

الباب الأول

مقدمة لإدارة الأعمال والتجارة الإلكترونية

إعداد:

معتز خالد سعد

المصادر:

- ✓ Turban, E. (2015). Electronic commerce : a managerial and social networks perspective

مفاهيم وتعريفات ومصطلحات

- التجارة الإلكترونية e-commerce

- هي عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات أو الخدمات عبر الحاسوب (أي عبر الإنترنت)

- الأعمال الإلكترونية e-business

- تعريف أوسع من التجارة الإلكترونية حيث لا يشمل فقط البيع أو الشراء للمنتجات أو الخدمات، ولكن يشمل أيضا خدمة الزبائن والتعاون مع الشركاء و إنجاز المعاملات الإدارية داخل المؤسسة إلكترونيا

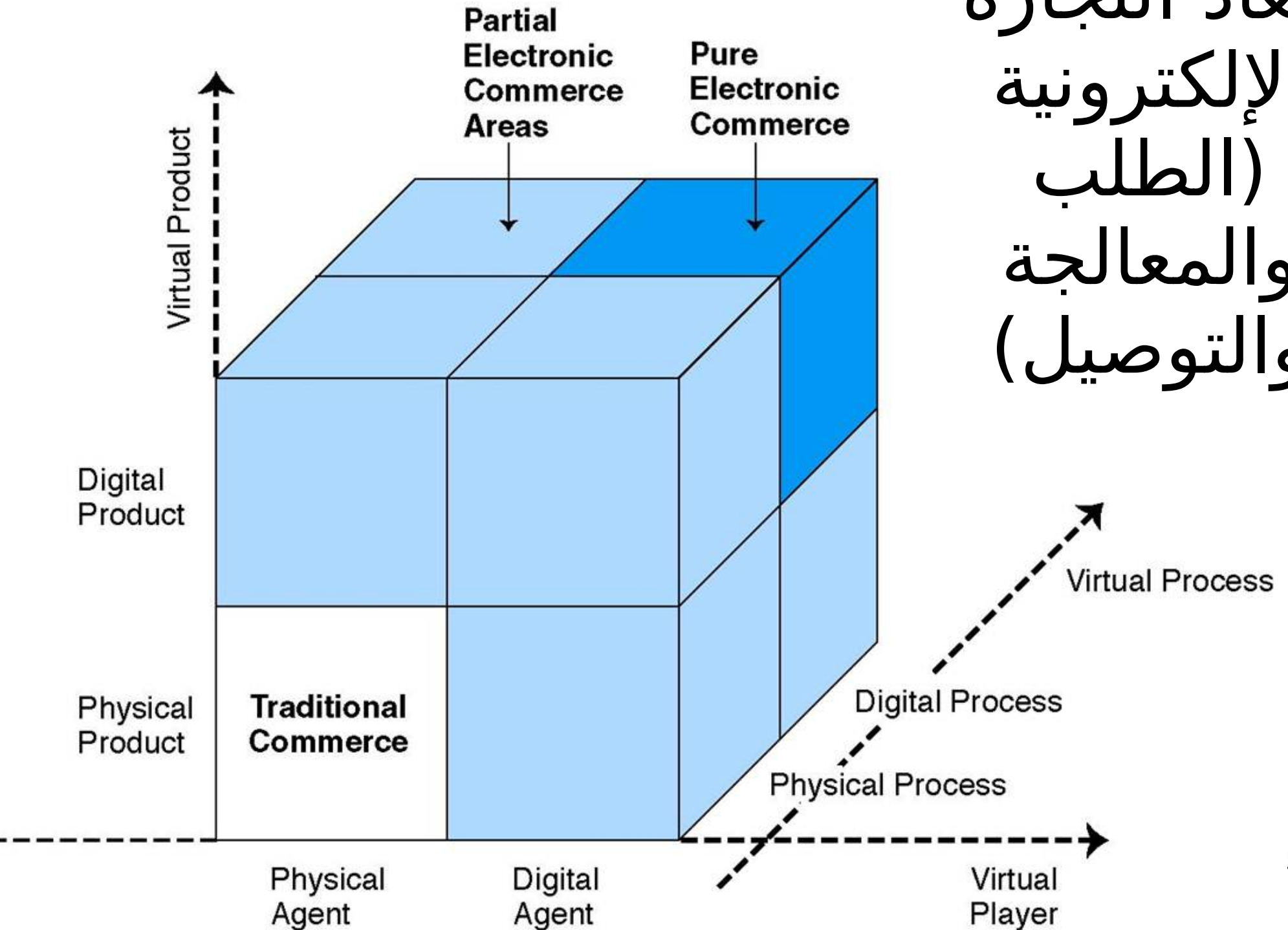
التخصصات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

- تتم نشاطات التجارة الإلكترونية عبر العديد من التخصصات
 - المحاسبة
 - الإدارة
 - القانون
 - تكنولوجيا المعلومات
 - الاقتصاد
 - الهندسة
 - إدارة الموارد البشرية
 - التسويق
 - سلوك المستهلكين والشبكات الاجتماعية

تصنيف المؤسسات من حيث تعاملها مع التجارة الإلكترونية

- شركات brick-and-mortar
 - شركات تقليدية تسيير أعمالها بدون اتصال offline وتبيع منتجات ملموسة
- شركات افتراضية virtual or pure-play
 - شركات تسيير أعمالها فقط على الانترنت
- شركات click-and-mortar
 - شركات لها بعض نشاطات التجارة الإلكترونية كقناة تسويق إضافية

أبعاد التجارة الإلكترونية (الطلب والمعالجة والتوصيل)



تعريفات ومصطلحات

- السوق الإلكتروني e-market / e-marketplace

- هو سوق على الإنترنت حيث يقوم البائعون والمشتريين يلتقون لتبادل البضائع والخدمات والمعلومات و الأموال

- الإنترنت intranet

- شبكة داخلية لمؤسسة او للحكومة تستخدم أدوات الإنترنت مثل المستعرضات browsers و بروتوكولات الإنترنت

- إكسترانت extranet

- شبكة تستخدم الإنترنت لتوصيل مجموعة شبكات انترانت

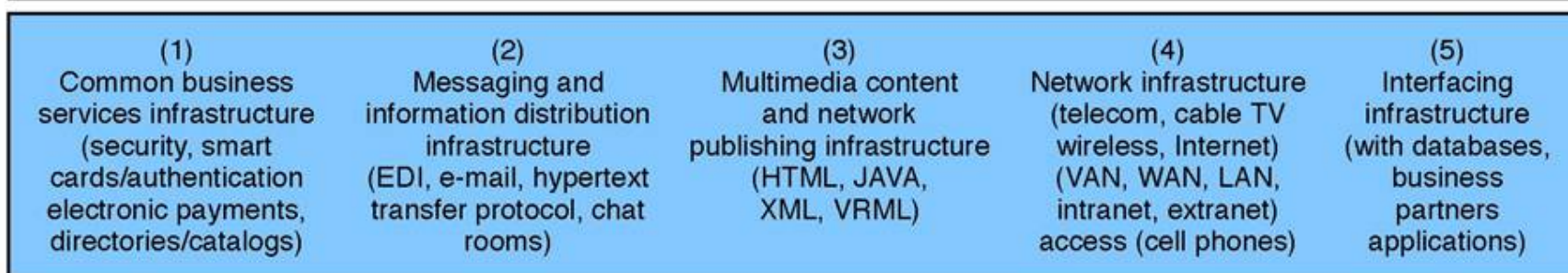
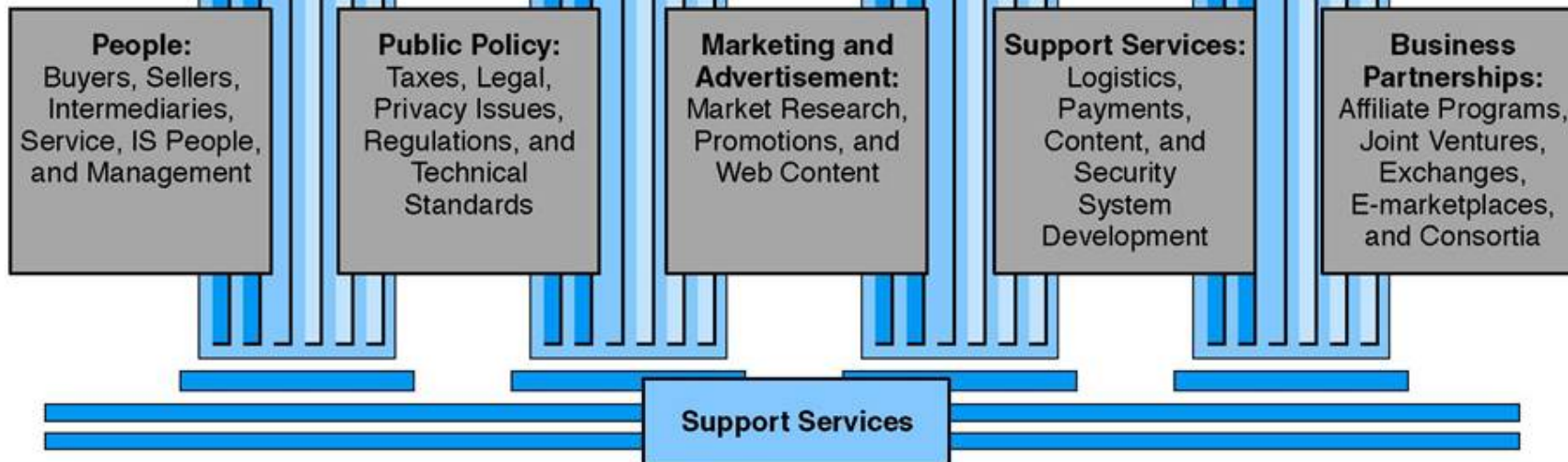
إطار عمل التجارة الإلكترونية

- تطبيقات التجارة الإلكترونية تحتاج إلى إطار عمل مكون من خمس عناصر
 - اشخاص: بائعين، مشتريين، وسطاء،
 - سياسات عامة public policy
 - التسويق والإعلان marketing and advertising
 - خدمات الدعم support services
 - شراكات business partnership

إطار عمل التجارة الإلكترونية

Electronic Commerce Applications

- Direct Marketing • Search Jobs • Online Banking
- E-government • E-purchasing • B2B Exchanges • C-commerce
- M-commerce • Auctions • Travel • Online Publishing • Consumer Services



Infrastructure

Management

تصنيف العمليات transactions في التجارة الإلكترونية (طبيعة العلاقات بين المشاركين)

- قبل الحديث عن التصنيفات يجب تعريف العملية transaction

- في التجارة، العملية هي اتفاق بين البائع والمشتري بتبادل اموال وبضائع
- في تقنية المعلومات، العملية هي سلسلة من عمليات قاعدة البيانات والتي إما أن تتم بالكامل أو لا تتم

تصنيف العمليات transactions في التجارة الإلكترونية (طبيعة العلاقات بين المشاركين)

- التصنيفات:

- الأعمال-للأعمال business to business B2B

- المشاركون في هذه النموذج من العمليات عبارة عن شركات

- الأعمال-للمستهلك business to consumer B2C

- شركات تباع للمستهلكين

- مثال: بائعي التجزئة e-tailing

تصنيف العمليات transactions في التجارة الإلكترونية (طبيعة العلاقات بين المشاركين)

• التصنيفات:

- الأعمال-للأعمال-للمستهلك B2B2C

- نموذج تكون فيه الشركة تقدم خدمات أو منتجات لشركة أخرى والتي بدورها لها زبائن

- مستهلك-لشركة C2B

- يكون في هذا النموذج الأفراد يبيعون منتجات او يقدمون خدمات لمؤسسات أو شركات

تصنيف العمليات transactions في التجارة الإلكترونية (طبيعة العلاقات بين المشاركين)

• التصنيفات:

- Intrabusiness

- نموذج تجارة يشمل كل الأعمال والنشاطات داخل المؤسسة أو الشركة والذي يشمل تبادل منتجات أو خدمات بين الوحدات المختلفة أو الأفراد في المؤسسة

- الشركة-للموظفين B2E

- نموذج تجارة الذي تقدم من خلاله الشركة أو المؤسسة خدمات أو معلومات أو منتجات للموظفين الذين يعملون فيها

تصنيف العمليات transactions في التجارة الإلكترونية (طبيعة العلاقات بين المشاركين)

• التصنيفات:

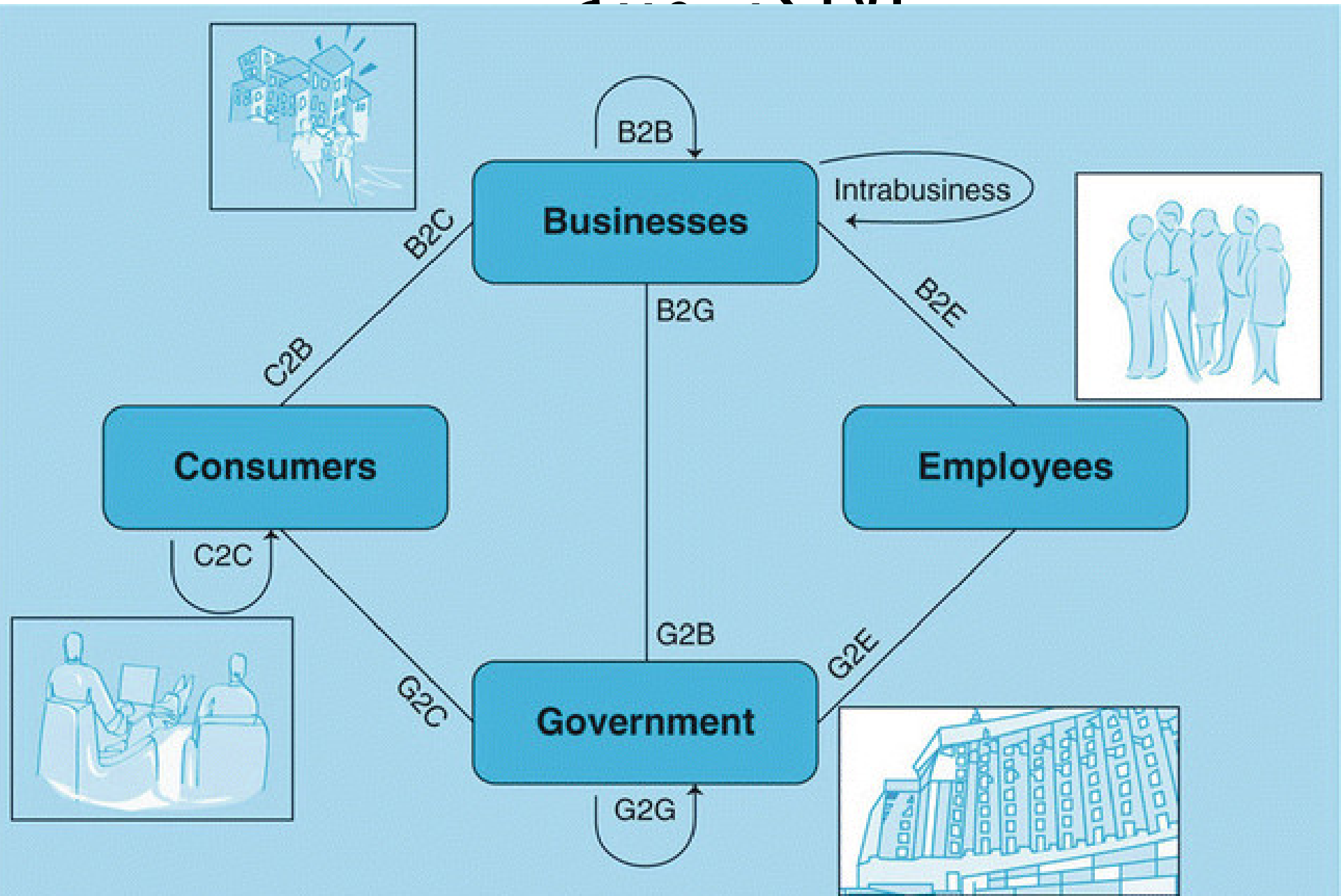
- المستهلك-للمستهلك C2C

- نموذج تكون فيه العمليات transactions بين المستهلكين مباشرة

- الحكومة الإلكترونية e-government

- نموذج يشمل كل التفاعلات بين الحكومة والشركات أو المواطنين

تصنيفات العمليات في التجارة الإلكترونية



تاريخ التجارة الإلكترونية

- Electronic Data Interchange EDI
- فقاعة الإنترنت dot com bubble
- ثورة غوغل
- النشاطات التجارية على الشبكات الاجتماعية
 - f-commerce
 - قصص نجاح ...
 - قصص فشل

الويب 2.0

Web 2.0

- الجيل الثاني من خدمات الإنترنت الذي يسمح للناس بالتعاون ومشاركة المعلومات بطرق جديدة مثل الشبكات الاجتماعية و الويكي
- أدوات الويب 2.0
 - المدونات مثل وردبرس
 - الشبكات الاجتماعية مثل تويتر وفيسبوك
 - الويكي مثل الويكيبيديا

الشبكات الاجتماعية

- تطبيق إنترنت يساعد في الاتصال بالأصدقاء والشركات أو الأفراد الذين لديهم اهتمامات معينة، و يوفر هذا التطبيق خدمات مجانية مثل مشاركة الصور و تبادل الرسائل والتدوين وغيرها من الأدوات

• Social commerce

- النشاطات التجارية على الشبكات الاجتماعية مثل التسويق وأبحاث السوق

المستهلك الاجتماعي الجديد

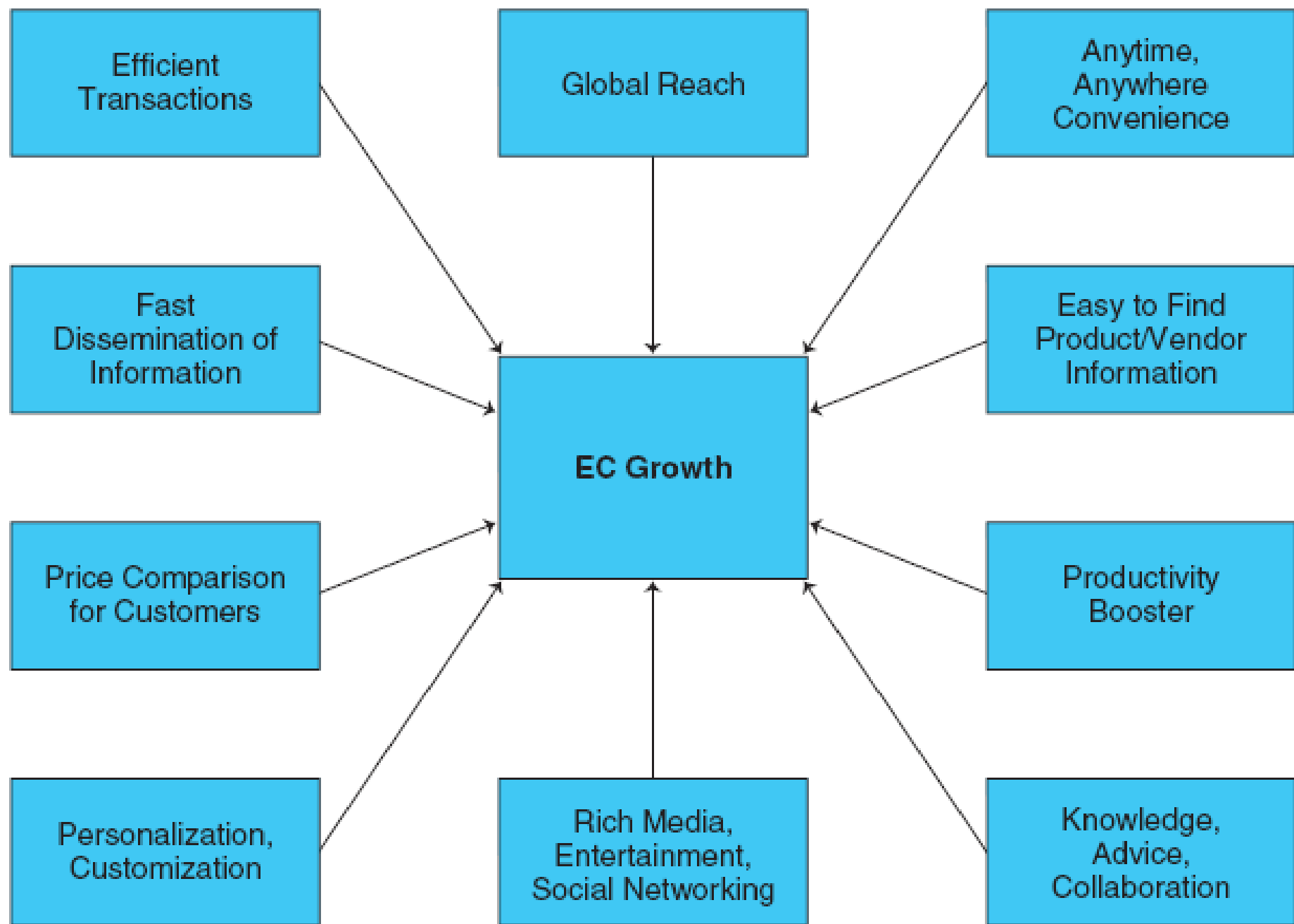


المؤسسة الرقمية

- نموذج أعمال يستخدم تقنية المعلومات بشكل أساسي لإنجاز الأعمال و تحقيق عدة اهداف:
 - الوصول وتفعيل دور الزبائن بفعالية اكثر
 - تسريع إنتاجية الموظفين
 - تحسين فعالية العمل و تحسين أداء الأعمال

العوامل التي أدت إلى انتشار و نمو التجارة الإلكترونية

TO the GROWTH OF EC

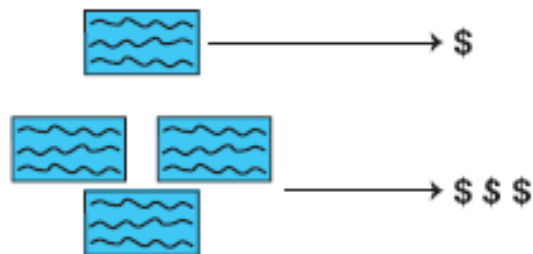


نموذج الأعمال business model

- طريقة إنجاز العمل بحيث تحقق الشركة عائدات كافية للمحافظة على استمرارها
- نموذج الأعمال في التجارة الإلكترونية
 - نموذج العائدات
 - القيمة الموعودة (value proposition) : الفائدة التي تحصل عليها الشركة من استخدام التجارة الإلكترونية

نماذج عائدات شائعة

Transaction Fees Model



Commissions paid on volume of transactions

Subscription Model



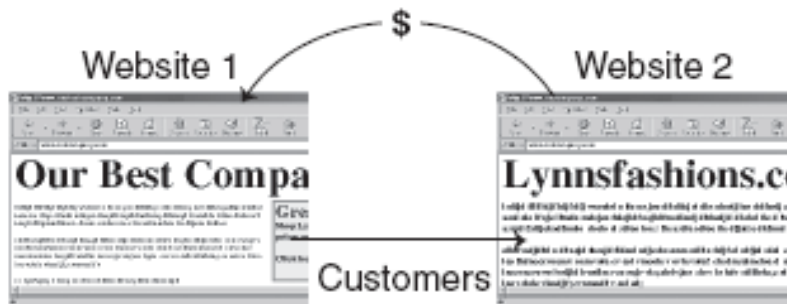
Fixed amounts are charged, usually monthly

Advertisement Model



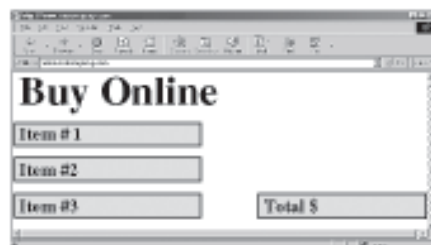
Payments from advertisers

Affiliate Model



Commissions for referring customers

Sales Model



Revenue from sales of goods or services

نماذج الإيرادات الشائعة

- نموذج رسوم المعاملات transaction fees model
 - الربح من خلال الحصول على عمولة لكل عملية يتم عملها
- نموذج اشتراك subscription model
 - الربح من خلال اشتراك ثابت (شهري او سنوي) يدفعه المشترك مقابل خدمة معينة
- نموذج الإعلانات advertisement model
 - الربح من خلال عرض إعلانات مدفوعة في موقع على الإنترنت
- النموذج التحالفي affiliate model
 - الربح من خلال مشاركة العائد بين شركتين بينهما تواصل وتروج كل منهما الأخرى.
- نموذج المبيعات sales model
 - الربح من خلال بيع منتجات أو خدمات.

فوائد و معوقات التجارة الإلكترونية

• الفوائد

- تقديم ميزة تنافسية
- أنها منتشرة بشكل عالمي وتسهل عملية الوصول إلى العملاء أو الموردين في جميع أنحاء العالم.
- تكلفتها قليلة من حيث معالجة المعلومات وتخزينها وتوزيعها.
- تحسين سلسلة التوريد للتقليل من التأخير وقوائم الجرد والتكلفة.
- تتميز بالتخصيص، أي إمكانية عمل عروض مميزة لأفضل الزبائن تعاملًا مع الشركة.
- القدرة على الابتكار عبر استخدام نماذج الأعمال الجديدة التي تسهل الابتكار وتمكن من استخدام نماذج أعمال فريدة من نوعها.
- تكلفة التواصل أقل لأنها تعتمد على الإنترنت وهو أرخص من استخدام الطرق التقليدية.
- 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.
- تُمكن شركة صغيرة من منافسة شركة أخرى كبيرة وقد تتفوق عليها وذلك باستخدام نماذج الأعمال المميزة التي توفرها والمتاحة عبرها.
- تساعد على إدارة المخزون بشكل أفضل فلا يحدث عجز أو فائض في المخزون.
- انخفاض تكلفة توزيع المنتج، فتسليم منتج عبر الإنترنت قد يكون أقل تكلفة بمقدار 90% .

فوائد و معوقات التجارة الإلكترونية

• المعوقات

- معوقات تقنية
- معوقات ثقافية
- معوقات قانونية
- معوقات أخلاقية حيث أنه يبقى هناك تخوف دائم من درجة الأمان التي سيحصل عليها الفرد من استخدام هذه التطبيقات ومدى مصداقية الشركات المزودة لها ومدى الخصوصية التي يحصل عليها المستهلك

قصة نجاح شركة أمازون

- بدأت شركة أمازون عام 1994 باسم " كالدابرا"، مؤسسها هو جيف بيزوس، بدأت الشركة باعتبارها متجر لبيع الكتب عبر الإنترنت، وفي عام 1995 أصبح اسمها " أمازون.كوم" تيمناً بنهر الأمازون.
- ثم تحولت لتصبح أكبر متاجر التجزئة عبر الإنترنت، كان السر الأكبر لنجاح الشركة هو التركيز على العملاء والتنبؤ الصحيح للاتجاهات المستقبلية للتسوق، وفهمت احتياجات العملاء فأقامت علاقات جيدة معهم، وأظهرت كيفية القيام بالأعمال التجارية بأفضل الطرق الممكنة.
- فهي تعتبر الرائدة في مجال الابتكار والأولى في جعل الأمور أكثر بساطة وراحة للمستخدم. يُذكر أنه من أكبر اختراعات شركة أمازون هو "Kindle e-book" عام 2007.

قصة فشل pets.com

- هي أحد شركات تجارة التجزئة على الانترنت، عرضت منتجات الحيوانات الأليفة والمعلومات والموارد للمستهلكين عام 1998م، كانت أسعارها تنافسية خصوصا لظهور منافسين أقوياء منهم " Petopia.com ", " Petsmary.com ", " Petstore.com
- وظفت لديها خبراء للحيوانات الأليفة لتقديم النصائح للزبائن، ووضعت خدمة الأطباء البيطريين لتمييز عن غيرها بالإضافة للشكل الفريد الذي ميز الموقع، لكن كان لديهم مشكلة وهي باختيار نموذج الأعمال لم يكن جيدًا، وكان يكلف الشركة لشحن الحيوانات للزبائن مبالغ طائلة لذا هي لم تربح شيء تقريبا من خلال الانترنت فأغلقت عام 1999، مع أنها كانت تملك اسم المجال الأكبر قيمة بالنسبة لبقية الشركات.

•

نهاية الباب الأول

