

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة العلوم والتكنولوجيا

فرع إِب



بحث بعنوان

التجارة الإلكترونية

Electronic Commerce

إشراف الأستاذ:

رضوان الديلمي

إعداد الطالب:

أحمد محمد لطف قايد

التجارة الإلكترونية Electronic Commerce:

هي عملية تطبيق التقنية الحديثة في بيع وشراء المنتجات والمعلومات عن طريق الإنترنت ودفع المال بطريقة آلية عن طريق بطاقة الائتمان البنكي (الفيزا كارد)



عالم الإنترنت:

يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الإنترنت.

ولكن على الرغم من تعدد التعاريف التي تناولت مفهوم التجارة الإلكترونية وتعدد آراء الباحثين إلا أن الباحثون يتفقون مع تعريف منظمة التجارة العالمية W.T.O التي عرفت التجارة الإلكترونية بأنها "النشاط التجاري الذي يشمل عملية إنتاج وترويج وتسويق وبيع وتوزيع المنتجات من سلع وخدمات من خلال شبكة اتصالات الكترونية.

تاريخ حول التجارة الإلكترونية:

تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات EDI والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وفي التسعينات وخصوصاً الفترة من ١٩٩٥ إلى ٢٠٠٠ شهدت التجارة الإلكترونية تطوراً سريعاً وذلك بفضل تطوير شبكات وبرمجيات أخرى خدمت هذا المجال حتى أصبحت التجارة الإلكترونية تأخذ الشكل والكيان التجاري مع ظهور المتصفحات والويب حيث ظهرت شركة أمازون لتتبع نور الأمل لمستخدمي شبكة الإنترنت وبدأت أولى رحلاتها الإلكترونية ببيع الكتب عبر الإنترنت حتى أنها أصبحت الآن من أوائل الشركات العالمية التي تحقق أرباحاً ضخمة.. وكانت هذه هي الإنطلاقة الأولى لكثير من الشركات الكبيرة والصغيرة في عالم التجارة الإلكترونية..

• صور التجارة الإلكترونية:



1) Business-to-Business (الشركة للشركة):

وهو البيع والشراء ما بين الشركات.



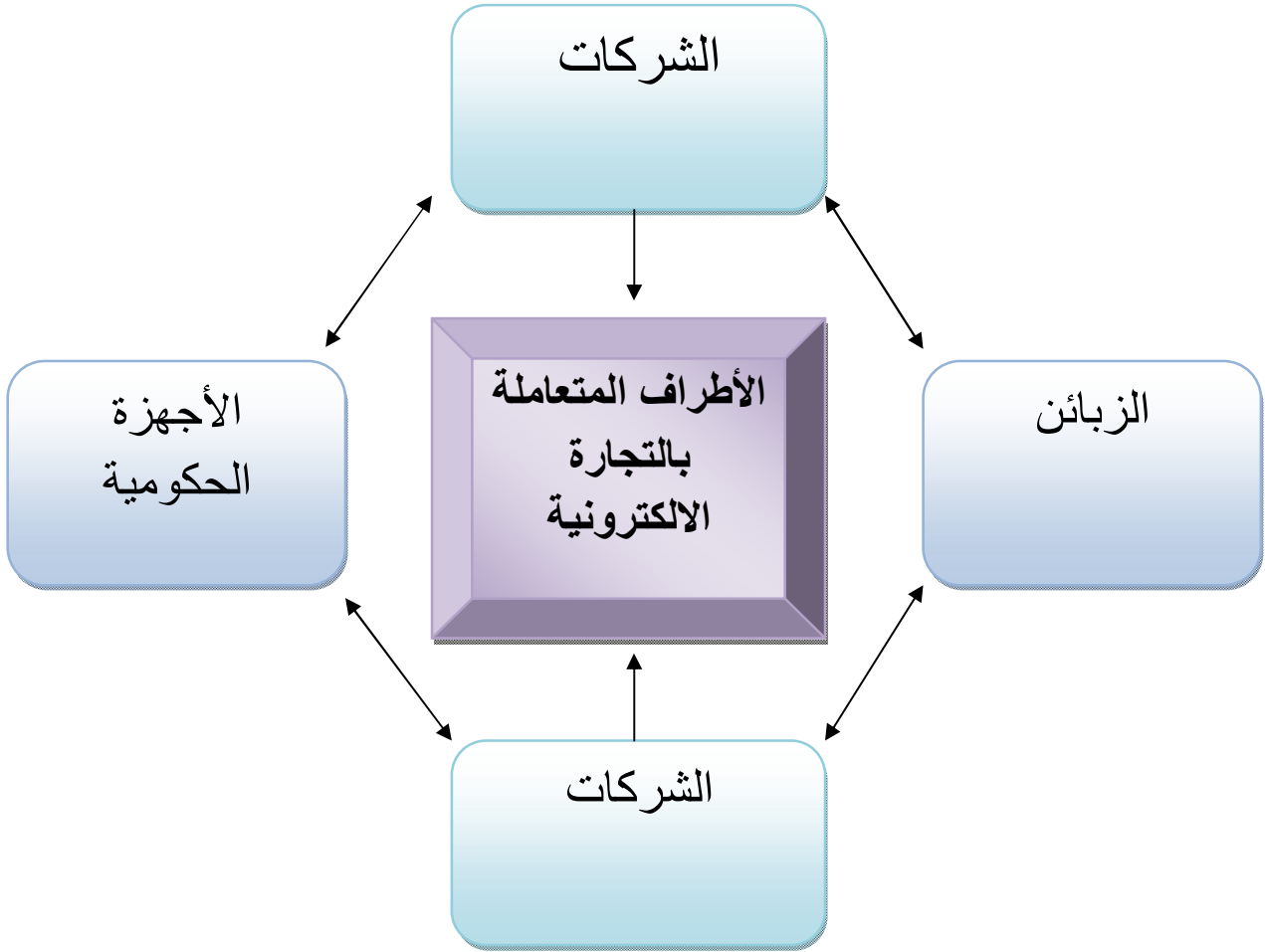
2) Business-to-Consumer (الشركة للمستهلك):

وهو بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك.



3) Consumer-to-Consumer (المستهلك للمستهلك):
في هذا الخانة، فإن المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة.

"أهم الأطراف المتعاملة بالتجارة الإلكترونية"



• فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات بسهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك ، وإمكانات تسويق السلع والخدمات عالمياً ، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين .

تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ، وتمثل تجارة

الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية .
تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم
ويقلل من الاحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد
السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث .
تمكن التجارة الإلكترونية لشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية بالتمتع بالمنتجات
والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل مثل فرصة تعلم مهنة والحصول على
شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية وصول الخدمات العامة للأفراد مثل
الرعاية الصحية والتعليمية وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية بتكلفة منخفضة
وجودة أعلى .

فوائد التجارة الإلكترونية:

- توسع السوق العالمي والإقليمي.
- يمكن العمل من خلال المنزل دون الذهاب إلى أسواق تقليدية.
- عدم إغلاق أسواق الإنترنت فهي مفتوحة ٢٤ ساعة بدون تقيد بالوقت.
- التجارة الإلكترونية تسمح بتبادل الخبرات والآراء.
- تخفيض نسبة التكاليف الورقية والتخزين والإيجارات.
- التجارة في مجال متخصص مثل بيع الكتب أو المفروشات أو التلفونات وغيرها.
- قدرة الشركة على ما يريده المستخدم فالتالي تطور المنتج أو السلعة.
- توفير الوقت والجهد من خلال دفع المال إلكترونياً .
- تسهم في عملية الهندسة والتجديد في العملية التجارية .فإن إنتاجية الباعة والموظفين والإداريين تقفز إلى أكثر من ٩٠% .
- الرخص في عملية التواصل من خلال الإنترنت.
- تسويق أكثر فعالية ، وأرباح أكثر.
- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء .
- حرية الاختيار حيث أن المستهلك يزور جميع الشركات العارضة عبر شبكة الإنترنت قبل الشراء.
- سرعة إتمام الصفقة في دقائق.

التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية:

- هناك نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات.
- ليس هناك حي حجمي- bandwidth .كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية
- أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.

- تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً.
- قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات.
- بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل.
- الأمن والخصوصية

كيف نتق بالموقع الذين نشترى منه:

- عن طريق شهادة الحماية في (SSI)
- وهي من متطلبات أي موقع تجاري على الإنترنت.



المعايير التي أتفق عليها ليكون ممارسة التسويق على حد علي من الأمان والسرية :-



- ♣️ التعاملات الإليكترونية الآمنة (SET).
- ♣️ معيار الشراء المفتوح عبر الإنترنت (OBI).
- ♣️ معايير تبادل البيانات آلياً (EDI).
- ♣️ بروتوكولات (HTTP).

سلبيات وإيجابيات التسوق الإلكتروني:



- ✓ عوائق قليلة
- ✓ التفاعل مع العميل
- ☒ الاحتيال
- ✓ الاحتفاظ بالعملاء
- ✓ المساواة بين العملاء
- ✓ الوظائف المتكاملة
- ☒ إنهاء دور السوق التقليدي

الأدوات الرئيسية في السوق:



الباحث.

المواقع الإلكترونية.

نشرة الأخبار في البريد الإلكتروني.

الدعاية الإلكترونية لتحسين سمعة الشركة.

التسويق باستخدام الفلاش أو الفيديو.

كيف نبدأ بعمل مشروع تجاري:



أ- وجود السلعة.

ب- التسويق لهذه السلعة للحصول على أكثر الزبائن.

ت- كيفية الحصول على النجاح للحصول على التطور

و الازدهار.

أهم طرق التسويق الإلكتروني المعتمدة:

١) عن طرق محركات البحث .

٢) عن طريق الإعلانات.

٣) عن طريق الرسائل الإلكترونية .

٤) عن طريق الدعاية التفاعلية.

بعض السلع التي نشترها من الإنترنت:

	<p>الكتب: وهي من أكثر السلع شراءً في العالم</p>
--	---

السيارات :تعتبر رخيصة عند الشراء
من الإنترنت بسبب الشركات المتنافسة



الألعاب والبرامج: شراء البرامج
والألعاب من الإنترنت تعتبر أسهل
وأسرع



الساعات



أجهزة الحاسوب
وأجهزة المحمولة الذكية

SONY
Mobile Devices

VAIO FIT 15E

Intel® Core™ i7-3537M Processor Up to 3.10 GHz

Windows 8

4GB DDR3 RAM

1 TB Hard Disk

15.5" Full HD Display

2 GB Dedicated VRAM

مشغل DVD-RW

SR 3999

SR 334

Free VIVO 8GB

3

Wintouch

أول آيباد بنظام CDMA في اليمن

www.wintouch.ye.com

**آيباد
السامي
ALSAMI**

الشاشة: 7.7 إنش بدقة عرض 800-480
المعالج: BOXCHIP A10 1.2GHz
سعة الذاكرة: 1GB DDR3
الكاميرا الخلفية: 0.3 ميجا
الكاميرا الأمامية: 2 ميجا
نظام التشغيل: Android 4.0
براي فاي: b/g 802.11
يدعم الجيل الثالث: 3G
يادعم: 2.1 مدمج، 3G
تحتوي على: G-Sensor
مفتوح: HDMI, TF memory, Mini USB

3G CDMA

Bluetooth

WiFi

3G

8GB

7.7

HD

BOXCHIP A10

نسخة 1.2

بعض مواقع التجارة الإلكترونية:

- www.Thawte.com
- www.buy.com
- www.bn.com
- www.buy.com
- www.yahoo.com
- www.treemax.com
- www.amazon.com
- www.tarafen.com



أحكام التجارة الإلكترونية:

- إبرام الصفقات بين مورد السلعة أو الخدمة وطالبيها وهما على مسافة كل واحد من الآخر.
- لا تنقيد بالحدود، الأمر الذي يطرح عددًا من المسائل القانونية أهمها القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاع
- تقوم على تعاقد بدون مستندات أو مرتكزات مادية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة في القوانين التي لا زالت تركز على أولوية الكتابة والوثائق الخطية في الإثبات.

التسوق الإلكتروني: عملية شراء السلع من شبكة الإنترنت.

أنواع التسويق الإلكتروني:

يرى بعض الخبراء في التسويق، بأنه يمكن تصنيف التسويق الذي تمارسه المؤسسات إلى ثلاثة أنواع رئيسية :

- أ- **التسويق الخارجي: External marketing** وهو مرتبط بوظائف التسويق التقليدية بتصميم وتنفيذ المزيج التسويقي (المنتج- السعر- التوزيع- الترويج).
- ب- **التسويق الداخلي: Internal Marketing** وهو مرتبط بالعاملين داخل المؤسسة حيث أنه يجب على المؤسسة أن تتبع سياسات فعالة لتدريب العاملين وتحفيزهم للاتصال الجيد بالعملاء ودعم العاملين للعمل كفريق يسعى لإرضاء حاجات ورغبات العملاء. فكل فرد في المؤسسة يجب أن يكون موجه في عمله بالعملاء. فليس يكفي وجود قسم في المؤسسة خاص بالقيام بالأعمال التقليدية لوظيفة التسويق وبقية الأفراد أو الأقسام كل في اتجاه آخر.

• **ت- التسويق التفاعلي: Interactive Marketing.** وهو مرتبط بفكرة جودة الخدمات والسلع المقدمة للعملاء تعتمد بشكل أساسي ومكثف على الجودة والعلاقة بين البائع والمشتري.

وهناك أيضا مشاركة فعالة من أجل توفير الحركة الجديدة، وسياسات المحركات. عوائق التطور والنمو:- شأنه شأن الأفكار والتطبيقات الجديدة بدأ نمو التجارة الإلكترونية بطيئاً لكنه سرعان ما بدأ في التسارع مع قدرة الأفراد والشركات على حماية معلوماتهم وبطاقاتهم الائتمانية من التعرض للسرقة. لكن مع هذا التطور تظل هناك مخاطر من التجارة الإلكترونية أو عبر الشبكة خوفاً من تعرض بيانات البطاقة للسرقة لذلك قامت العديد من الشركات بتوفير البيئة الآمنة لإدخال البيانات لتشجيع الزوار على الإقبال على الشراء عبر المواقع الإلكترونية خاصة مع سهولة مقارنة الموردين والأسعار عبر الشبكة.

المعوقات الأساسية للتسويق الإلكتروني:

- a. **اللغة والثقافة:** وتحد من التفاعل بين العملاء والمواقع المختلفة لذا هناك حاجة ملحة لتطوير البرمجيات التي من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلى اللغات المختلفة ليفهمها العملاء، وضرورة مراعاة الاختلافات الثقافية والعادات والتقاليد بين الأمم بحيث لا يكون هناك عائقاً نحو استخدام المواقع التجارية.
- b. **الإدارة الجيدة:** يحتاج التسويق الإلكتروني إلى إدارة جيدة وخطط واضحة لمواجهة التغيير المستمر في حركة السوق المحلي أو العالمي. ولا يمكن للتسويق الإلكتروني أن ينجح إن لم يتوفر المختصون في هذا المجال.
- c. **السرية والخصوصية:** وهي تحد أيضاً من عملية التسويق الإلكتروني وخصوصاً وأنه يفترض الحصول على بعض البيانات المتعلقة بالعميل مثل الاسم، النوع، الجنسية، العنوان، طريقة السداد، أرقام بطاقات الائتمان وغيرها وهذا ما يفترض استخدام البرمجيات الخاصة للحفاظ على السرية وتأمين الصفقات والدفع الإلكتروني الذي يتم عبر الإنترنت.
- d. **القوانين والتشريعات:** وهي ضرورية لتنظيم عمليات التسويق الإلكتروني وحماية حقوق الملكية والنشر على شبكة الإنترنت فضلاً عن تطوير الأنظمة المالية والتجارية لتسهيل عمليات التسويق الإلكتروني.

أن التجارة الإلكترونية وسيلة متطورة للوصول إلى الأسواق في العالم في وقت قصير وبأقل التكاليف، فضلاً عن مساهمتها بالتبسيط للإجراءات وتلافي التأخير في العمليات التجارية، وزيادة الربحية ودوران رأس المال. أن تطبيق نظم التجارة الإلكترونية سيساعد على تغيير هيكل الشركات العربية من شركات تعاني من مشاكل إدارية ومالية إلى أخرى منضبطة ومتوازنة إدارياً ومالياً، كما أنها تكون حافزاً على إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسبات الآلية.

غير أن هذه الحسنات التي رصدت للتسويق الإلكتروني يقابلها مشكلات قد تترتب عليها وأبرزها المشاكل المالية المتمثلة بكيفية تحصيل الرسوم أو الضرائب على التبادل التجاري الإلكتروني إذ أن هذه الإشكالية قد تهدد أهم مصادر الإيرادات السيادية في معظم دول العالم ولا سيما الدول العربية والنامية بشكل عام والتي تعتمد بشكل أساسي على هذه الإيرادات الضريبية والجمركية وبعض المشكلات الأخرى كإلحاق الضرر بعدد من النشاطات التجارية التقليدية وظهور مشكلة العمالة والاستغناء عنها في بعض التخصصات وخصوصاً العمالة غير الفنية والغير مؤهلة وغيرها من الصعوبات.

المراجع:

بعض الكتب الإلكترونية ومواقع الإنترنت



تم بحمد الله وتوفيقه

