

التجارة الإلكترونية: (بالإنجليزية: e-commerce) مصطلح جديد في عالم الاقتصاد ظهر مع انتشار الإنترنت في بداية التسعينيات من القرن العشرين، إلا أن بعض الباحثين أشاروا إلى وجودها من السبعينيات في القرن الماضي من خلال أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونية بين الشركات الصناعية (Electronic Data Interchange – EDI). تعريف التجارة الإلكترونية لا يوجد تعريف يمكن القول عنه على أنه تعريف متفق عليه دولياً للتجارة الإلكترونية، ولكن اجتهد المعنيون في هذا الشأن في إدراج العديد من التعريفات حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، ومنها: • منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات أي عمليات البيع والشراء • إنتاج، وترويج، وبيع، وتوزيع المنتجات بواسطة شبكة اتصالات • عمليات تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات إلكترونياً (بالإنجليزية: Electronic Data Interchange) والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية (بالإنجليزية: Electronic Funds Transfer) وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة ويمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعريفات سالفة الذكر على النحو التالي: التجارة الإلكترونية هي «تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى»، • سداد الالتزامات المالية ودفعها • إبرام العقود وعقد الصفقات • التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع • علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع • المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات • الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات • تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) بما في ذلك: • التعاملات المصرفية • الفواتير الإلكترونية • الاستعلام عن السلع • كتالوجات الأسعار • المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء تخصصاتها تتقاطع التجارة الإلكترونية مع العديد من التخصصات مثل المحاسبة، قانون الأعمال، علوم الحاسوب، سلوك المستهلك، الاقتصاد، الهندسة، المالية، إدارة الموارد البشرية، إدارة نظم المعلومات، التسويق، والروبوتات والعلوم الإحصائية. مصطلحات في التجارة الإلكترونية الأعمال الإلكترونية (E-business) التعريف الأوسع للتجارة الإلكترونية يشمل خدمة العملاء والتعاون مع الشركاء التجاريين وإجراء المعاملات الإلكترونية داخل المنظمة بالإضافة إلى عملية تبادل أو بيع أو شراء المنتجات والخدمات والمعلومات. السوق الإلكتروني (E-marketplace) هو عبارة عن سوق يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل السلع، الشبكة الداخلية (Intranet) شبكة محلية داخل شركة أو حكومة تستخدم أدوات الإنترنت مثل: المتصفحات وبروتوكول الإنترنت. الشبكة الخارجية (Extra Net) هي شبكة تستخدم الإنترنت لربط مجموعة من الشبكات الداخلية. الحوسبة الاجتماعية (Social Computing) هي عبارة عن نظام محوسب يتضمن التفاعلات والسلوكيات الاجتماعية وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات مثل المدونات والويكي والشبكات الاجتماعية وغيرها. وهي تركز على تحسين التعاون والتفاعل بين الأشخاص. أما عن دورها في التجارة الإلكترونية فهي تسمح للأشخاص بالعمل سوياً والتواصل مع الخبراء ومعرفة المنتجات الموصى بها من قبل أصدقائهم. الشبكات الاجتماعية (Social Network) فئة من تطبيقات الإنترنت التي تساعد في تواصل الأصدقاء أو شركاء الأعمال أو الأفراد الذين تجمعهم اهتمامات معينة عن طريق تقديم خدمات مجانية مثل عرض الصور، التجارة الاجتماعية (Social Commerce) هي عبارة عن نشاطات التجارة الإلكترونية التي تتم من خلال الشبكات الاجتماعية أو البرامج الاجتماعية مثل: تطبيقات الويب 2. العالم الافتراضي (Virtual Reality) محاكاة حاسوبية ثلاثية الأبعاد، طبيعة العملية التجارية عملية تبادل السلع أو الخدمات أو المعلومات وإيصالها بشكل ملموس. التجارة الإلكترونية عملية تبادل السلع أو الخدمات أو المعلومات وإيصالها بشكل إلكتروني. تجارة إلكترونية جزئية مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، بحيث يكون جزء من العملية التجارية إلكتروني والجزء الآخر ملموس. العلاقة التجارية بين المشتركين من شركة إلى شركة تتمثل في التبادل التجاري القائم بين شركة وأخرى، مثل شركة تصنيع تشتري مواد خام من شركة أخرى. مثلاً شركة تصنيع مواد التنظيف تحتاج إلى مواد كيميائية لتصنيع منتجاتها، هذه المواد الكيميائية تنتجها شركة أخرى فتقوم بشراؤها منها. من شركة إلى مستهلك تتمثل في التبادل التجاري القائم بين الشركات من جهة والمستهلكين الأفراد من جهة أخرى، مثل شركة ديل تباع المنتجات التي تصنعها مباشرة إلى المستهلك دون وجود وسيط. مثل عملية التبادل التجاري بين شركة ديل والزبون بشكل مباشر. تتمثل في التبادل التجاري من شركة إلى شركة أخرى ومن ثم إلى المستهلكين الأفراد. تقوم ببيع الشوكولاتة لشركة أخرى ثم تقوم الشركة ببيع الشوكولاتة لموظفيها. Godiva مثلاً شركة مثال آخر شركة تصنيع الأجهزة الكهربائية تباع الأجهزة إلى بائعين التجزئة، ثم بائعين التجزئة يقومون ببيعها للمستهلكين

بشكل مباشر. من مستهلك إلى شركة تتمثل في التبادل التجاري من المستهلكين الأفراد إلى الشركات. من قسم إلى قسم داخل الشركة تتمثل في جميع الأنشطة والمعلومات الداخلية للشركة التي تنطوي على تبادل السلع أو الخدمات أو المعلومات بين مختلف الأقسام والأفراد داخل الشركة. كل وحدة تقوم بتصنيع تقنية معينة وتقوم ببيعها لوحدة أخرى داخل الشركة. من الشركة إلى موظفيها (B2E) تتمثل في توفير الشركة للسلع أو الخدمات أو المعلومات إلى موظفيها الأفراد. مثل أن تباع شركة منتج معين أو خدمة لموظفيها بسعر مميز والعائد من الأرباح يوضح في حساب الشركة. من مستهلك إلى مستهلك (C2C) تتمثل في التبادل التجاري من مستهلك إلى مستهلك بشكل مباشر. مثل عملية التبادل التجاري بين شخص يمتلك آلة موسيقية ويريد بيعها وشخص آخر يود شراءها. التجارة التعاونية (C-Commerce) تتمثل في الأشخاص أو المجموعات التي تتواصل أو تتعاون بشكل إلكتروني. مثل شركتين أو أكثر تتعاون بشكل إلكتروني لتصميم وإنتاج منتج معين. من الحكومة إلى مواطنيها أو إلى الشركات (E-Government) مثل تقديم طلب منحة لوزارة التربية والتعليم عبر موقع الوزارة الإلكتروني. العوامل التي أدت إلى انتشار التجارة الإلكترونية ثورة جوجل خلال السنوات الأولى من ظهور التجارة الإلكترونية كانت تتأثر بالعديد من الشركات مثل أمازون، آي باي وياهو، ولكن بعد عام 2001 أصبحت التجارة الإلكترونية تتأثر بدرجة كبيرة جداً بشركة جوجل وذلك بسبب ظهور ما يسمى بإعلانات جوجل، التي شكلت طفرة كبيرة في حياة جوجل، فقد سهلت على المستخدمين الإعلان والتسويق لمنتجاتهم باستخدام إعلانات جوجل. جوجل لم يعد محرك بحث فحسب فهناك العديد من الخدمات الأخرى التي يقدمها كخرائط جوجل، [3] ليس جوجل فقط من أحدث ثورة، ويب2: هو الجيل الثاني من الخدمات المتعلقة بالإنترنت وهو عبارة عن شبكة اجتماعية تعتمد بشكل كبير على المستخدمين في إضافة المحتوى أو التعديل عليه من خلال تغيير أو حذف في المعلومات. تطبيقات الويب2: الويكي (Wiki) هو موقع ويب يتيح لعدة مستخدمين عبر الإنترنت التعاون في إضافة أو حذف أو تحرير المحتوى، كما يتيح الربط بين أي عدد من الصفحات ويستخدم الويكي لتسهيل الكتابة المشتركة للوثائق مع حد أدنى من القيود. وتعد الويكي إحدى البرمجيات الاجتماعية التي انتشرت بسرعة، وكان لها أثر في طريق تبادل المعرفة ومشاركتها عبر الشبكات. ويعتبر موقع موسوعة الويكيبيديا الحرة المفتوحة متعددة اللغات أشهر تطبيقات برنامج الويكي. المدونات (Blogs) عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ويكون لكل تدوينة عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة حيث يمكن للمستخدم الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعد متاحة في الصفحة الأولى للمدونة. وقد يتضمن المحتوى روابط تشعبية وعناصر وسائط متعددة وقد يتضمن معلومات شخصية أو مهنية أو أكاديمية وتسمح معظم تطبيقات المدونة بأرشفة المحتوى والقدرة على البحث بين المقالات وإتاحة الفرصة للقراء لإبداء التعليقات ومن المقدم من طرف جوجل Blogger أشهر المواقع موقع التدوين السريع (Micro-blog) أو ما يعرف بالتدوين الصغير وهو مشتق من التدوين ولكنه يختلف عن التدوين العادي إذ يقتصر على إرسال رسائل أو تحديثات بحد أقصى 140 حرف فقط للرسالة الواحدة وتعتمد هذه التقنية على منح كل شخص القدرة على كتابة تدوينة لا تتعدى 140 حرفاً ونشرها للمهتمين والمتابعين، حيث تصلهم هذه التدوينة إما على شكل رسائل نصية للجوال أو على شكل بريد إلكتروني أو على شكل رسالة في برنامج للتراسل الفوري أو باستخدام برامج خاصة، إضافة إلى الموقع نفسه على الشبكة العنكبوتية ولعل أشهر مثال على التدوين المصغر هو موقع تويتر. خدمة RSS خدمة لتبادل الأخبار القادمة من منتدى أو مدونة أو أي موقع آخر دون الحاجة للوصول إليه، تأثير الويب 2.0 على سلوك المستهلك أثر ظهور الويب 2.0 على سلوك المستخدمين حيث أصبح لهم ميول جديدة منها: ● استخدام أدوات تواصل جديدة. ● الثقة في النصائح المقدمة بشكل إلكتروني. ● زيادة الرغبة في الشراء إلكترونياً. ● الرغبة في تقديم تغذية راجعة حول منتج أو خدمة معينة. ● الاستفادة من تعليقات المستخدمين الآخرين لخدمة أو منتج معين. مفهومها تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول، وهو «التجارة»، والتي تشير إلى نشاط اقتصادي تُداول خلاله السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني «الإلكترونية» فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت متطلباتها ● اقتناء جهاز حاسوب. أو هاتف ذكي ● برنامج مستعرض للإنترنت. ● اشتراك بالإنترنت. ● بطاقة شراء للتسوق عبر الإنترنت. توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة صفات أهمها: ● لا يوجد استخدام للوثائق الورقية

المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يُستخدم فيه أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين. • يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت، • يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة. • 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 الإلكترونية. • يمكن أن تُباع وتُشتري السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمة في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك. • إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هناك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية. إطار عمل التجارة الإلكترونية يتمحور عمل تطبيقات التجارة الإلكترونية على أمرين: • خدمات الدعم الأشخاص: المشتريين، البائعين، الوسطاء وغيرهم. السياسة العامة: القوانين، الضرائب، المعايير التقنية. التسويق والإعلان: دراسة السوق، محتوى الموقع، الأسواق المستهدفة. تطوير نظام الأمن وغيرها. شركاء العمل: التبادل التجاري، السوق الإلكتروني وغيرهم نموذج العمل في الشركة: تعريفه: طريقة تقوم من خلالها الشركة بتحقيق الأرباح والإيرادات للحفاظ على بقائها. وظيفته: • يحدد أداء الشركة. • يساعد في دراسة الجدوى للشركة. هيكلية وخصائص نموذج العمل نظام الإيرادات نماذج الإيرادات المشتركة نموذج اشتراك (Subscription Model): إستراتيجية تسويقية تقوم على أساس اشتراك ثابت يقوم به المشترك عادةً ما يكون شهرياً مقابل خدمة معينة. نموذج الإعلانات (Advertisement Model): إستراتيجية تسويقية تقوم على أساس تحقيق الشركة أرباحها من خلال عرض إعلانات مدفوعة في موقعها على الإنترنت. النموذج التحالفي (Affiliate Model): إستراتيجية تسويقية تقوم على أساس مشاركة العائد بين شركتين بينهما تواصل وتروج كل منهما الأخرى. نموذج المبيعات (Sales Model): إستراتيجية تسويقية تقوم على أساس تحقيق الشركة أرباحها من خلال بيع منتجاتها أو خدماتها. العالم الرقمي والتجارة الإلكترونية: هو الاقتصاد القائم على التكنولوجيا الرقمية بما فيها شبكات الاتصال الرقمية، الحواسيب، يُطلق عليه أيضاً اقتصاد الإنترنت، الاقتصاد الجديد أو اقتصاد الويب. المؤسسة الرقمية (Digital Enterprise) نموذج أعمال جديد يستخدم تكنولوجيا المعلومات كوسيلة أساسية في إنجاز واحدة أو أكثر من ثلاثة أهداف أساسية وهم: • الوصول إليها وإشراك العملاء بشكل أكثر فعالية. • دفع إنتاجية العاملين. • تحسين كفاءة التشغيل. وتستخدم الاتصالات المتقاربة وتكنولوجيا الحوسبة بطريقة تحسن العمليات التجارية. المجتمع الرقمي (Digital Society) هو المجتمع الذي يتشكل نتيجة اعتماد ودمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف مجالات الحياة. • أنها منتشرة بشكل عالمي وتسهل عملية الوصول إلى العملاء أو الموردين في جميع أنحاء العالم. • تكلفتها قليلة من حيث معالجة المعلومات وتخزينها وتوزيعها. • تسهل حل المشاكل المعقدة التي بقيت دون حل. • تحسين سلسلة التوريد للتقليل من التأخير وقوائم الجرد والتكلفة. • تتميز بالتخصيص، أي إمكانية عمل عروض مميزة لأفضل الزبائن تعاملوا مع الشركة. • القدرة على الابتكار عبر استخدام نماذج الأعمال الجديدة التي تسهل الابتكار وتمكن من استخدام نماذج أعمال فريدة من نوعها. • نظام إدارة المشتريات فعال فهو يوفر الوقت ويقلل التكاليف من خلال تمكين نظام إدارة المشتريات الإلكتروني. • تطوير في خدمة العملاء والعلاقة المتبادلة بين الشركة والعميل عبر التواصل المباشر مع العميل.