**المحاضرة الثانية :التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية**

**تمهيد**

لقد أدى ظهور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاعتماد عليها في شتى مناحي الحياة إلى زهور ما يسمى بالثورة الرقمية والاقتصاد الرقمي، وهو المصطلح الذي يشير إلى الاقتصاد الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية التي تتضمن شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات الأخرى. وقد أوجد الاقتصاد الرقمي مفاهيم جديدة مثل التجارة الالكترونية والإدارة الالكترونية والتسويق الرقمي وغيرها من المفاهيم المرتبطة، وجاء ظهور التجارة الالكترونية ليحدث ثورة في ثقافة الشراء والبيع فلم يعد هناك قيدا يجعلك مضطرا إلى السفر لمكان ما لعمل صفقة تجارية أو عقد اتفاق تجارى لبيع أو شراء منتج، ولم يعد هناك مشكلة في التوقيت فيمكن الشراء صباحا أو البيع مساءا، تلاشت كل تلك المفاهيم في ظل وجود سوق مفتوح أربعا وعشرون ساعة يوميا، ثلاثون يوما في الشهر، ثلاثمائة وخمسة وستون يوما في السنة، وفى تجدد مستمر وانتشار متزايد، وأصبح بالإمكان خلق سوق عالمي وليس محلى فقط وبالإمكان المنافسة فيها جميعا لاجتذاب أكبر عدد من المشترين وزيادة الأرباح، لنسب قد تصل إلى أرقام لم يكن بمقدور التجارة العادية تحقيقها مطلقا، لكن الأساس هنا توفير بعض المقومات الأساسية لتكون التجارة الالكترونية خاصتك قائمة على أساس سليم قوى يدعم تقدمها وانتشارها في ظل توالد ملايين المنافسين في هذه التجارة سنويا.

**أولا:مفهوم التجارة الالكترونية**

التجارة الإلكترونية واحدة من أشهر مصطلحات عصر تكنولوجيا المعلومات والمعرفة، ولها من التعريفات الكثير وتدور فكرتها حول بيع أو شراء أي شيء وفى أي وقت بغرض الاتجار والمنافسة في سوق محلى أو عالمي أو كليهما معا، كنشاط تجارى بحت من خلال موقع إلكتروني وحسابات بنكية بسيطة ولكن بلا قيود مكانية أو رمانية، وهذه فكرة عامة عن نشاطها مؤخرا فقد ظهرت آلاف المواقع الإلكترونية التي تعتبر كسوق تبادلات تجاريه وبيع وشراء منتجات وخدمات رقميه.

**1- المعني المبسط للتجارة الإلكترونية**

منذ ذلك الوقت الذي بدأت به فكرة التحويلات المالية البنكية الإلكترونية، نشأت فكرة مشابهه لاستغلال حركة النقد من وإلى الوسطاء وأصحاب الحسابات البنكية على الانترنت، لتكون النواة الأولى لنشأة علم التجارة الإلكترونية كعلم قائم بحد ذاته، فكرة التجارة ببساطة وبدون تعقيد في المصطلحات هي بيع وشراء وعرض ومشاركة ونشر وإعلان وإنتاج وتوزيع وترويج أي شيء بداية من مجرد الأفكار التي تدور بداخلك وحتى بيع منتج عملاق كالمصانع والآلات والأراضي والعقارات، كل ذلك يندرج تحت ستار التجارة ولكن عندما يتم هذا في إطار التواجد بالمنزل أو المكتب أو الشركة وفى أي زمان ومكان من خلال استخدام الكمبيوتر المتصل بالإنترنت، هكذا نحن نتحدث عن "التجارة الإلكترونية".

يتكون تعبير التجارة الإلكترونية من كلمة: التجـارة التي تُعبِّر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلـع والخدمات بين الحكومـات والمؤسسات والأفراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها، وكلمة الإلكترونيـة: وهو توصيف مجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية التي من بينها شبكة الإنترنت.

إن مصطلحالتجارة الالكترونية ( E-commerce ) مشتق من كلمتين انجليزيتين هما Electronic commerce، أما مصطلح ((I-commerce فهو مشتق من الكلمتين Internet commerce أي التجارة عبر الانترنت، وقد استخدم المصطلحان لمعنى واحد وهذا خطأ، ذلك أن التجارة عبر الانترنت هي جزء من التجارة الالكترونية، مثلا إذا قام أحد العملاء بتحرير طلبية توريد مواد معينة من خلال حاسبه الشخصي فسوف يتكون عن ذلك بصورة تلقائية فاتورة إلكترونية وقيد ذلك في دفتر الأستاذ، وهذا يعتبر شكل من أشكال التجارة الالكترونية، وعند إرسال هذه الفاتورة بواسطة البريد الالكتروني إلى المورد عبر الانترنت، هذا يعني تجارة إلكترونية وتجارة عبر الانترنت بآن واحد. لذلك فإن التجارة الالكترونية تمتد لأعمال أخرى تساعد الشركة على تنفيذ أعمالها التجارية مثل تنفيذ القيود والحسابات الالكترونية، وتنفيذ برامج التشغيل الصناعي بطريقة مؤتمتة.

لقد اجتهد المعنيون بهذا النشاط في ذكر عدد من التعريفات في دراسات وأدبيات موضوع التجارة الالكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام، يقوم على خدمة المتعاملين في نشاط التجارة الإلكترونية ومن بين هذه التعاريف ما يلي:

**1.1. التجارة الالكترونية** كما عرفتها منظمة التجارة العالمية "هي التجارة التي تشتمل على أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية والعمليات التجارية التي تشتمل عليها التجارة الالكترونية .

**2.1. التجارة الالكترونية** مفهوم يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت:

**3.1. التجارة الالكترونية** من منظور آخر هي عملية تبادل باستخدام نظام بث وتبادل البيانات إلكترونيا، والبريد الالكتروني، والنشرات الالكترونية، والفاكس، وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الالكترونية، فضلا عن كافة الوسائط الالكترونية المشابهة والمكملة والمطلوبة.

ونستطيع أن نضع تعريفات التجارة الالكترونية في أطر موضوعية وحياتية مختلفة تعكس وهات نظر متعددة منها على السبيل المثال لا الحصر :

**- من وجهة نظر التجارة** نفسها أو التبادل التجاري، يمكن أن نعرف التجارة الالكترونية بأنها توفير الإمكانات على شبكة الانترنت لبيع المنتجات والمعلومات وغيرها من الخدمات المباشرة وشرائها.

**- من وجهة نظر الاتصالات**، يمكن أن نعرف التجارة الالكترونية بأنها تعني: وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية، وكذلك الدفع والتسديد، باعتماد شبكات المعلومات المحوسبة والوسائل الالكترونية المناسبة الأخرى.

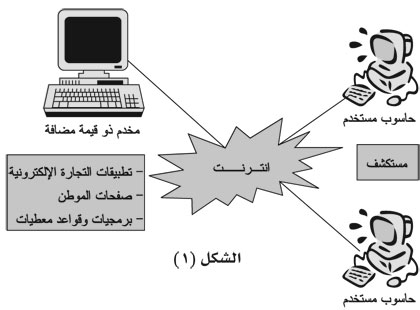
**- من وجهة نظر الأعمال** تعرف التجارة الالكترونية بأنها: إنجاز الأعمال وإكمالها إلكترونيا، عبر شبكات المعلومات الالكترونية ومن خلال تأمين المعلومات الخاصة بالعمليات المادية للأعمال.

**- ومن وجهة النظر المرتبطة بتحسين الخدمات** وتقليص النفقات، حيث تعني الأداة التي تحدد رغبة كل من الحكومات، والمنشآت، والزبائن، وإدارة المؤسسة في تخفيض التكاليف، وفي نفس الوقت الذي يتم فيه تحسين جودة الخدمات، وتسريع إيصالها إلى الزبائن.

**- ومن وجهة نظر المجتمع** فالتجارة الالكترونية تعني توفير الملتقى والمكان لأفراد المجتمع لأغراض التعامل، من جهة، والتعلم والتعاون من جهة أخرى.

**الشكل (1): البنية التحتية لتطبيقات التجارة الالكترونية على الانترنت**

تعتمد التجارة الإلكترونية على عرض



السلع التجارية والخدمات المختلفة

بوساطة برمجيات مرئية على شبكات

خاصة متاحة للاستخدام لفئة

معينة من الأشخاص بشكل عام، وتؤمن

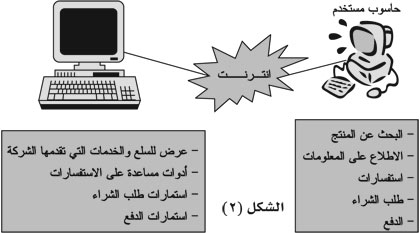
الشركات أو المؤسسات العارضة الأدوات

المساعدة على شراء السلع والاستفادة من

الخدمات المختلفة المتاحة.

يبين الشكل (1) البنية التحتية العامة لتطبيقات التجارة الإلكترونية على [الإنترنت](http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=15498&vid=17) التي تتضمن بشكل أساسي حاسوباً مخدّماً Server موصولاً إلى شبكة [الإنترنت](http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=15498&vid=17) ومجهزاً بتطبيقات التجارة الإلكترونية وعدداً من البرمجيات الأساسية وصفحات الموطن اللازمة لعرض الخدمات والسلع.

**الشكل (2) المراحل التقليدية لاستخدام تطبيق التجارة الإلكترونية**



يبين الشكل أن المستخدم يبدأ بالولوج

إلى موقع التجارة الإلكترونية لشركة ما،

ومن ثم يقوم باستعراض المنتجات والخدمات

المختلفة للشركة. يقوم بعد ذلك بالاطلاع

على معلومات تفصيلية عن المنتج وقد يحتاج

لبعض الاستفسارات التي يوجهها إلى الشركة

وبعد تلقيه جواباً قد يقررشراء بعض المنتجات

من الشركة فيقوم بإرسال طلب شراء إليها

ويحدد طريقة دفعه لثمن المنتجات.

**2- الفرق ما بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية والأعمال الالكترونية:**

هناك عدة أشكال للتجارة الالكترونية اعتمادا على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل، فأي سلعة إما أن تكون ملموسة أو رقمية، وأي وكيل إما أن يكون ملموس أو رقمي 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:

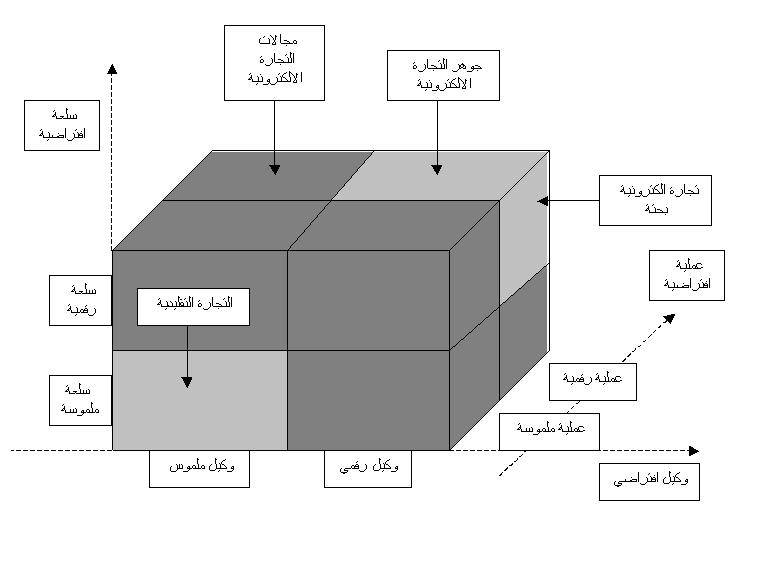
أ. تجارة تقليدية بحتة

ب. تجارة الكترونية بحتة

ج. تجارة الكترونية جزئية.

فعندما يكون الوكيل ملموسا، والسلعة ملموسة والعملية ملموسة، فإن نوع التجارة سيكون التجارة التقليدية البحتة. وعندما يكون الوكيل رقميا والسلعة رقمية والعملية رقمية، فإن نوع التجارة سيكون التجارة الالكترونية البحتة. وإذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية. ونطلق على هذا المزيج: التجارة الالكترونية الجزئية. مثلا، إذا اشتريت كتابا من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية الجزئية لأن الشركة سترسل لك الكتاب على البريد. ولكن إذا اشتريت برمجيات من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية البحتة لأن الشركة سترسل لك البرمجيات عن طريق الانترنت أو الإيميل (e-mail).

**الشكل (3): الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة الالكترونية**



أيضا فهناك من يستخدم مصطلحي التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية للإشارة إلى نفس المفهوم، وهو خطأ شائع لا يراعى الفرق بينهما، حيث أن المفهومين يرتبطان بظاهرتين مختلفتين، إذ يستخدم مفهوم الأعمال الالكترونية للإشارة بشكل أساسي إلى التعاملات والأنشطة الالكترونية التي تنجز داخل المنظمة والتي تستلزم اعتماد تطبيقات نظم المعلومات الخاصة بالمنظمة، ومن ثم فإن الأعمال الالكترونية لا تشتمل على المعاملات التجارية التي تحقق تبادل القيمة عبر حدود المنظمة. على سبيل المثال فإن آليات الرقابة الداخلية الفورية على المخزون تمثل جزء من الأعمال الالكترونية، ولكن مثل هذا النشاط الداخلي لا يسهم مباشرة في تحقيق العائدات للمنظمة من الأعمال الخارجية، كما هو الحال بالنسبة للأنشطة التي تنجز في إطار التجارة الالكترونية. فالأعمال الالكترونية ترتكز على فكرة أتمتة الأداء بين إطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية داخل المنظمة.

**ثانيا: تطور التجارة الإلكترونية**

بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموالElectronic fund Transfers**.** ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة. وبعدها أتى التبادل الالكتروني للبياناتEDI والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدماتية وأخرى.

تطبيقات أخرى ظهرت أيضا من مثل بيع وشراء الأسهم تذاكر السفر على الانترنت وعلى شبكات خاصة. مثل هذه الأنظمة كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وقيمها الإستراتيجية كانت معلومة وظاهرة للعيان. ومع جعل الانترنت مادة مالية وربحية في التسعينات من القرن الماضي وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر فإن مصطلح "التجارة الالكترونية" خرج للنور ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية بصورة كبيرة أحد الأسباب التي أدت إلى النمو الكبير في عدد تطبيقات التجارة الالكترونية هو بسبب تطوير الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات. وسبب آخر لهذه الزيادة هو نتيجة لازدياد حدة المنافسة مابين الشركات. ومن عام 1995إلى عام 1999 شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تتمثل في الإعلانات على النت والمزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي. لدرجة أنه كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشئت لها موقع على شبكة الانترنت. والكثير منها لديها مواقع مليئة بالمعلومات. مثلا في عام 1999 أنشئت شركة جينيرال موتورزGeneral Motors أكثر من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها [http://www.gm.com](http://www.gm.com/) وتحوي على 98000 وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها ووكلائها.

لقد مرَّت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية - إلى أنْ وصلتْ إلى هذا الحد من التعامل – بثلاث مراحل أساسية، بدأت منذ بَدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسَّسات والمنشآت الاقتصادية:

**المرحلة الأولى**: وتُعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين Supply Chain، أي بين الشركة الأم، والفروع التابعة لها.

**المرحلة الثانية**: فقد بدأتْ بالتبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين Data Inter change Electronic، وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة Networks Value Added.

**المرحلة الثالثة**: وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق، وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت Electronic Commerce، وتُعتبر المرحلة الراهنة من التعامل.

في هذه المرحلة بُدِئ في استخدام نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI، حيث حقَّقتْ مزايا كثيرة ومتنوعة للشركات والمؤسَّسات الاقتصادية على مختلف أنواعها.

فالتجارة الالكترونية لم تظهر مرة واحدة وبشكل واحد، وتطورها سيكون مختلف حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة، لكن يوجد مع ذلك العديد من العوامل المشتركة الدافعة إلى التجارة الالكترونية والمتجاوزة لحدود المؤسسات والقطاعات وهذه العوامل هي:

**1. تسيير المعاملات التجارية**

تسمح التجارة الالكترونية بدمج وتألية (بطريقة إلكترونية) جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع والمشتري، في حالة معاملة تجارية غير إلكترونية مثلا، وهذه المراحل يمكن أن تتمثل في تخزين المنتجات وتقييم خصائصها، مقارنة الأسعار والتفاوض في حدودها، الفوترة، التسديد وتحديد طرق التسليم. أكثر من هذا، العديد من هذه المراحل تقتضي تدخل عدة أشكال من الوساطة. كل مرحلة من هذه المعاملة تحوي تبادل للمعلومات المرتبطة بعنصر التكاليف المرشح للارتفاع بدلالة الزمن والمسافة.

**2. الفعالية التجارية**

تمكن التجارة الالكترونية من إنتاج معلومات حول المعاملات يمكن حجزها وحفظها بطريقة تمكن من معالجة متطورة وتوزيع سريع لها، هذه الأخيرة التي يمكن أن تستعمل فيما بعد في تقييم خصائص السوق، زيادة على ذلك في تخطيط وتطوير التغييات الموجهة لزيادة خاصية الملاءمة، المرونة، الفعالية والمسؤولية في الإجراءات التجارية.

**3. تطوير أسواق جديدة**

إن التجارة الالكترونية لم تأت فقط كأداة تألية بسيطة، ولكن بالعديد من الفوائد خاصة فيما يتعلق بإيجاد منافذ وأسواق تجارية، فقد أدركت المؤسسات وفهمت كيفية تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إجراءاتها التجارية من أجل تموقع استراتيجي لائق في هذه المنافذ الجديدة، من الواضح أنه في ظل العدد المتنامي للقطاعات التجارية الإلكترونية وسيلة تجارية قياسية بأهداف تعدو بأن تكون من الآن فصاعدا وسيلة للتخطيط الاستراتيجي وتقليل التكاليف. والدافع الأكثر أهمية هو تطوير أسواق جديدة، الشيء الذي يتطلب توسيع أقسام عملية جديدة للسوق والبنى التحتية الموجودة حاليا للتجارة الالكترونية.

**ثالثا: خصائص التجارة الالكترونية**

يجمع الكتاب والمحللون أن التجارة الالكترونية توصف بعدد من الصفات والخصائص العامة والفريدة، يمكن الإشارة إليها في التالي :

1. لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم الكترونيا ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الالكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.

2. من الممكن التعامل، من خلال تطبيق التجارة الالكترونية، مع أكثر من طرف واحد، وفي نفس الوقت. وبذلك يتمكن كل طرف من إرسال الرسائل الالكترونية لعدد كبير جدا من المستقبلين في نفس الوقت، ولن تكون هناك حاجة لإرسالها ثانية.

3. يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الالكترونية، بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.

4. عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى، وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الالكترونية.

أما بالنسبة للخصائص الأكثر أهمية والتي هي خصائص فريدة، فنوجزها في التالي:

1. أنها متاحة في كل مكان من جهة، ومتاحة في كل الأوقات من جهة أخرى، فلا يشترط أن يكون هنالك مكان مادي محدد لكي يذهب إليه الزبون، ويمكن للزبون التسوق من منزله أو مكتبه أو سيارته عبر حاسوبه الشخصي أو الهاتف النقال.

2. تتيح تكنولوجيا التجارة الالكترونية تجاوز الحدود الجغرافية، أي أن تصل إلى أي مكان، في العالم الواسع، إذا تطلب الأمر وبطريقة عملية وفاعلة. حيث نلاحظ نموا سريعا في أعداد الزبائن الذين هم على خط الاتصال المباشر مع المواقع المختلفة.

3. تتصف التجارة الالكترونية بأنها مشتركة بين جميع دول العالم، أي أنها ذات معايير عالمية، وبشكل أسهم في تقليص تكاليف الدخول إلى الأسواق. حيث أنه إذا ما رجعنا إلى أسلوب التجارة التقليدية فإنه ينبغي على التاجر دفع رسوم وتكاليف عند جلبه للبضائع والمنتجات، مما يزيد في أسعار البيع بالنسبة للمستهلك.

4. أصبح بالإمكان زيادة عدد الزبائن الذين يمكن الوصول إليهم، وتقديم الخدمات والمعلومات اللازمة للأعداد الكبيرة منهم.

5. إن تكنولوجيا التجارة الالكترونية هي تكنولوجيا تفاعلية. حيث إنها تسمح بالاتصال في اتجاهين، بين التاجر من جهة، والزبون من الجهة الأخرى.

6. أسهمت تطبيقات التجارة الالكترونية في تقليص تكاليف جمع البيانات ومعالجتها، وكذلك في تخزين المعلومات وتوصيلها. وعلى هذا الأساس فقد جعلت المعلومات أكثر فائدة، وزادت من أهميتها مقارنتها بالسابق. ومن هذا المنطلق أصبحت المعلومات أكثر وفرة وغزارة، وأقل كلفة وأعلى جودة.

**رابعا:** **أشكال التجارة الالكترونية وفوائدها وعيوبها**

**1- أشكال التجارة الالكترونية:** يمكن التمييز بين ستة أشكال رئيسية للتجارة الإلكترونية:

1.1- التجارة بين المنتجين والمستهلكين B2C: Business to consumers وهي تتمثل في تجارة قطاع الأعمال مع المستهلكين وبصفة خاصة التعاملات من خلال بيع التجزئة.

2.1- التجارة بين الشركات وبعضها البعض B2B: Business to business وهي تتمثل في عمليات البيع والشراء التي تتم بين الشركات بعضهم البعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3.1- التجارة بين قطاع الأعمال والحكومة B2G: Business to government وتشمل عمليات البيع والشراء التي تتم بين الشركات والوحدات الحكومية المركزية والمحلية.

4.1- التجارة بين المستهلكين والحكومة C2G: Consumers to government وتشمل عمليات البيع والشراء التي تتم بين الجمهور والحكومة خاصة في مجال خدمات عناصر الإنتاج المملوكة للقطاع العائلي أو قيام القطاع العائلي بشراء الخدمات الحكومية عبر الإنترنت مثل استخراج رخصة السيارة الكترونيا.

5.1- التجارة بين المستهلكين والمستهلكين C2C: Consumers to consumers وتشمل عمليات التبادل السلعي والخدمي التي تتم بين جموع المستهلكين مثل خدمات العمل وتأجير بعض الأصول الثابتة داخل القطاع العائلي، وكذلك شراء وبيع السلع الاستهلاكية الجارية والمعمرة المستعملة. مع ملاحظة أن تتم هذه المعاملات باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية.

6.1- التجارة بين المستهلكين والشركات C2B: Consumers to business وتتمثل في مبيعات المستهلكين من خدمات إنتاجية للشركات. ومما سبق يمكن القول أن عمليات التبادل السلعي والخدمي في التجارة الإلكترونية تتم من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في تنفيذ هذه العمليات التجارية بين الشركات وبعضها البعض أو بين هذه الشركات والمستهلكين أو بين الشركات والحكومة أو بين المستهلكين والحكومة.

**2- فوائد التجارة الإلكترونية**

يمكن دراسة هذه الفوائد للتجارة الالكترونية على المنظمات وعلى المستهلك وعلى المجتمع كما يلي:

1.2- **فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسَّسات:** تقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا للمؤسسات والتي يمكن ذكر بعضها كالتالي:

1.1.2- تسويق أكثر فعالية، وأرباح أكثر: إن اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة، مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.

2.1.2- تخفيض مصاريف الشركات: تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب. ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن. ولا تبدو هناك حاجة في الشركة لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية، إذ توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في الشركة وأسماء الزبائن، ويتيح لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.

3.1.2- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: تطوي التجارة الالكترونية المسافات وتعبر الحدود، مما يزفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء. وتوفر التجارة الالكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى (أي الموردين)، فيما يدعى التجارة الالكترونية من الشركات إلى الشركات.

4.1.2- توفير الوقت والجهد: تفتح الأسواق الالكترونية (e-market) بشكل دائم طيلة اليوم ودون أي عطلة، ولايحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت. ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة إلى البطاقات الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الالكترونية.

5.1.2- حرية الاختيار: توفر التجارة الالكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنت، وبالإضافة إلى ذلك، فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، ويتم ذلك بدون أي ضغط من الباعة.

6.1.2- خفض الأسعار: يوجد على الانترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لأن التسوق على الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن.

7.1.2- نيل رضا المستخدم**:** توفر الانترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الالكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم. وقد استطاعت الشركات الالكترونية توسيع علاقاتها مع المستهلك لأنها استطاعت الوصول إليه في كل مكان والوصول لرغباته وردة فعله اتجاه منتجاتها والتعديل عليها بناء على هذه الرغبات.

8.1.2- الوصول إلى العالمية: التجارة الإلكترونية توسِّع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالَمي، فمع القليل من التكاليف فإنَّ بوسع أيِّ شركة إيجاد مستهلكين أكثر، ومزودين أفضل، وشُركاء أكثر ملائمة، وبصورة سريعة وسهلة.

إلى جانب ذلك فإن التجارة الالكترونية تسمح بخَفْض المخزونات، عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التزويد، ففي نظام السحب تبدأ العملية بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك، وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب Just-in-Time.، كما تسمحُ بتصنيع المنتج أو الخدمة وَفْقًا لمتطلبات المشتري، وهذا يُعطي الشركة أفضليَّة تجارية على منافسيها. وكذا تخفض المدة الزمنيَّة التي بين دفْع الأموال والحصول على المنتجات والْخِدْمات. مثلما تُسبِّب إعادة هندسة العمليَّات التجاريَّة، ومن خلال هذا التغيير، فإنَّ إنتاجية الباعة والموظَّفين والإداريين تَقفز إلى أكثر من 100%..

 2.2- **فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين**

توفر التجارة الالكترونية للمستهلكين :

1.2.2- تُعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوَّق أو ينهي معاملاته - 24 ساعة - يوميًّا، وفي أي يومٍ من السَّنة، ومن أي مكان.

2.2.2- تقدِّم الكثير من الخيارات للمستهلك؛ بسبب قابليَّة الوصول إلى منتجات وشركات لَم تكنْ متوفرة بالقُرب منه.

3.2.2.- في الكثير من الأحيان، فإنَّ التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق؛ لأن البائع يستطيع أن يتسوَّق في الكثير من المواقع على الإنترنت، ومقارنة بضائع كلِّ شركة مع أخرى بسهولة؛ ولذلك في آخر الأمر سيقدر أنْ يحصل على أفضل عرضٍ، في حين أنَّ الأمر أصعبُ إذا استلزم الأمرُ زيارة كلِّ موقع جغرافي مختلف، فقط من أجْل مقارنة بضائع كلِّ شركة بأخرى.

4.2.2- وفي بعض الحالات، وخصوصًا مع المنتجات الرقميَّة، مثل: الكتاب الإلكتروني، فإنَّ التجارة الإلكترونيَّة تُمَكِّن المشتري من إرسال البضاعة بسرعة وبسهولة إلى البائع.

5.2.2- في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوانٍ أو دقائق، عن طريق التجارة الإلكترونيَّة، وفي المقابل قد يستغرق الأمرُ أيَّامًا وأسابيعَ؛ من أجْل الحصول على ردٍّ – في حالة الموقعٍ الملموس.

6.2.2- التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضيَّة.

7.2.2- التجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادُل الْخِبرات والآراء بخصوص المنتجات والْخِدْمات عبر مجتمعات إلكترونيَّة على الإنترنت "المنتديات مثلاً".

8.2.2- التجارة الإلكترونية تشجِّع المنافسة؛ مما يَعني خفْض الأسعار.

 3.2- **فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع**

وتتمثل هذه الفوائد في:

1.3.2- التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعملَ في منزله، وتقلل الوقت المتاح للتسوق؛ مما يعني ازدحامًا مروريا أقل في الشوارع، وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

2.3.2- التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تُباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد - أصحاب الدخول المادية غير المرتفعة - شراء هذه البضائع، مما يعني رفْعًا في مستوى المعيشة للمجتمع كلِّه.

 3.3.2- التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالَم الثالث أن يَمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصليَّة، ويستطيعوا أيضًا الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.

4.3.2- التجارة الإلكترونية تُيسر توزيع الخدمات العامة، مثل: الصحة والتعليم، والخدمات الاجتماعية بسعر منخفضٍ وبكفاء.

**3- عيوب التجارة الالكترونية**

من العيوب التي تؤخذ على التجارة الالكترونية، نذكر ما يلي:

1.3. عدم الموثوقية وخاصة في ما بين الأطراف غير المعروفة بالنسبة لبعضهم البعض، والتي لاتتمتع بالشهرة التجارية الكافية.

2.3. ليست في مأمن من اللصوصية والتطفل في الشبكات العالمية والذي يحصل في مثل هذه المواقع من أجل سرقة المعلومات والوصول للأرقام السرية للحسابات وبطاقات الائتمان.

3.3. وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة ومتعددة الجنسيات على أعمال وتجارة الشركات والأفراد تحت ذريعة الأسباب الأمنية يتم الحصول على أسرار الصفقات التجارية وتمريرها للعملاء المنافسين.

4.3. عملية النصب والاحتيال التي يتم مزاولتها تحت أسماء معروفة، وذلك بقصد الابتزاز والحصول على المال من أقصر الطرق.

5.3. عدم وجود الأنظمة والقوانين الملزمة لكافة الدول في العالم، واختلاف الأنظمة والقوانين الدولية في القبول أو عدم القبول في المعاملات التي تجري في شبكات الاتصال الالكترونية.

6.3. عدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصالات والمعلومات في جميع الدول مما يجعلها مقتصرة وحكرا لبعض الدول في العالم دون غيرها.

7.3. تحتاج إلى الكادر الفني والتقني المتخصص الذي يقوم على إدارتها، مما يحملها أعباء إضافية.

8.3. تحتاج إلى مستوى عال من المخاطرة، لذلك لغاية اليوم لم تستحوذ على الرساميل الكبيرة.

على الرغم من كل هذه العيوب التي تؤخذ على التجارة الالكترونية إلا أن العالم شهد اليوم تطورا كبيرا وملحوظا في تخطي هذا، وهناك زيادة فعلية وواضحة في حجم التجارة الالكترونية بصورة تفوق الخيال والتوقعات لكل الشركات المتخصصة في مثل هذا المجال من الدراسات والتحاليل وإعداد التنبؤات، الأمر الذي أدى إلى حدوث تفاوت كبير بين الأرقام الصادرة من المراكز البحثية المختلفة عن نفس الفترة الزمنية وللمنطقة نفسها تحت الدراسة. هذا الأمر أحدث إرباكا في عمل هذه المراكز المتخصصة، والتي أصبحت في الوقت الراهن تصدر عدة نشرات أو تقارير للتنبؤات بشكل دوري، والمتابع لهذه الدوريات يلحظ الاختلاف الكبير في أرقام هذه الإصدارات المتتالية.

**خامسا: طرق الدفع في التجارة الالكترونية**

**1- الدفع باستخدام البطاقات البنكية**

ظهرت هذه البطاقات مع تطور شكل ونوعية النقود وتتمثل في البطاقات البلاستيكية التي تحوي شريط ممغنط والتي تستخدم من خلال آلات الصراف الآلي ATM أو من خلال قارئ بطاقات موجود لدى العميل موصول بالحاسب الذي يتصل بدوره بالبنك من خلال برمجيات خاصة ساهمت هذه المنظومة من تحسين جودة الخدمة المصرفية وتوافرها على مدى 24/7

أنواع هذه البطاقات:

1.1- بطاقات الدفع أو البطاقة المدينة Debit card

هي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له ولا يمكن تجاوزها.

2.1- بطاقات الائتمان Credit Cards

هي البطاقات التي تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة .ويتم استخدامها كأداة وفاء وائتمان لأنها تتيح لحاملها فرصة الحصول على السلع والخدمات مع دفع آجل لقيمتها ويتم حساب فائدة معينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في نهاية كل شهر لأنها تعتبر اقراضا مقدما من المصارف

3.1- بطاقات الشحن Charge Card

هي البطاقات التي تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة.وتعتبر كقرض قصير الأجل مدته شهر يمكنك الصرف منه عن طريق البطاقة مع تعهدك بدفع ما يترتب عليك(ماقمت بصرفه عن طريق البطاقة) عند آخر كل شهر.

**2- النقود الالكترونية**

تمثل صورة متطورة من النقود والتي يترتب عليها استخدام الطرق الالكترونية الحديثة وهي تقوم على فكرة قيام البنك بتحويل جزء من حساب أحد عملائه الى عملات الكترونية ذات أرقام وعلامات خاصة وبوحدات عملة صغيرة ويتم تحميلها بعد تشفيرها على الحاسب الخاص بالعميل من خلال برمجيات حيث تكون متاحة للخصم منها وتحويلها للبائع سدادا لثمن المشتريات.

**3- الشيك الالكتروني**

تقوم فكرة هذه الشيكات على أساسيات الشيك الورقي حيث يكون هناك شيك تم توقيعه وتحريره من قبل مصدره لصالح طرف آخر مستفيد ويتم تحصيل الشيك وتحويل مبلغه عن طريق بنك وسيط من حساب مصدر الشيك الى حساب المستفيد لذلك فان كل من البائع والمشتري يقوم بفتح حساب جاري له في نفس البنك ويحدد كل منهما توقيعا الكترونيا مشفراً يودعه لى هذا البنك.

**4- نظام التحويلات المالية الالكترونية**

يعتبر جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الالكترونية التي تعمل عبر الانترنت ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية آمنة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات. ويمتاز هذا النظام في حال تطبيقه بطريقة صحيحة بدرجة عالية من الأمن وسهولة الاستخدام هذا ويقصد بنظام التحويلات المالية الالكترونية عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة الكترونيا من حساب بنكي الى حساب بنكي آخر أي أن عملية التحويل تتم الكترونيا. وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية Automated Clearing House (ACH) وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الالكترونية.