

الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالتجارة التقليدية:

التجارة الإلكترونية: هي عملية التبادل التجاري للسلع والخدمات بواسطة شبكة الإنترنت أو أي شبكة أخرى وبذلك فهي تتبع نفس قواعد التجارة التقليدية من حيث أن المشتري والبائع يلتقيان من أجل تبادل السلع والخدمات مقابل النقود ولكن بدلاً من أن تتم هذه اللقاءات من خلال المتاجر أو المحلات أو من خلال الاتصالات التليفونية أو عرض الكتالوجات الخاصة بالسلع والخدمات من خلال طرق الدعاية والإعلان عبر الصحف والمجلات والوسائل المرئية والمسموعة الأخرى فإنهم يلتقون عبر الإنترنت، وبالتالي فإن التجارة الإلكترونية توفر أقصى درجات الراحة للمشتري الذي يستطيع زيارة عشرات بل مئات المواقع الإلكترونية التي تعرض نفس السلعة بأكثر من طريقة وبذلك يستطيع مقارنة الأسعار ومصاريف الشحن مثلاً دون أن يتطلب ذلك مغادرته لمنزله أو مكتبه وبذلك يكون قرار الشراء مبنياً على معلومات وافرة ودقيقة في نفس الوقت، كما تعد التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لالتقاط السلع المرغوبة للمشتري في وقت قياسي فقد تحصل على كتاب إلكتروني أو برنامج "سوفت ويير" مثلاً عن طريق تحميله من الشبكة في دقائق معدودة.

تحدثنا عن المشتري وهو أحد طرفي العملية فقط فماذا عن البائع أيضاً، توفر التجارة الإلكترونية على البائع العديد من أشكال المصروفات التي تتحملها السلعة قبل وصولها للمشتري فهو لا يحتاج إلى عدد ضخم من مندوبي التوزيع أو المبيعات ولا يحتاج كذلك إلى طبع مئات الكتالوجات الدعائية التي يوضح فيها مزايا سلعه وخدماته للمشتري، أيضاً إذا كانت السلعة عبارة عن منتج إلكتروني يمكن تحميله من خلال الشبكة فإن مصاريف الشحن في هذه الحالة ستكون صفرًا وبذلك لا تتحمل السلعة مصاريف إضافية، الفائدة الأخرى للتجارة الإلكترونية بالنسبة للبائع وهي مهمة جداً هي عدم اضطراره لشراء متجر أو مكان يعرض فيه سلعه وخدماته بل إنه يستطيع أن يعرض سلعه في عشرات بل مئات المواقع الإلكترونية المتخصصة نظير تكلفة قليلة بالنسبة للتجارة التقليدية.

أما عن عيوب التجارة الإلكترونية أو بعض مشاكلها في مواجهة التجارة التقليدية فهي تتمثل في عدم إحساس المشتري بالأمان التام في حالة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية المتعددة، كذلك فإن البعض يعتبر عملية الشراء من المتاجر التقليدية هي عملية ممتعة في حد ذاتها تتطلب دعوة الأصدقاء والأهل أحياناً كما أنّ هناك نوعية من السلع مثل الملابس والأثاث يحب أن يراها المشتري بعينه بل يلمسها ويجربها حتى يقتنع بها . ولكن يبقى أن التجارة الإلكترونية لاتزال في بداية الطريق مما يعني أن المستقبل لايزال عريضاً أمامها.

مجال التجارة الإلكترونية ١:

هيكل التجارة الإلكترونية:

الكثير من الناس تظن بأن التجارة الإلكترونية هي مجرد الحصول على موقع على الإنترنت، ولكنها أكبر من ذلك بكثير. هناك الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية من مثل البنوك الإلكترونية والتسوق في المجمعات التجارية الموجودة على الإنترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزادات والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحث ما. ومن أجل تنفيذ هذه التطبيقات، يستلزم الحصول على معلومات داعمة وأنظمة وبنية تحتية. تطبيقات التجارة الإلكترونية مدعومة ببنى تحتية. وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة:

- الناس.
- السياسة العامة.
- المعايير والبروتوكولات التقنية.
- شركات أخرى.

أقسام تطبيقات التجارة الإلكترونية:

تطبيقات التجارة الإلكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء: شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الإلكتروني. تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة. توفير خدمة الزبائن.

1 بسام نور، التجارة الإلكترونية متى، وأين..... ٢٠٠٣.

الأسواق الإلكترونية: Electronic Commerce :

السوق هو عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال. وعندما تكون هيئة السوق إلكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية. فالمشاركون في الأسواق الإلكترونية من باعة ومشترين وسمسارين ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادراً ما يعرفون بعضهم البعض. طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الإلكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى.

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الإلكترونية:

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات **Interorganization Information**

Systems ترتكز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منطمتين أو أكثر. غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة كإرسال الحوالات المالية والفواتير والكمبيالات عبر الشبكات الخارجية. وفي هذه الأنظمة فإن كل العلاقات ما بين الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقاً، فلا توجد مفاوضات أخرى ولكن مجرد تنفيذ ما تم الاتفاق عليه مسبقاً. في حين أن الباعة والمشتريين في الأسواق الإلكترونية يتفاوضون ويزيدون ويناقصون في السعر ويتفقون على فاتورة معينة وينفذون الاتفاق وهم متصلون بالشبكة أو غير متصلين. أنظمة ما بين المؤسسات تُستخدم فقط في تطبيقات الشركات للشركات في حين أن الأسواق الإلكترونية فتستخدم في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين.

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

المجال:

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية وغالباً ما تشمل شركة ما ومزودها ومستهلكها. ومن خلال أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات يستطيع الباعة والمشترون تنظيم وترتيب المعاملات التجارية الروتينية. ويتم تبادل المعلومات من خلال شبكات اتصالات تم تهيئتها بصورة مناسبة لكي لا يتم استخدام الهواتف والوثائق الورقية والاتصالات التجارية. وسابقاً فإن أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات كانت تتم من خلال شبكات اتصالات خاصة ولكن الاتجاه الآن هو استخدام الإنترنت لهذه الغايات.

أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

التبادل الإلكتروني للبيانات **Electronic Data Interchange EDI** : يوفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر شبكات القيمة المضافة **Value-added Networks**. الشبكة الإضافية **Extranet** والتي توفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر الإنترنت.

التحويل الإلكتروني للأموال **Electronic Funds Transfer**

الاستثمارات الإلكترونية.
التواصل المتكامل: هو عملية إرسال الإيميلات ووثائق الفاكس عبر نظام موحد للإرسال الإلكتروني.
قواعد البيانات المتقاسمة: وفيها أن المعلومات المخزنة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الأطراف المشاركين في التجارة. والغرض

من هذا التقاسم هو التقليل من الوقت اللازم لإرسال البيانات واستقبالها إذا لم تكن البيانات مفتوحة للجميع. والمقاسمة تجري عبر الشبكات الإضافية. إدارة سلسلة التوريد **Supply Chain Management** وهو التعاون ما بين الشركات ومزوديها ومستهلكيها في مجال التنبؤ بالطلب وإدارة قائمة الجرد وإنهاء الطلبات التجارية وهو التعاون الذي يؤدي إلى خفض البضائع المخزونة وإلى تسريع شحن البضائع وإلى السماح بالتصنيع الآني.

الفرق ما بين التجارة الإلكترونية البحتة

والتجارة الإلكترونية الجزئية:

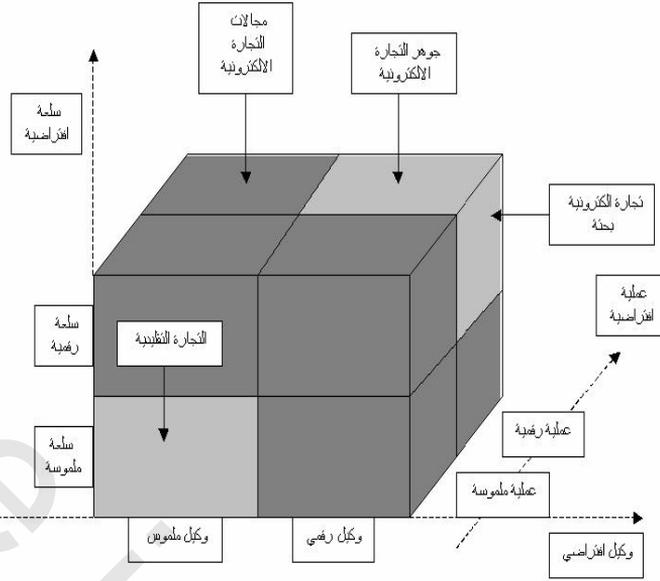
هناك عدة أشكال للتجارة الإلكترونية اعتماداً على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل. فأى سلعة إما أن تكون ملموسة أو رقمية، وأي وكيل إما أن يكون ملموساً أو رقمياً وأي عملية إما تكون ملموسة أو رقمية. وبناء على ذلك، لدينا شكل مكعب يحوي 8 مكعبات مقسومة ما بين الأجزاء الثلاثة.

فالتجارة تنقسم إلى ثلاثة أقسام:

١. تجارة تقليدية بحتة

٢. تجارة إلكترونية بحتة

٣. تجارة إلكترونية جزئية



تجارة إلكترونية جزئية

وعندما يكون الوكيل ملموساً ، والسلعة ملموسة والعملية ملموسة ، فإن نوع التجارة سيكون التجارة التقليدية البحتة. وعندما يكون الوكيل رقمياً والسلعة رقمية والعملية رقمية ، فإن نوع التجارة سيكون التجارة الإلكترونية البحتة. وإذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة ، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية. ونطلق على هذا المزيج: التجارة الإلكترونية الجزئية. مثلاً ، إذا اشترت كتاباً من موقع أمازون ، فإن نوع التجارة هو التجارة الإلكترونية الجزئية لأن الشركة سترسل لك الكتاب على البريد. ولكن إذا اشترت برمجيات من موقع أمازون ، فإن نوع التجارة هو التجارة الإلكترونية البحتة لأن الشركة سترسل لك البرمجيات عن طريق الإنترنت أو الإيميل. مجال التجارة الإلكترونية واسع ، فحتى عملية شراء علبة الكولا من جهاز بواسطة البطاقات الذكية يكون ضمن التجارة الإلكترونية الجزئية.