمال الإلكترونية كما هو واضح في الشكل التالي:



٣- إدارة علاقات الزبائن Customers Relationship Management

توفر شبكة الإنترنت والويب وتكنولوجيا الشبكات المرتبطة بها بيئة تفاعلية للأعمال وتسويق منتجات وخدمات المنظمة وتعزيز علاقاتها مع المستخدمين والزبائن، وتتولى إدارة علاقات الزبائن مهام استثمار الموارد المتاحة على الشبكة لتقديم حزمة متنوعة من الأنشطة الموجهة لتسويق المنظمة. ومن أهم هذه الأنشطة:

- ١- تأمين الاتصال المستمر مع الزبائن الحاليين.
- ٢- تأمين الاتصال الأولي مع الزبائن المحتملين أو المستخدمين المحتملين (موزعين، موردين، وشركاء أعمال).

- ٣- تعزيز الدعم المباشر لجهود ما قبل وخلال البيع وخدمات ما بعد البيع.
- ٤- توجيه ورقابة وسائل الدفع الإلكتروني والتأكد من كفاءة وفعالية هذه الوسائل.

بالإضافة إلى ما تقدم، تتولى إدارة علاقات الزبائن تخطيط وتنفيذ الأنشطة الإلكترونية التي تعزز من فرص التعامل مع الزبائن. ويتم ذلك من خلال طرق كثيرة في مقدمتها التالي:

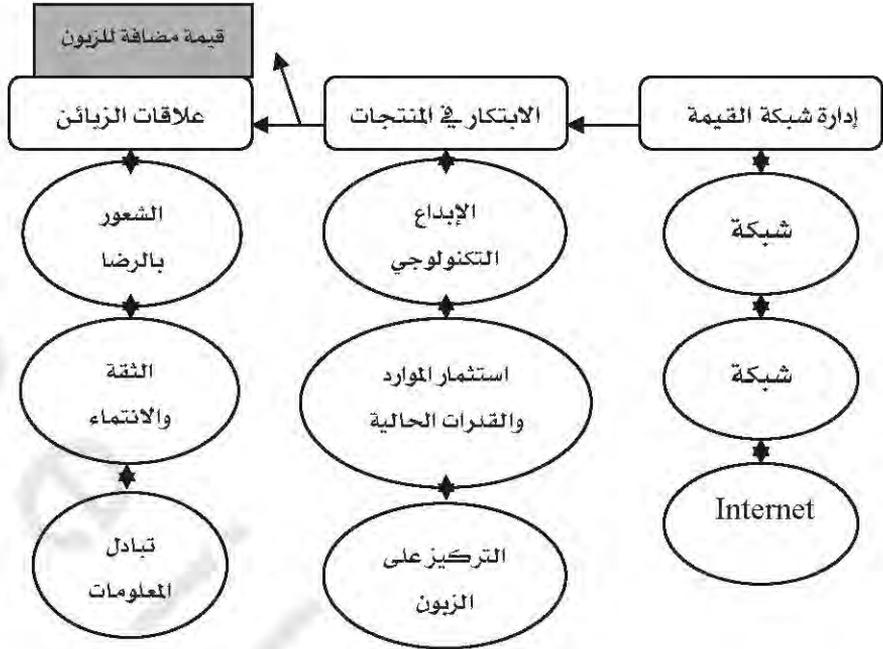
- ١- تصميم المنتجات الجديدة.
- ٢- تطوير استراتيجية المنتج والتسويق.
- ٣- ابتكار المحتوى أو المضمون.
- ٤- توفير الخدمات المستندة إلى المعلومات Information-Based Services ومن خلال استخدام جميع الوسائل الرقمية المتوافقة مع التكنولوجيا الشبكية التي تستخدمها المنظمة.

كل هذه الوسائل وغيرها تهدف إلى تعظيم القيمة المقدمة للزبائن سواءً من خلال المعلومات والخدمات الممتازة التي تقدم لهم أو باستخدام نظم إدارة العلاقات مع الزبائن للتنبؤ و نمذجة البدائل وتحليل البيانات التسويقية التي تؤدي إلى تحسين علاقات المنظمة، وتوفر قدرات تسويقية وبيعية يمكن استخدامها بكفاءة وفعالية.

٤- إدارة شبكة القيمة Value Network Management

إدارة شبكة القيمة يقصد بها – الوصول إلى توليد قيمة مضافة كلية للمستفيد أو الزبون، قيمة مدركة من قبله، ويتوقعها قبل أن يحصل عليها من خلال استثمار القدرات والطاقت غير المحدودة التي تتيحها شبكات الإنترنت – والإكسترنات – وشبكة الإنترنت.

ويوضح الشكل التالي كيف تلعب إدارة شبكة القيمة الدور الجوهري في استثمار قدرات البنية الشبكية المتاحة لخلق القيمة المضافة للزبائن وتسويق علاقات المنظمة معهم.



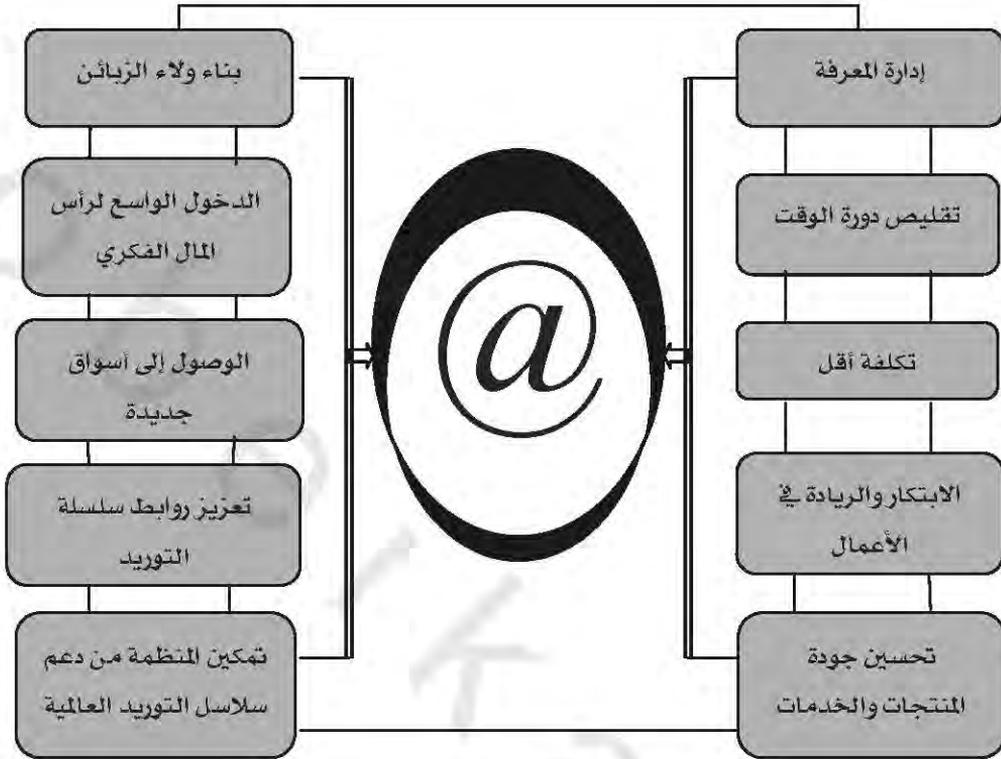
شكل رقم (١٢)

دور شبكة القيمة في تسويق العلاقات مع الزبائن

أهمية ومكاسب الأعمال الإلكترونية:

تصبح الأعمال الإلكترونية هدف الإدارة الحديثة ووسيلتها لتكوين القدرات والجدارة الجوهرية المطلوبة لتنفيذ الأعمال في أي وقت وفي أي مكان ومع أي منظمة في السوقين المحلي والعالمي.

لقد غيرت الأعمال الإلكترونية قواعد لعبة الأعمال بسبب المزايا المضافة التي حملتها إلى المنظمات المستفيدة والتحسينات الجذرية التي أدخلتها على عناصر الميزة الاستراتيجية كما هو واضح في الشكل التالي الذي يعبر باختصار عن مزايا استخدام الأعمال الإلكترونية في منظمات الأعمال.



شكل رقم (١٣)

مزايا الأعمال الإلكترونية

كما يتكون نظام القيمة Value System في الاقتصاد الصناعي من سلاسل القيمة لمنظمات الأعمال والمستفيدين. وتعتبر المنظمة من هذا المنظور عبارة عن سلسلة من الأنشطة الأساسية التي تُضيف قيمة تظهر بصورة إجمالية في منتجاتها أو خدماتها. وحسب نموذج Porter يمكن تمييز أنشطة سلسلة القيمة للمنظمة إلى نشاطات رئيسة ونشاطات داعمة كما هو واضح في الشكل التالي:



شكل رقم (١٤) سلسلة القيمة

البعد الآخر لإدارة الإدارة الإلكترونية هو الإدارة العامة الإلكترونية للأعمال والوظائف الحكومية الموجهة للمواطنين أو لقطاع الأعمال أو بين مؤسسات الدولة ووكالاتها وأجهزتها عبر استخدام منظومات تكنولوجيا المعلومات والشبكات. أي أن الحكومة الإلكترونية ببساطة هي إنتاج وتقديم الخدمة العامة باستخدام الوسائل الإلكترونية.

وتتوزع أنشطة الحكومة الإلكترونية على ثلاثة مجالات مهمة هي:

- أ - علاقة الحكومة بالمواطنين G2C .
- ب - علاقة الحكومة بالحكومة G2G .
- ج - علاقة الحكومة بالأعمال G2B .

يمكن اعتبار الحكومة الإلكترونية مرحلة تحول إلى الاقتصاد الإلكتروني الذي يستخدم الحد الأدنى من الأوراق، مما يؤدي لخفض التكاليف ويختصر العامل الزمني، ويمكن القول أن المقصود بالحكومة الإلكترونية:

" أنها تلك الحكومة التي يتم إنجاز جميع معاملاتها إلكترونياً من خلال مكاتب مؤتمتة بيسر وسهولة وبأدنى عناء وبأقل تكلفة على المواطن" .

وبذلك فإن الحكومة الإلكترونية تحتاج لنجاحها إلى استخدام الخدمات الإلكترونية في كافة أوجه الحياة، للعمل على إحداث تغييرات في أسلوب حياة السكان.

هذا وتحتاج الحكومة الإلكترونية إلى ثلاثة مكونات فنية أساسية هي:

أ - قنوات اتصال إلكترونية.

ب. الربط الإلكتروني بين الإدارات الحكومية من خلال شبكة إلكترونية.

ج - الأنظمة القادرة على تقديم خدمات إلكترونية

كما إن تنفيذ مشروع الحكومة الإلكترونية الناجحة يحتاج لثلاث دعائم

أساسية يجب العمل من خلالها جميعاً وبشكل متواز، وهذه الدعائم هي:

أ - الجانب التشريعي: الذي يقوم بسن القوانين اللازمة والمنظمة للعمل في

الحكومة الإلكترونية.

ب - الجانب الإداري: وهو يمثل الجانب التنفيذي للحكومة الإلكترونية،

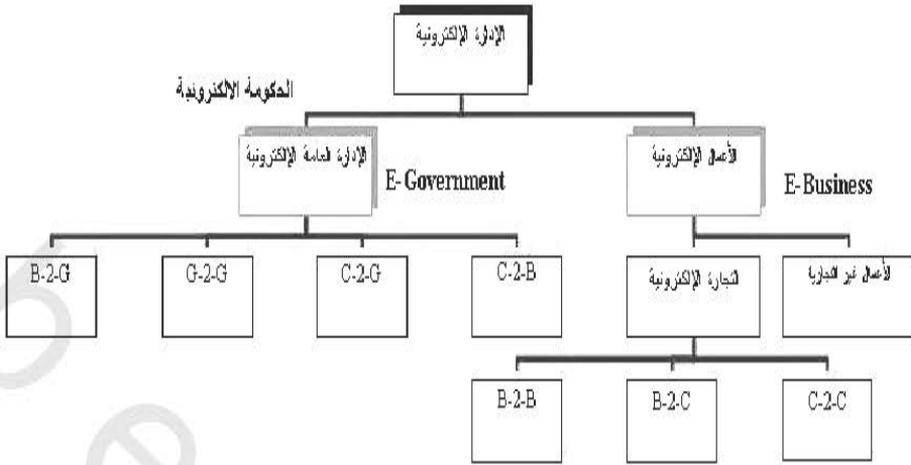
ويضم فريق العمل الذي يتم من خلاله التعامل مع المواطنين بفكر حديث ومتطور.

ج - الجانب الفني: وهو فريق الدعم الفني والجندي المجهول الذي يعمل على

نجاح كافة وسائل الاتصال والربط بين كافة الوزارات وبعضها البعض وبين

جميع الوزارات والمتعاملين معها من الجمهور.

ويوضح الشكل التالي ملخصاً موجزاً لما سبق.



ومن كل ما سبق يمكن القول بأن الأعمال الإلكترونية هي بعد مهم من أبعاد الإدارة الإلكترونية التي تطوي بداخلها أيضاً الإدارة العامة الإلكترونية.

٢- الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية:

إذا كانت الأعمال الإلكترونية هي استخدام تقنيات العمل بالإنترنت والشبكات لتطوير أنشطة الأعمال الحالية أو لخلق أنشطة أعمال افتراضية جديدة.

فإن التجارة الإلكترونية (E-Commerce) هي استخدام وسائل إلكترونية لتمكين عمليات التبادل بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل بصورة (رقمية أو مادية) من مكان إلى آخر.

وضمن هذا السياق فإن التجارة الإلكترونية هي مجرد بعد أو وجه رئيسي من أوجه الأعمال الإلكترونية مثل البريد الإلكتروني (E-mailing) والتسويق الإلكتروني (E-marketing) والمصارف الإلكترونية (E-banking) والهندسة الإلكترونية (E-engineering) والشبكات الإلكترونية (E-supplying) وإلى غير ذلك من أنشطة الأعمال الإلكترونية.

ويمكن تحديد إطار عمل التجارة الإلكترونية في حدود النظام الذي يتيح عبر الإنترنت (والشبكات الأخرى) 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 أن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكترونية يتواصل فيها البائعون (موردون أو شركات أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيها المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

على هذا الأساس، نستطيع أن نستنتج أن علاقة الأعمال الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء، العام بالخاص.