



بسم الله الرحمن الرحيم

محاضرة علمية بعنوان :

التجارة الإلكترونية

إعداد وتقديم : أ. نور هرشو

إشراف د. هانيبال يوسف حرب

قدمت هذه المحاضرة على التليغرام على أكاديمية : FG-Group Academy-Turkey

اليوم موضوعنا في مجال عالم و بحور الانترنت ، العالم الافتراضي و كثير منا يستخدمه دون علم و دراية بأهميته و خطورته ايضاً

مقدمة عن التجارة الالكترونية :

1- التجارة الالكترونية :

بعد التقدم الهائل في شتى مجالات الحياة التكنولوجية و ظهور ما يسمى بالعولمة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة و بعد ظهور ما يسمى بتكنولوجيا المعلومات والتي بدورها سهلت و ساعدت في انتشار التجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة و مختلف الوسائل التقنية لتنفيذ و إدارة النشاط التجاري .

2- التجارة الالكترونية :

و يقصد بالتجارة الالكترونية ممارسة النشاط التجاري عبر أنظمة الكمبيوتر والشبكات مثل الإنترنت و شبكة نظام اللوحات الإخبارية، فهي مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات من خلال أنظمة الكمبيوتر و شبكات الإنترنت .

3- التجارة الالكترونية :

ولا تقتصر التجارة الالكترونية على عمليات البيع بل تشمل أيضا عمليات الإعلان التجاري وتبادل البيانات إلكترونيا ، ويرتبط نمو التجارة الالكترونية بنمو تقنيات الحركات المالية لأن معظم أنشطة التجارة الالكترونية تتم عبر الإنترنت .

4- التجارة الالكترونية :

و بدأ هذا التطور التكنولوجي الهائل الذي ساعد التجارة الالكترونية على الظهور والانتشار وساعدت رجال الاعمال في شراء ما يحتاجون من السلع والخدمات وهم جالسون في بيوتهم دون تحمل أي نوع من أنواع التكاليف والجهد و تجنب مشقة السفر ، وعرض بضائعه أو خدماته من خلال الصفحات دون تحمل تكاليف زائدة .

5- التجارة الالكترونية :

أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه ، أو الوقوف في طابور طويل ، أو حتى استخدام النقود التقليدية ، وتتميز التجارة الالكترونية بأنها تستخدم مجموعة من المعايير الفنية في البنية التحتية للاتصالات .

6- أنواع التجارة الالكترونية :

1. تجارة بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى (Business - To - Business (B2B) :
ومثال هذا النوع هو قيام بعض الشركات الكبرى ببيع أجهزتها للشركات الأخرى من خلال نظام المشتريات والطلبات الالكترونية الخاص بها .. مثل شركة بيع شركة DELL .

2. تجارة بين شركة تجارية ومستهلك فردي (Business - To -Consumer (B2C) :
وهذا النوع هو الظاهر لنا كمستهلكين لأننا نتعامل معه بشكل يومي - تقريباً - ، وفيه يقوم صاحب العمل أو المنشأة بتقديم خدماتها / منتجاتها إلكترونياً للمستهلكين .. مثال : المثال الكلاسيكي في هذا الباب هو موقع أمازون .

3. تجارة بين متسهلك لـ تاجر : Consumer - To- Business (C2B) :

هذا النوع من التجارة الالكترونية ، يقدم صاحب العمل - أو المنشأة - طلب أو إعلان ويقوم المستهلكين بتوفير طلبات صاحب الطلب أو المناقصة .. مثال : مواقع العمل عن بعد والبحث عن محترفين للإجابة على الأسئلة أو لتأدية مهام معينة ، موقع oDesk يعد أحد أشهر المواقع في هذا المجال .

4. تجارة بين مستهلك ومستهلك Consumer - To - Consumer (C2C) :

كأن يقوم مستهلك ما ببيع سيارة مستعملة أو عقار أو أي سلعة أخرى إلى مستهلك آخر عبر الإنترنت .. ومن الأمثلة مثال : موقع Ebay الشهير للمزايدة على السلع التي يضيفها المستخدمين ، وموقع المبوبات الشهير Craigslist

5. الحكومة الالكترونية : e-government وفي هذا النوع تقوم الحكومة ممثلة بالوزارات والجهات الحكومية على مختلف تخصصاتها بتقديم خدمات أو معلومات للشعب (وهي ما يعرف بـ G2C حكومة لـ شعب) أو بتقديم خدماتها للتجار أو الشراء منهم (وهي ما يعرف بـ G2B حكومة لـ تاجر) .. مثال : للبوابة الوطنية للتعاملات الالكترونية في المملكة العربية السعودية .

6. التعليم الالكتروني : e-learning انتشر هذا العلم مؤخراً بشكل كبير ، ويقوم على الاستفادة من التقنية والإنترنت في التعليم والتدريب . نسمع كثيراً بالفصول الافتراضية بل حتى الجامعات الافتراضية ، كلها تدرج تحت نفس النطاق . يقوم الطالب في وضع التعليم الالكتروني بالدخول إلى موقع / صفحة / نظام ، يمكنه من خلالها التعلم بشكل - تفاعلي - أو الاطلاع على المحاضر عن بُعد بشكل مباشر أو مسجل .. مثال : نظام " جسور " والمطبق في عدد من الجامعات السعودية والصادر عن المركز الوطني للتعلم الالكتروني والتعليم عن بعد ، يعد تطبيقاً متكاملًا لأنظمة التعليم الالكتروني. و الجامعة الافتراضية السورية .

7. تجارة الكترونية غير ربحية: **No business EC** الكثير من الشركات غير الربحية مثل المؤسسات الاجتماعية تستعمل أنواع مختلفة من التجارة الالكترونية من أجل خفض تكاليف إدارة المؤسسة أو لتحسين إدارة المؤسسة وخدمة الزبائن .

- هل هناك أنواع أخرى للتجارة الالكترونية ؟

نعم ، ولكن ما تقدم ذكره هو أهم الأنواع وأكثرها انتشاراً . قد يحدث وأن تظهر أنواع أخرى جديدة من أنواع التجارة .

- فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين (الزبائن) :

- 1- تحقيق فرص العمل الحر والمشاريع الصغيرة للشباب .
- 2- سرعة الوصول إلى المعلومات: في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية وفي المقابل قد يستغرق الأمر أيام وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس .
- 3- عدم إغلاق أسواق الإنترنت: تفتح الأسواق الإلكترونية (E-Market) بشكل دائم طيلة اليوم ودون أي عطله .
- 4- توفير الوقت والجهد : لا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج للبيت ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية أو تحويل المبلغ من حساب الزبون إلى حساب المستفيد من خلال أحد البنوك المحلية .
- 5- حرية الاختيار : توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، وبالإضافة إلى ذلك ، فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة .

- 6- خفض الأسعار : وجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تباع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمتاجر التقليدية ، وذلك لأن التسوق على الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف المُنفقة في التسوق العادي ، ولأن المنافسة شديدة بين تجار شبكة الإنترنت، مما يصب في مصلحة الزبائن .
- 7- نيل رضا المستخدم : لأن المستخدم هو الذي قرر احتياجاته .
- 8- التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضية .
- 9- التجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية على الإنترنت (مثل المنتديات) .
- بعدما تعرفنا على الفائد التي يجنيها الزبائن من الانترنت .. فما هي براكم الفوائد التي ممكن ان تجنيها الشركات من التجارة الالكترونية ؟؟

- الفوائد التي تجنيها الشركات من التجارة الإلكترونية :

- تقدّم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر :
- تسويق أكثر فعالية ، وأرباح أكثر : إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع ، و إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن .
- تخفيض مصاريف الشركات : تُعدّ عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب .
- عملت على تخفيض تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الإلكترونية .
- مكنت التجارة الإلكترونية الشركات من تصنيع منتجاتها وفقاً لما يرغبه المشتري، الأمر الذي يجعل لتلك الشركة الأفضلية بين الشركات الأخرى .
- قللت التجارة الإلكترونية من الوقت الفاصل بين دفع المال والحصول على المنتجات والخدمات .

- فوائد التجارة الإلكترونية على المجتمع :

تسمح التجارة الإلكترونية من اتمام العمل من المنزل، وهذا ما يقلل الازدحام وخاصةً الازدحام المروري والتلوث الناجم عنه . من الممكن إيجاد بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ذات أسعار زهيدة .

الأمر الذي مكن ذوي الدخل المحدود من شرائها و مكنت هذه التجارة الناس القاطنين في دول العالم الثالث من الحصول على منتجات وبضائع لا تتوفر في بلدانهم .

- العوائق التي تواجه التجارة الإلكترونية في العالم العربي :

تقف عدة عقبات في وجه تطور التجارة الإلكترونية العربية والمحلية ومن أهمها :
قلة حضور البنوك العربية في صفحات الإنترنت وتخوف بعضها من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام .

نقص الوعي وغياب محاولات التوعية حول أهمية التجارة الإلكترونية للأفراد والمؤسسات التجارية معاً ، فقاعدة المستهلكين للتجارة الإلكترونية محدودة بالنسبة لإجمالي عدد السكان ، بالإضافة إلى ارتفاع مستوى الأمية بين السكان في الوطن العربي التي بلغت عام 2001 (38%) .
عدم تبني الحكومات العربية استراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات واعتمادها على العمل اليدوي والبيروقراطي .

تخلف البنية التحتية للاتصالات في الوطن العربي ، حيث مازالت هذه الدول تعاني من جملة مشكلات من حيث الثمن المرتفع نسبياً لموجات التردد وبطء الإنترنت في بعض الدول العربية .

يلعب العامل القانوني دوراً هاماً في وجه تطور التجارة الإلكترونية العربية، حيث هناك غياب للتشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم عمل التجارة الإلكترونية ، وبشكل أساسي المتعلقة بالتحويلات المصرفية أو الحماية أو منع الغش والتزوير والقتص والسرقات الإلكترونية .

تعاني شبكة الإنترنت من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة إلى عمليات الدفع الإلكتروني، حيث قد يستغل بعضهم رقم بطاقة ائتمان

المشتري أو قد يتم التعامل مع جهات غير موجودة في الواقع فقد لا يوجد مستهلك حقيقي أو شركة حقيقية .

على الرغم من أن شراء السلع عبر الإنترنت أرخص من الشراء من المتاجر ، إلا أن الإنسان بطبيعته مخلوق اجتماعي يرغب دائماً بالعيش ضمن مجتمع كبير ، فالمستهلك يشتري من المتجر التقليدي ويدفع أكثر من 20% من السعر على الشبكة ، والسبب في ذلك يعود إلى غريزته في مقابلة الآخرين ومعاينة السلعة مباشرة والدخول في مساومة مع البائع .

وجود تكلفة مرتفعة لاستخدام الإنترنت تشمل تكلفة الأعداد (Set-up) لإنشاء موقع وتكلفة الاستخدام (Usage) للخدمات التي تشمل رسماً مالياً متغيراً بفعل الاستخدام واشتراكاً شهرياً ثابتاً (رسم اتصال) وتكلفة الاتصال وإجراء المكالمات .

- ما هي أسباب فشل العرب في الوصول للعالمية في التجارة الإلكترونية؟؟

• ثقافة الشراء عن طريق الإنترنت :

أكد المهندس " خالد محمد خالد " رئيس نقابة التجارة الإلكترونية أن التسويق الإلكتروني في أحسن حالته لم يتجاوز 20% من سكان الوطن العربي، وأكد أن المشكلة تكمن في عدم دعم الحكومات العربية لهذا القطاع المهم والحيوي والذي يؤثر في العالم أجمع، وأضاف أن نقص التثقيف ناتج عن هذا السبب .

• حاجز اللغة :

إن لغة التجارة والتسويق الإلكترونية العالمية هي اللغة الإنجليزية، ومن أهم أسباب عدم وصول المدونة العربية للعالمية هي عدم احتوائها وتقبلها للفكرة على الرغم من سهولة الترجمة وفتح الصفحات والمدونات بلغتين أو أكثر .

• علامة التجارية :

من أهم إنجازات التسويق الإلكتروني هو إيصال المنتج المحلي إلى العالمية ، ولكن عقبة التسجيل والدعاية ليكون للمنتج قوة سلعية تنافس لم يحصل ، وهذا ضعف في عالمنا العربي لمفهوم التسويق، لذلك لا تجد علامات تجارية قوية في عالمنا العربي .

• المطاولة :

قد يستغرب البعض من هذه الكلمة لكن مفهوم إنشاء موقع للتسويق بقوة وضخامة ليستحق الوصول للعالمية يحتاج لنفس طويل وصبر وعمل دؤوب ، ويحتاج كذلك لخطط تسويقية ولرصد أموال وهذا ما يبتعد عنه المستثمر العربي لعدم إيمانه بالفكرة الناتج عن الجهل العام لمفهوم التسويق والتجارة الإلكترونية ؛ بالتالي يحرم نفسه من الاستثمار بسوق خام لا يحتوي على منافسة حقيقية والنجاح فيه مؤكد .

• مصارف الأون لاين :

إن ندرة وجود مصارف أون لاين عربية يساهم في تعقيد حركة البيع والشراء ويجعل الأمر يحتاج لوسيط غير عربي ؛ مما يجعل الأمر غير مريح للمستخدم وكذلك للمستثمر وهذا يعتبر من المشاكل المهمة ويمكن حلها لو أعطت الحكومات الضوء الأخضر للمستثمرين في هذا المجال وفق شروط معقولة .

• النصب سبق العلم :

مشكلة التسويق الإلكتروني في عالمنا العربي تكمن في جهل المستخدم ؛ مما شجع عمليات النصب التي اعتمدت على الجهل فأدى إلى وجود صورة ذهنية لدى المجتمع أن التسويق والتجارة الإلكترونية ما هي إلا عملية للنصب جديدة ، وهذا خلاف للواقع .

- الدول العربية الأكثر تسوقا عبر الإنترنت :

- 1- دولة الإمارات العربية المتحدة .
- 2- المملكة العربية السعودية .
- 3- جمهورية مصر العربية .
- 4- دولة الكويت .

- متطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الوطن العربي :

1. تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر كونها وسيلة فعالة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت ودون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة وبأقل النفقات .
2. توفير البنوك وتسهيل المعاملات التجارية .
3. تخفيض مصاريف الشركات : تعد عملية أعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية عبر الانترنت (Web) أقل كلفة من أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ، حيث توفر العديد من النفقات العامة والادارية .
4. تلبية احتياجات العملاء وتوفير الوقت والجهد، أن غالبية العملاء يفضلون إجراء معاملاتهم التجارية من منازلهم أو موقع عملهم، أي أنهم يفضلون الخدمة الذاتية من أي وقت ومن أي مكان وعبر أي وسيلة اتصال ودون الوقوف في طوابير لشراء منتج معني. وذلك اختصاراً " لوقتهم وجهدهم .
5. حرية الاختيار : توفر التجارة الالكترونية فرصه رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنت وتزود العملاء بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم ذلك بدون أي ضغوط من الباعة .
6. خفض الاسعار : حيث يوجد على شبكة الانترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أقل مقارنة بأسواق التجزئة أو المتاجر التقليدية لان التسوق على الانترنت يوفر العديد من النفقات العامة والإدارية ، حيث تصل نسبة الوفرة ما لا يقل عن 80% ، مما يصب في مصلحة الزبائن .
7. تدريب الكوادر التدريسية ؛ للارتقاء بمهاراتها المعلوماتية ، بحيث تسهم بإنجاح دخول الإنترنت والحواسيب داخل المؤسسات التعليمية والنوادي الشبابية .
8. تخفيض التعريفات الجمركية المفروضة على استيراد الحواسيب وتقنيات المعلوماتية المختلفة .
9. تبني سياسات لاجتذاب المستثمرين من خارج البلاد للمساهمة بمشاريع داخل البلد .

- سؤال كيف تشتري عبر الانترنت ؟

اغلبنا اليوم خاض تجربة الشراء عبر الانترنت و كانت هناك مخاوف من هذا التسوق و الشراء عبر الانترنت و إذا لم يسبق لك الشراء عبر شبكة الانترنت فإنه يمكنك إتباع النصائح التالية حين تتسوق عبر شبكة الانترنت :

- الخطوات و النصائح تساعدك على التسوق الآمن :

- 1- تجول قبل أن تشتري: الانترنت هو أروع سوق عالمية يمكنك فيها مقارنة الأسعار بدلاً من الخروج إلى الشارع والبحث في المحلات .
- 2- قرر الشراء من المواقع التي تحظى بسمعة طيبة أو تلك التي تعرفها، وحين تريد الشراء اقرأ بدقة شروط البيع خاصة شروط التوصيل وشروط الاسترجاع
- 3- استعمل دائماً موقع مؤمن (secure website) الذي يحافظ عادة على بيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية التي ستستعملها في الشراء، وستكون قادراً على تحديد ما إذا كان الموقع الذي تريد الشراء منه موقع مؤمن أم لا عندما ترى علامة قفل معدني صغير تظهر أمامك في أسفل الشاشة في الموقع الذي ستشتري منه ، ويبدأ الموقع المؤمن عادة بأحرف https: بدلاً من أحرف http: حيث يشير حرف (s) إلى موقع مؤمن (secure) ، ويعني الموقع المؤمن أن معلومات وبيانات وأرقام بطاقتك الائتمانية تم إخفائها قبل أن ترسل عبر الانترنت إلى موقع الشركة ولا يمكن لأحد الاطلاع عليها أو سرقة معلوماتها .
- 4- قبل إرسال معلوماتك إلى الموقع الذي ستشتري منه تأكد من صحة البيانات والأرقام الخاصة بقيمة مشترياتك وتفاصيل بطاقتك الائتمانية .
- 5- احتفظ بنسخة من أمر الشراء في كل مرة تشتري بها عبر الشبكة .
- 6- استعمل بطاقة ائتمانية واحدة فقط للشراء عبر الانترنت وخصصها لهذا الغرض حتى يسهل عليك اكتشاف أي محاولة لاستعمال بطاقتك، واحرص على أن يكون رصيد هذه البطاقة متماشياً مع قيمة مشترياتك عادة عبر الانترنت .

- الخاتمة :

و ختاماً نقول ان التجارة الالكترونية تاتي اليوم لتكون الحل و الخيار المتاح لكثير من التجار و أصحاب المشروعات الصغيرة ..

لتوفير التكلفة و المصروفات ، و الاعتماد على التقنية و البرامج الالكترونية لتوفير المنج و الخدمة بتكلفة اقل و في وقت اقصر و بجودة افضل .

برغم كل هذه المؤشرات التي تُبشّر بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية، إلا أنه من الصعب التنبؤ بما ستحمله إلينا هذه التجارة ، ولكن الشيء الوحيد المؤكّد بأن التجارة الإلكترونية وجدت لتبقى .