



# اسم المادة : التجارة الالكترونية

تجمع طلبة كلية التكنولوجيا والعلوم التطبيقية - جامعة القدس المفتوحة

[acadecclub.com](http://acadecclub.com)

وُجد هذا الموقع لتسهيل تعلمنا نحن طلبة كلية التكنولوجيا والعلوم التطبيقية وغيرها من خلال توفير وتجميع **كتب وملخصات وأسئلة سنوات سابقة** للمواد الخاصة بالكلية, بالإضافة لمجموعات خاصة بتواصل الطلاب لكافة المواد:

لِلوصول للموقع مباشرة اضغط **هنا**

وفقكم الله في دراستكم وأعانكم عليها ولا تنسوا فلسطين من الدعاء

### المفاهيم الاساسية في التجارة الالكترونية

يرجع مفهوم التجارة الالكترونية الى السبعينات عندما استخدمت شركات شبكات خاصة تربطها بعمالها وشركاء اعمالها لتسهيل الاتصال وخفض العمليات الورقية والاحتكاك البشري وخفض تكاليف التشغيل وزيادة كفاءة العمليات .

في البداية كانت التجارة الالكترونية تقتصر على المؤسسات المالية والشركات الكبرى . ومن ثم ظهرت تقنية التراسل الالكتروني للوثائق ومن ثم ظهرت بعض التطبيقات للتجارة الالكترونية مثل انظمة حجز البطاقات وانظمة شراء وبيع الاسهم في البورصة (نظم الربط بين المنظمات . )  
www1990 البداية الحقيقية لانتشار التجارة الالكترونية كانت مع دخول الانترنت الى المجال التجاري وظهور شبكة المعلومات العالمية

\*أسباب تطور التجارة الإلكترونية :-

تطور تقنيات المعلومات والاتصالات: وتمثل في تطوير شبكات حاسوبية جديدة وبروتوكولات وبرمجيات التجارة الالكترونية .  
المنافسة الحادة بين شركات الأعمال مما دفعها للبحث عن طرق وأساليب جديدة لتوفير ميزات تنافسية تمكنها من الاستمرار في السوق .

التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية

وتستخدم كمرادف لتجارة الانترنت وايضا( Electronic Commerce (E-Commerce مصطلح التجارة الالكترونية ترجمة

\*الأعمال الإلكترونية :-

يتكون تعبير التجارة الالكترونية من كلمة : التجارة التي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها وكلمة الالكترونية وهو توصيف مجال اداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية التي من بينها شبكة الانترنت .

التجارة الإلكترونية: E-Commerce

هي عمليات تسويق وبيع وشراء، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات الحاسوبية والانترنت

الأعمال الإلكترونية E-Business:

هي أكثر شمولاً حيث يتضمن بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه، تقديم الخدمات للزبائن والعمل التعاوني مع شركاء الأعمال والتعليم الالكتروني وإنجاز العمليات داخل المنظمات بشكل الكتروني

تعريفات التجارة الإلكترونية من نواحي مختلفة

الاتصالات : Communications من منظور الاتصالات، تعرف بأنها تسليم السلع أو الخدمات أو المعلومات أو الدفع باستخدام شبكات الحاسوب أو بأي وسيلة إلكترونية أخرى

التجارة : Trading من منظور التجارة، تزود التجارة الإلكترونية القدرة على بيع وشراء المنتجات، أو الخدمات أو المعلومات على الإنترنت

طرق الأعمال : Business Processes من منظور طرق الأعمال، تقوم التجارة الإلكترونية بإجراء العمليات التجارية إلكترونياً باستخدام شبكات الكترونية، وبذلك تستبدل طرق الأعمال الطبيعية .

الخدمات : Services من منظور الخدمات، تعتبر التجارة الإلكترونية أداة تخاطب رغبة الحكومات والشركات والمستهلكون للتخفيض من تكلفة الخدمات، وفي نفس الوقت تحسن نوعية خدمة الزبائن وتزيد من سرعة تسليم الخدمة .

التعليم : Learning من منظور التعليم، تمكن التجارة الإلكترونية من التدريب والتعليم على الإنترنت في المدارس والجامعات والمنظمات الأخرى .

المجتمع : Community من منظور المجتمع، تزود التجارة الإلكترونية مكاناً لأفراد المجتمع للتعليم والتعاون .

تعريف منظمة التجارة العالمية للتجارة الإلكترونية: هي مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية.

\*\*معايير تصنيف التجارة الإلكترونية

طبيعة المنتجات والخدمات : Product والتي يمكن أن تكون منتجات مادية ملموسة أو منتجات رقمية أي يمكن تحويلها إلى شكل إلكتروني وإرسالها إلى الزبائن عبر شبكات الاتصالات كالبثات والتسجيلات الصوتية والفيديو وغيرها .

طريقة أداء العمليات : Process والتي يمكن أيضاً أن تكون مادية أو رقمية تتم عبر الموقع الإلكتروني ومن خلال الشبكة .

طريقة توصيل المنتجات والخدمات إلى الزبائن : Agent ويمكن أن تتم بطريقة مادية أي تشحن بواسطة

شركات النقل أو رقمية من خلال شبكات الاتصالات .  
\*\*وينتج من هذه المعايير صنفان من التجارة الإلكترونية:-  
-تصنيفات التجارة الإلكترونية :-

تجارة إلكترونية بحتة Pure EC: يتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني والتعامل مع منتجات و خدمات رقمية يتم توصيلها إلى الجهات المشتريّة بطريقة الكترونية عبر الشبكة. و تسمى المنظمات التي تقوم بذلك بالمنظمات الافتراضية .

تجارة إلكترونية جزئية Partial EC: ويتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني ولكن التعامل يمكن أن يكون مع منتجات وخدمات مادية أو رقمية، وكذلك يتم توصيل المنتجات المادية عبر شركات النقل والمنتجات الرقمية عبر الشبكة .

#### تطبيقات التجارة الإلكترونية

تطبيقات السوق الإلكترونية الموجهة للمستهلكين Business to Consumer: تركز هذه التطبيقات على إنشاء المتاجر الإلكترونية واستخدامها من قبل الزبائن للتعرف على المنتجات والخدمات والتحقق من مواصفاتها و شرائها، والمتجر هو سوق إلكتروني يلتقي فيه البائعون و المشترون و يتبادلون المنتجات و الخدمات و النقود و المعلومات. وتمثل شبكة الإنترنت Internet الوسيط اللازم للتفاعل بين الجهات البائعة والمشتريّة .

تطبيقات التجارة الإلكترونية بين المنظمات Business to Business: ويتم من خلالها قيام منظمات الأعمال بالعمليات التجارية مع بعضها البعض، وتتطلب هذه التطبيقات استخدام شبكة الإنترنت وإنشاء شبكات الأكسترنت Extranet للقيام بالعمليات التجارية و تراسل البيانات والوثائق والدفعات الخاصة بها .  
تطبيقات التجارة الإلكترونية داخل المنظمات Intranet e-commerce: ويتم من خلالها قيام منظمات الأعمال بإنجاز عملياتها الداخلية بطريقة إلكترونية من خلال استخدام شبكة الإنترنت Intranet التي توفر أنظمة الاتصالات الداخلية للقيام بهذه العمليات داخل المنظمات .

تطبيقات أخرى للتجارة الإلكترونية مثل تطبيقات الحكومة الإلكترونية e-government وتطبيقات التجارة الإلكترونية بين المستهلك وبين المستهلك ومنظمات الأعمال Consumer to Business و تطبيقات التجارة الإلكترونية بين المستهلكين Consumer to Consumer وتطبيقات التجارة الخلوية Mobile commerce وغيرها

\*الاطار العام لدراسة التجارة الإلكترونية

تقوم فكرة هذا الإطار على أن التجارة الإلكترونية هي مجموعة من التطبيقات المعتمدة على تقنية المعلومات تحتاج تنفيذ هذه التطبيقات إلى :

1.بنية تحتية , Infrastructure لتوفير شبكات الاتصالات وبيئة العمل الإلكترونية اللازمة للقيام بما يلي :

-إنجاز العمليات التجارية وضمان الأمان والحماية وإجراء الدفعات الآمنة

-تسهيل عمليات البحث من خلال الأدوات المختلفة مثل محركات البحث search Engine و الأدلة

#### Directories .

-المراسلات وتوزيع المعلومات من خلال البريد الإلكتروني وأدوات المحادثة الإلكترونية .

-توفير البنية التحتية اللازمة لاستخدام الوسائط المتعددة Multimedia.

2.خدمات دعم , Support Services و تشمل خمسة مجالات دعم هي :

-الأفراد:البائعون والمشترون والوسطاء وغيرهم .

-السياسات العامة: كالضرائب والتشريعات والخصوصية والمعايير القياسية .

-التسويق والإعلان: مثل بحوث التسويق والترويج وتوفير محتوى مواقع الويب .

-العمليات: وتشمل التوريد وتنفيذ الطلبات وتطوير نظم الدفع والحماية .

-شركات الأعمال: مثل المشاريع المشتركة والأسواق الإلكترونية وغيرها .

\*\*مزايا التجارة الإلكترونية

1-مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة لمنظمات الأعمال :-

-الوصول العالمي : يساعد وصول شركات الأعمال الى الاسواق العالمية وبتكاليف قليلة

-تخفيض تكاليف الاعمال

-تحسين الانتاجية : ساعدت في التنسيق بين مختلف الاطراف المشاركة في سلسلة التوريد .

-العمل على مدار الساعة .

-تفصيل المنتج او الخدمة حسب رغبة كل زبون .

-استخدام نماذج اعمال جديدة .

-تسريع زمن وصول المنتجات والخدمات الى السوق .

-دعم العمل التعاوني كالاكتامات الإلكترونية .

-تحسين كفاءة عمليات الشراء .

- تحسين العلاقة مع الزبائن .
- توفير معلومات حديثة للزبائن وبصورة مستمرة .
- 2مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للزبائن :-
- توفر المنتجات والخدمات في جميع الأمكنة وكل الاوقات .
- وجود منتجات وخدمات أكثر تنوعا وباسعار أقل .
- التوريد الفوري
- توفير المعلومات
- المشاركة في المزادات
- المجتمعات الإلكترونية
- التخصيص والتفصيل وفقا لطلب الزبون (التخصيص هو توفير المعلومات وعرض الصفحات لكل زبون وفقا لاهتماماته واحتياجاته وتفضيلاته ) اما (التفصيل وفقا لطلب الزبون يعني تمكين الزبون من تحديد مواصفات المنتج او الخدمة التي يقوم بشرائها، والعمل على توفيرها .
- 3.مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع
- العمل عن بعد
- تحسين معايير مستوى المعيشة
- توفر فرص عمل
- تحسين الخدمات العامة للمواطنين

### \*\*محدودية التجارة الإلكترونية

- يمكن تقسيم العوامل التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية إلى فئتين هما:
- أولاً: المعوقات التقنية:
- مشاكل الحماية والأمن والجودة والوثوقية مازال بحاجة إلى وجود معايير معترف بها عالميا.
  - سرعة الاتصالات ما تزال غير كافية لمتطلبات تطبيقات التجارة الإلكترونية.
  - أدوات تطوير برمجيات التجارة الإلكترونية مازالت في مراحلها الأولى.
  - الصعوبات التقنية المتصلة بتكامل تقنيات الانترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع الأنظمة المستخدمة حاليا على نطاق واسع كقواعد البيانات وغيرها.
  - التكلفة العالية لمشاريع التجارة الإلكترونية والتي لا يمكن للشركات الصغيرة تحملها.
  - الوصول إلى الانترنت ما يزال مكلفا أو غير مناسب لتطبيقات التجارة الإلكترونية.
  - المشاكل المتعلقة بعملية تنفيذ الطلبات والتي تتطلب كفاءة عالية لا يمكن أن تتم بدون مخازن مؤتمتة أو محوسبة
- ثانياً: المعوقات التنظيمية و البيئية:
- الاهتمام بالأمن والحماية والخصوصية من أهم القيود التي تعيق استخدام التجارة الإلكترونية. حيث توجد حالات كثيرة يتم من خلالها الاحتيال والخداع والغش.
  - عدم توفر الثقة في عمليات التجارة الإلكترونية لكون البائع والمشتري لا يتعاملان مع بعضهما البعض بشكل مباشر وإنما من خلال الشبكة.
  - عدم حل العديد من القضايا المتعلقة بالسياسات القانونية والعامة كالضرائب وغيرها.
  - القوانين الحكومية والدولية تشكل أحيانا عائقا أمام استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية، لكون البيئة القانونية في معظم دول العالم الثالث ما تزال قاصرة عن مواكبة التطورات التقنية في هذا المجال.
  - عدم وجود منهجيات واضحة لتقييم وقياس فوائد التجارة الإلكترونية.
  - أنماط الشراء لدى العديد من المستهلكين والتي تفضل لمس المنتج وتحسسه قبل شراؤه بالإضافة إلى مقاومة المستهلكين لعملية التحول من المتجر المادي إلى المتجر الافتراضي وللتحول من العمليات الورقية الى العمليات الإلكترونية.

### تصنيف عمليات التجارة الإلكترونية

تصنف عمليات التجارة الإلكترونية حسب طبيعة العمليات بين الأطراف المشاركة إلى

1-التجارة الإلكترونية بين المنظمات: (B2B Business TO Business)

2 Consumer To Consumer (C2C)- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين:

Peer To Peer (P2P)- 3التجارة الإلكترونية بين النظراء:

4-التجارة الخلوية:M-Commerce

5- Intrabusiness EC التجارة الإلكترونية بين المنظمة:

6- Collaborative EC التجارة الإلكترونية التعاونية:

## E-Government - 7- الحكومة الإلكترونية:

\*\*أمثلة تطبيقية

تحتوي القائمة التالية بعض انواع التجارة الإلكترونية و مواقع الكترونية تمثلها

B2B: <http://www.marksandspencer.com/>B2C: <http://www.amazon.com/>C2B: <http://www.priceline.com/>

قم بزيارة المواقع السابقة و تحقق من نوع كل منها

حاول البحث عن أمثلة أخرى

\*\*مفهوم الأسواق الإلكترونية

-السوق الإلكتروني:-

هو سوق يوجد على شبكة الإنترنت, يلتقي فيه كل من البائعين و المشترين ليتبادلوا البضائع, والخدمات و

الأموال و كذلك المعلومات

أمثلة:-

[www.nte.com](http://www.nte.com)[www.choicemall.com](http://www.choicemall.com)[www.hawaii.com](http://www.hawaii.com)

\*وظائف الأسواق الإلكترونية

1-الجمع بين طرفي التبادل التجاري وهما البائع و المشتري،

2-تسهيل تبادل المعلومات والمنتجات والخدمات والدفعات المالية المتصلة بالعمليات التجارية التي تتم في

السوق،

3-توفير بنية تحتية مؤسسية تمثل الإطار التشريعي والتنظيمي لتمكين السوق من القيام بوظائفه بالكفاءة المطلوبة.

\*مكونات السوق الإلكتروني

-الزبائن : يتطلعون الى الحصول على احتياجاتهم بأسعار تفاوضية.

-البائعون : يعرضون منتجاتهم وخدماتهم.

-المنتجات والخدمات : يمكن ان تكون رقمية او مادية.

-البنية التحتية الالكترونية : تتكون من التجهيزات والبرمجيات والشبكات وغيرها من الادوات اللازمة لتشغيل السوق.

-الواجهات : يتم من خلالها التفاعل بين الزبائن و الفضاء السوقي . (بوابة ، فهرس الكتروني ، عربة تسوق ، محركات بحث ، بوابة للدفعات المالية.

-الاقسام الخلفية : تشمل جميع الانشطة المتصلة بتجميع الطلبات وتنفيذها زادارة المخزون وعمليات التزود

والشراء من الموردين والعمليات المحاسبية والمالية ومعالجة الدفعات والتغليف والشحن والتوريد.....

-الوسطاء : هم جهة ثالثة تعمل بين البائع والمشتري وتعرض خدماتها على مواقع خاصة بها في الشبكة.

-الشركاء التجاريون الآخرون : يقومون بعمليات التغليف والشحن والتأمين.....

-خدمات الدعم : توفير دعم واسع للعمليات التي تجري في السوق التأهيل ، الاعتماد ، اعطاء الشهادات ، خدمات الثقة ، ضمان الحماية

\*الأدوات المستخدمة في الأسواق الإلكترونية

-الفهارس الالكترونية : تقوم بعرض المعلومات المتعلقة بالمنتجات او الخدمات بشكل الكتروني ويتضمن

(قاعدة بيانات، محرك للبحث او دليل ، امكانيات الوسائط المتعددة. )

\*يمكن تصنيف الفهارس حسب ثلاث معايير:

1-حسب طريقة عرض المعلومات (فهارس ساكنة تعرض بشكل نصوص وصور ثابتة \_ فهارس ديناميكية تستخدم الصور المتحركة والصوت)

2-حسب درجة التفصيل وفقا لرغبة المستخدم (قياسية تعرض محتواها لجميع الزبائن ، مفصلة حسب رغبة الزبائن)

3-حسب درجة تكاملها مع العمليات الادارية : وتنصف الى (فهارس تستخدم في عملية كتابة الطلبات وتنفيذها، تستخدم في أنظمة الدفعات الالكترونية، تستخدم في أنظمة العمليات الداخلية للمنظمة، تستخدم في

المحاسبة وادارة المخازن، تستخدم في الشبكات الخارجية.)

\*محركات البحث : برامج حاسوبية تقوم بالبحث في قواعد البيانات التي تتضمن المعلومات عن الموارد

الموجودة على الانترنت.

\*البرامج الذكية : توفر امكانيات اكثر من محركات البحث حيث يمكن استخدامها لاداء مهام روتينية تتطلب

ذكاء اصطناعيا.

\*عربات التسوق الالكتروني : تقنية لمعالجة الطلبات تسمح بتجميع المواد المرغوب شرائها خلال التجول في الموقع ، ووظائفها هي:

1. تمكين الزبائن من اختيار المنتجات المرغوب شرائها.

2.مراجعة المنتجات التي تم تجميعها.

3.اجراء تغييرات على محتويات العربة.

4.انهاء عملية التسوق باعطاء امر الشراء.

\*أنواع الأسواق الإلكترونية

نوع المشروع الملكية نوع السوق الإلكترونية

تجارة إلكترونية موجه للمستهلك B2C أسواق خاصة تملكها الشركة صاحبة الموقع المتاجر الإلكترونية-E Storefront

أسواق خاصة تملكها شركة وسيطة أو ملكية مشتركة لمجموعة شركات المجمعات الاستهلاكية الإلكترونية-e malls

تجارة إلكترونية بين منظمات الأعمال

B2B أسواق خاصة تملكها الشركة البائعة أو المشترية سوق البائع Seller-side Storefront

سوق المشتري Buyer-Side storefront

أسواق عامة تملكها شركات وسيطة أو الاتحادات التجارية الأسواق التبادلية الإلكترونية E-Exchange

البوابات المعلوماتية

\*تصنيف أسواق التجارة الإلكترونية

-3-1-أنواع الاسواق الالكترونية:

اولا : الاسواق الالكترونية في التجارة الالكترونية الموجهة للمستهلك:

1-الواجهات (المتاجر) الالكترونية : تستخدمها عادة شركة واحدة تباع من خلالها منتجاتها وخدماتها ، فهي عبارة عن متجر الكتروني ممكن ان يكون لشركة او لمصنع وتحتوي على اليات وادوات ضرورية لعملية البيع ، والمكونات الأكثر استخداما هي : (الفهارس الالكترونية ومحركات البحث ، عربة التسوق ، تسهيلات المشاركة في المزادات الالكترونية ، بوابة الدفعات ، ساحة شحن ، خدمات الزبائن. )

2-المجمعات التجارية الالكترونية : مجمعات افتراضية تتضمن الكثير من المتاجر والمحلات الالكترونية .

وتتضمن ادلة او فهارس بفئات المنتجات التي يتم بيعها . ويمكن تصنيفها نحو المستهلك كما يلي:

-متاجر ومجمعات عامة تعرض تشكيلة كبيرة من المنتجات.

-متاجر ومجمعات متخصصة تباع انواع محددة من المنتجات.

-متاجر ومجمعات اقليمية تباع منتجاتها في مكان جغرافي محدد او عالمية تباع في جميع انحاء العالم.

-متاجر الكترونية بحتة تباع منتجات رقمية فقط.

-متاجر الكترونية جزئية تباع منتجات مادية خلال الشبكة.

ثانيا : الاسواق الالكترونية في التجارة الالكترونية بين المنظمات:

1-الاسواق الالكترونية العامة تكون مملوكة من قبل جهة ثالثة وتتضمن عددا كبيرا من المشترين والعديد من البائعين.

2-الاسواق الالكترونية الخاصة : مملوكة من قبل شركة واحدة ويمكن ان يكون بها سوق بائع وسوق مشتري

3-الاتحادات التجارية وهي مجموعة صغيرة من المشترين الرئيسيين يمكنهم انشاء تحالف للتعامل مع

الموردين العاملين في نفس الصناعة

4-البوابات المعلوماتية : نظرا للحجم الهائل للمعلومات الموجودة على الانترنت يمكن التمييز بين عدة أنواع

من البوابات وذلك حسب التخصص : بوابات تجارة عامة ، بوابات الشركات ، بوابات النشر ، بوابات شخصية ، بوابات خلوية ، بوابات صوتية.



البوابة: عبارة عن نقطة دخول يستخدمها متصفحو الشبكة وتسهل عليهم الوصول الى البيانات او المعلومات المطلوبة.

### 0-2-3 الوسطاء والتحالفات في التجارة الالكترونية

\*\*دور الوسطاء في الاسواق الالكترونية:

-تقليل تكاليف البحث عن المعلومات

-المحافظة على الخصوصية

-توفير معلومات كاملة عن المنتج او الخدمة

-اخطار العقد

-عدم كفاءة عملية التسعير

### 2-2-3 الموزعون الالكترونيين في التجارة الالكترونية بين المنظمات:-

الموزعون الالكترونيون هم وسطاء يعملون في التجارة الالكترونية بين المنظمات حيث يقومون بربط بين الجهات المنتجة او الموردة وبين الجهات المشتركة من خلال انشاء واستخدام كتالوج تجميعي يضعون فيه المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يحصلون عليها من الشركات المزودة في موقع الويب الخاص بالموزع.

### 3-3-3 قضايا الاسواق الالكترونية : المنافسة والسيولة والجودة وعوامل النجاح

1-3-3-1 السيولة تعني الحاجة الى عدد معين من المشترين والبائعين لكي تسير العمليات بالشكل المطلوب . ويسمى هذا العدد بالحجم الحرج ويعتبر توفره شرطا اساسيا لنجاح مشروع التجارة الالكترونية وتمكنه من الاستمرار.

2-3-3-2 الجودة وضمان الجودة : الجودة تعني مجموعة من الخصائص والمواصفات الفنية الخاصة بالمنتج والتي تضمن توافقه مع الاستخدامات المستهدفة له..... اما ضمان الجودة هي عملية التأكد من صحة معايير واجراءات الجودة أي قدرة المنظمة على تنفيذ هذه المعايير.

3-3-3-3 عوامل نجاح الاسواق الالكترونية : لضمان نجاح مشاريع التجارة الالكترونية يجب توفير العوامل المناسبة لقيامها بنشاطها على الوجه الامثل ، ويعتمد نجاح هذه المشاريع على خصائص المنتجات والخدمات التي سيتم التعامل معها وعلى طبيعة الصناعة.

\*\*الآليات المستخدمة في الاسواق الالكترونية

-المزادات الإلكترونية

هي عبارة عن آلية في الأسواق الإلكترونية يقدم فيها البائع بضائع للبيع و يقوم مجموعة من المشترين بالمزايدة عليها باستمرار حتى الوصول الى السعر النهائي/ بائع واحد - عديد من المشترين مثال : قم بالدخول على موقع [www.ebayliveauctions.com](http://www.ebayliveauctions.com) وحاول التعرف على المنتجات التي يعرضها الموقع في المزاد الإلكتروني ....ستلاحظ انك تستطيع المزايدة على أي منتج موجود في المزاد بعد تسجيل الدخول في الموقع

\*أنواع أخرى من المزادات الإلكترونية:

1-المزادات العكسية/ Reverse Auctions مشتري واحد - عديد من البائعين [www.a-zuc.com](http://www.a-zuc.com)

2-المزادات المزدوجة / Double Auctions مجموعة من البائعين- مجموعة من المشترين

مثال: تجارة الأسهم على الانترنت [www.stocktrading.com](http://www.stocktrading.com)

\*المقايضة الإلكترونية

-هي الية لتبادل المنتجات والخدمات بين جهتين, و تنفيذها على الانترنت يحسن عمليات ايجاد المطابقة الأنسب بين الطرفين المشاركين في المقايضة

مثال: ادخل على الموقع الإلكتروني [www.allbusinss.com](http://www.allbusinss.com) و لاحظ عمليات المقايضة التي تتم بواسطته

### \*خطة الأعمال

-هي وثيقة مكنوبة تحدد اهداف الأعمال التي ستقوم بها المنظمة و الأطر الرئيسية للطرق و الأساليب التي سيتم من خلالها تحقيق هذه الأهداف

أسباب استخدامها: يستخدمها اصحاب المشروع لاقتناع البنوك او المستثمرين لتمويل المشروع, و هي الوثيقة الأولى التي يتم تخطيط و تنفيذ مشروع التجارة الإلكترونية على أساسها.

أمثلة: قم بزيارة المواقع التالية للتعرف على نماذج لخطط اعمال لمجموعة من المشاريع , كذلك تصفح الموقع للتعرف على كيفية

\*\*بناء خطة الأعمال

[www.bplans.com](http://www.bplans.com)

[www.planwar.org](http://www.planwar.org)

\*مكونات خطة الأعمال و الأسئلة المتعلقة بكل منها:-

يعتمد محتوى خطة الأعمال على عوامل أهمها نوع المشروع و أهدافه و حجمه و طبيعته و كمية الأموال المخصصة له , و غير ذلك من العوامل  
برغم ذلك تشترك خطة الأعمال بمجموعة من المكونات الرئيسية  
\*مفهوم نموذج الأعمال

هو مجموعة من الأنشطة المخططة و المصممة للحصول على دخل في السوق  
-يتضمن نموذج الأعمال مكونين رئيسيين هما:-

1-نموذج العائد أو الدخل:Revenue Model يحدد الطريقة التي سيستخدمها المشروع للحصول على الإيرادات اللازمة له

2-القيمة المعروضة على الزبائن: Value Proposition و تتضمن الفوائد التي سيحصل عليها الزبائن من التعامل مع مشروع التجارة الإلكترونية  
\*نماذج العائد

-المبيعات: Sales يحقق المشروع عائداً من خلال استخدام موقع التجارة الإلكترونية الخاص بها لبيع

المنتجات أو الخدمات (تجارة التجزئة الإلكترونية [www.dell.com](http://www.dell.com) )

-رسوم إجراء العمليات: Transactions Fee مصدر الدخل هو العمولات التي تتقاضاها الشركة نتيجة

العمليات التجارية التي تقوم بها من خلال الموقع الإلكتروني [www.stocktrading.com](http://www.stocktrading.com)

-أجور الاشتراكات: Subscriptions Fees تطلب بعض الشركات دفع رسوم اشتراك شهري أو سنوي

لتمكينهم الدخول إلى الموقع و استخدام خدماته [www.acm.org](http://www.acm.org)

-أجور الإعلانات: Advertising Fees حيث تكون أجور الإعلانات التي تضعها الشركات في مواقعها

الإلكترونية مصدر دخل لهذه الشركات [www.:::com](http://www.:::com)

-أجور الدلالة: Affiliate Fees تقوم المنظمة بوضع روابط تشعبية في مواقعها الإلكترونية يستطيع من

خلالها الزبائن الدخول إلى مواقع تجارة الكترونية أخرى [www.google.com](http://www.google.com)

\*الأنواع الأساسية لنماذج الأعمال:-

-نموذج البيع المباشر [www.dell.com](http://www.dell.com)

-نموذج الوساطة التجارية [www.choicemall.com](http://www.choicemall.com)

-نموذج توفير المحتوى [www.acm.org](http://www.acm.org)

-نموذج تقديم الخدمات [www.ebay.com](http://www.ebay.com)

-نموذج المجتمع الافتراضي [www.amazon.com](http://www.amazon.com)