



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة التقنية الشمالية
معهد الإدارة التقني - نينوى



الحقيية التعليمية



اقسام المعهد

القسم العلمي:

إدارة الاعمال الالكترونية

اسم المقرر:

الثاني

المرحلة / المستوى:

الاول

الفصل الدراسي:

السنة الدراسية:



معلومات عامة

اسم المقرر:				إدارة اعمال الكترونية			
القسم:				اقسام المعهد			
الكلية:				معهد الإدارة التقني – نينوى			
المرحلة / المستوى				الثاني			
الفصل الدراسي:				الأول			
عدد الساعات الاسبوعية:				نظري	2	عملي	1
عدد الوحدات الدراسية:				3			
الرمز:							
نوع المادة				نظري		عملي	كلهما *
هل يتوفر نظير للمقرر في الاقسام الاخرى				لا			
اسم المقرر النظير				-			
القسم				-			
رمز المقرر النظير				-			
معلومات تدريسي المادة							
اسم مدرس (مدرسي) المقرر:				لجنة (أ.م.د.نشوان محمد + م.م.زهراء طه نقي + م.م.دعاء عبدالواحد)			
اللقب العلمي:				مدرس / مدرس مساعد / مدرس مساعد			
سنة الحصول على اللقب				2023 / 2023 / 2024			
الشهادة:				دكتوراه / ماجستير / ماجستير			
سنة الحصول على الشهادة				2014 / 2014 / 2022			
عدد سنوات الخبرة (تدريس)				6 / 6 / 19			

الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر مفاهيم ومبادئ إدارة الأعمال الإلكترونية من المنظور الإداري التقني. يتم تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية وأطر العمل لاستكشاف فرص إدارة الأعمال الإلكترونية التي سيتم توضيحها من خلال نماذج إدارة الأعمال الإلكترونية المختلفة. يركز المقرر على استراتيجيات إدارة الأعمال الإلكترونية والقضايا المتعلقة بتنفيذها. وستتم مناقش العديد من المواضيع الراهنة الخاصة إدارة الأعمال الإلكترونية بما في ذلك المنتجات والخدمات الإلكترونية، الشراء الإلكتروني، السوق الإلكتروني، والمترج الإلكتروني، وأنظمة الدفع الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية.

الاهداف العامة

- يهدف مقرر إدارة الأعمال الإلكترونية إلى:
1. تطوير فهم شامل للأعمال الإلكترونية:
التعريف بالمفاهيم الأساسية: تزويد الطلاب بفهم عميق للمفاهيم الأساسية والتقنيات المستخدمة في إدارة الأعمال الإلكترونية.
تطور الأعمال الإلكترونية: فهم كيفية تطور الأعمال الإلكترونية وتأثيرها على بيئة الأعمال التقليدية.
 2. تعزيز مهارات التحليل والتخطيط الاستراتيجي:
تحليل الأسواق الإلكترونية: تنمية مهارات الطلاب في تحليل الأسواق الإلكترونية وفهم سلوك المستهلك الرقمي.
تطوير الاستراتيجيات: تعليم الطلاب كيفية تطوير استراتيجيات فعالة لإطلاق وتوسيع الأعمال الإلكترونية.
 3. استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة:
التكنولوجيا الرقمية: تعريف الطلاب بالأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة المستخدمة في إدارة الأعمال الإلكترونية.
تحليل البيانات: تدريب الطلاب على استخدام تحليلات البيانات لتحسين الأداء واتخاذ القرارات المستنيرة.
 4. فهم التحديات القانونية والأخلاقية:
التحديات الأمنية: مناقشة التحديات الأمنية المرتبطة بإدارة الأعمال الإلكترونية وكيفية مواجهتها.
القوانين واللوائح: تعليم الطلاب القوانين واللوائح التي تنظم الأعمال الإلكترونية والالتزامات القانونية.
 5. تطبيق المفاهيم في بيئة عملية:
مشاريع تطبيقية: تمكين الطلاب من تطبيق المفاهيم النظرية من خلال مشاريع عملية وتطبيقات حقيقية.
 6. تحقيق التوازن بين النظرية والتطبيق:
التعلم النظري: توفير أساس نظري قوي يمكن الطلاب من فهم المفاهيم والمبادئ الأساسية.
التطبيق العملي: توفير فرص لتطبيق المعرفة النظرية من خلال ممارسات عملية وتجارب واقعية.
 7. تهيئة الطلاب لسوق العمل:
تجهيز الطلاب: تجهيز الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة للنجاح في بيئة الأعمال الإلكترونية.
فرص العمل: مساعدة الطلاب في استكشاف الفرص المهنية في مجال الأعمال الإلكترونية وإعدادهم

للانضمام إلى السوق بفاعلية.

يهدف مقرر إدارة الأعمال الإلكترونية إلى تزويد الطلاب بالمعرفة الشاملة والمهارات العملية اللازمة لفهم وإدارة الأعمال في البيئة الرقمية الحديثة. من خلال تحقيق هذه الأهداف، يمكن للطلاب أن يكونوا مجهزين بشكل جيد للنجاح في مجال الأعمال الإلكترونية المتسارع والمتغير.

الأهداف الخاصة

الأهداف الخاصة من الحقيبة التعليمية للمقرر تشمل ما يلي:

1. إتقان المفاهيم الأساسية للأعمال الإلكترونية:
فهم المصطلحات الأساسية: تعلم المصطلحات والتعريفات المستخدمة في مجال الأعمال الإلكترونية التعرف على التطورات التكنولوجية: فهم التطورات التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على الأعمال الإلكترونية.
2. تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي:
استخدام الأدوات الرقمية: تعلم كيفية استخدام الأدوات الرقمية لتحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي.
تحديد الجمهور المستهدف: القدرة على تحديد وفهم الجمهور المستهدف واستراتيجيات الوصول إليه عبر الإنترنت.
3. تحسين إدارة العلاقات مع العملاء: (CRM)
نظم إدارة العلاقات مع العملاء: تعلم كيفية استخدام نظم إدارة العلاقات مع العملاء لتحسين تجربة العملاء، استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء: تطوير استراتيجيات للاحتفاظ بالعملاء وزيادة ولائهم.
4. إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية:
فهم سلسلة التوريد الإلكترونية: تعلم كيفية تصميم وإدارة سلاسل التوريد في البيئة الرقمية.
تحسين الكفاءة: تطبيق تقنيات لتحسين كفاءة وفعالية سلسلة التوريد.
5. تحليل البيانات واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات:
أدوات التحليل الرقمي: استخدام أدوات التحليل الرقمي لتحليل بيانات السوق والعملاء.
اتخاذ قرارات مستنيرة: تعلم كيفية استخدام التحليلات لاتخاذ قرارات تجارية مستنيرة.
6. معالجة التحديات الأمنية والقانونية:
حماية البيانات: فهم كيفية حماية البيانات الشخصية والحساسة في بيئة الأعمال الإلكترونية.
الامتثال القانوني: التعرف على القوانين واللوائح المتعلقة بالأعمال الإلكترونية والامتثال لها.

الأهداف السلوكية او نواتج التعلم

في نهاية المقرر يمتلك الطالب:

1. المعرفة والفهم:
فهم المفاهيم الأساسية:
تعريف الطلاب بالمفاهيم والمصطلحات الأساسية في إدارة الأعمال الإلكترونية.
شرح تطور الأعمال الإلكترونية وتأثيرها على بيئة الأعمال التقليدية.
استيعاب استراتيجيات الأعمال الإلكترونية:
فهم استراتيجيات التسويق الرقمي وإدارة العلاقات مع العملاء في البيئة الإلكترونية.
التعرف على نماذج الأعمال الإلكترونية المختلفة مثل B2B ، B2C ، C2C ، و G2C.
2. المهارات الفكرية:
تحليل البيانات واتخاذ القرارات:
تطوير القدرة على استخدام أدوات التحليل الرقمي لتحليل بيانات السوق والعملاء.
تحسين مهارات اتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات وتحليل النتائج.
تقييم وتخطيط الأعمال الإلكترونية:

القدرة على تقييم استراتيجيات الأعمال الإلكترونية وتخطيط حملات التسويق الرقمي.
تحليل وتقييم سلسلة التوريد الإلكترونية لتحسين الكفاءة والفعالية.
3. المهارات العملية:

استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية:
تطبيق مهارات استخدام الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة في إدارة الأعمال الإلكترونية.
تعلم كيفية استخدام نظم إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) لتحسين تجربة العملاء.
تنفيذ مشاريع الأعمال الإلكترونية :
تطوير وتنفيذ مشاريع رقمية من البداية حتى النهاية.
قياس وتحليل أداء المشاريع الرقمية وتقديم تقارير حول النتائج.
4. المهارات الشخصية والاجتماعية:

التواصل الفعال:
تحسين مهارات الاتصال الفعال مع العملاء والزملاء في البيئة الرقمية.
تطوير مهارات الكتابة والتواصل عبر وسائل الإعلام الرقمية.
العمل الجماعي والتعاون:
تعزيز مهارات العمل الجماعي والتعاون في بيئة الأعمال الإلكترونية.
القدرة على قيادة فرق العمل الرقمية وإدارة المشاريع الجماعية.
5. الأخلاق والمسؤولية:

التصرف بمسؤولية وأخلاقية:
فهم المبادئ الأخلاقية المتعلقة بإدارة الأعمال الإلكترونية.
الالتزام بالقوانين واللوائح الخاصة بحماية البيانات والخصوصية.
التزام المسؤولية الاجتماعية:
تبني ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعيا في البيئة الرقمية.
المساهمة في تعزيز الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات.

المتطلبات السابقة

- مقرر مبادئ الإدارة (TIN101)

الأهداف السلوكية او مخرجات التعليم الأساسية		
ت	تفصيل الهدف السلوكي او مخرج التعليم	آلية التقييم
1	<p>المعرفة والفهم: فهم المفاهيم الأساسية: تعريف الطلاب بالمفاهيم والمصطلحات الأساسية في إدارة الأعمال الإلكترونية. شرح تطور الأعمال الإلكترونية وتأثيرها على بيئة الأعمال التقليدية. استيعاب استراتيجيات الأعمال الإلكترونية: فهم استراتيجيات التسويق الرقمي وإدارة العلاقات مع العملاء في البيئة الإلكترونية.</p>	<p>تقرير مناقشات جماعية اسئلة واجوبة شفوية</p>

	التعرف على نماذج الأعمال الإلكترونية المختلفة مثل B2B ، B2C ، G2C ، و C2C ،	
تقديم محاضرة من قبل الطلبة نشاط جماعي مناقشة تقديم امثلة اسئلة واجوبة شفوية وتحريرية الكترونية	المهارات الفكرية: تحليل البيانات واتخاذ القرارات: تطوير القدرة على استخدام أدوات التحليل الرقمي لتحليل بيانات السوق والعملاء. تحسين مهارات اتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات وتحليل النتائج. تقييم وتخطيط الأعمال الإلكترونية: القدرة على تقييم استراتيجيات الأعمال الإلكترونية وتخطيط حملات التسويق الرقمي. تحليل وتقييم سلسلة التوريد الإلكترونية لتحسين الكفاءة والفعالية.	2
تطبيق في الواقع العملي من خلال دراسات حالة لمنظمات وشركات تم تحويل عملياتها التقليدية الى الكترونية	المهارات العملية: استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية: تطبيق مهارات استخدام الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة في إدارة الأعمال الإلكترونية. تعلم كيفية استخدام نظم إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) لتحسين تجربة العملاء. تنفيذ مشاريع الأعمال الإلكترونية : تطوير وتنفيذ مشاريع رقمية من البداية حتى النهاية. قياس وتحليل أداء المشاريع الرقمية وتقديم تقارير حول النتائج.	3
المناقشات والاختبار وتقارير	المهارات الشخصية والاجتماعية: التواصل الفعال: تحسين مهارات الاتصال الفعال مع العملاء والزملاء في البيئة الرقمية تطوير مهارات الكتابة والتواصل عبر وسائل الإعلام الرقمية. العمل الجماعي والتعاون: تعزيز مهارات العمل الجماعي والتعاون في بيئة الأعمال الإلكترونية. القدرة على قيادة فرق العمل الرقمية وإدارة المشاريع الجماعية.	4
المناقشات والاختبار وتقارير	الأخلاق والمسؤولية: التصرف بمسؤولية وأخلاقية: فهم المبادئ الأخلاقية المتعلقة بإدارة الأعمال الإلكترونية. الالتزام بالقوانين واللوائح الخاصة بحماية البيانات والخصوصية. التزام المسؤولية الاجتماعية: تبني ممارسات الأعمال المسؤولة اجتماعيا في البيئة الرقمية. المساهمة في تعزيز الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات.	5

أساليب التدريس (حدد مجموعة متنوعة من أساليب التدريس لتناسب احتياجات الطلاب ومحتوى المقرر)

مميزات الاختيار	الاسلوب او الطريقة
لزيادة الفهم لدى الطلاب	1. استخدام البوربوينت في لقاء المحاضرات
لتشجيع الحوار وتبادل الاراء بين الطلاب	2. المناقشات الصفية
للتشجيع على التعليم التعاوني	3. عمل الطلاب في مجموعات صغيرة في الدراسة
لمواكبة الجانب العملي	4. الزيارات الميدانية
للبقاء بتواصل مع الطلاب ومواجهة المعوقات التي تواجههم بعد خروجهم من الجامعة فيما يخص الدراسة	5. التعليم الالكتروني
لحث الطلبة على القراءة المستمرة	6. الواجبات اليومية والامتحانات الدورية

الفصل الاول من المحتوى العلمي

				الوقت		عنوان الفصل
طرق القياس	التقنيات	طريقة التدريس	العنوان الفرعي	العملي	النظري	التوزيع الزمني
	عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	مقدمة عن المقرر، أهداف التعلم، محتوى المقرر	1	2	الأسبوع الأول
			المفهوم الاهمية الأهداف	1	2	الأسبوع الثاني
			إدارة الاعمال الالكترونية			
			العناصر المكونات	1	2	الاسبوع الثالث
			إدارة الاعمال الالكترونية			
			الوظائف الأنماط الخصائص	1	2	الأسبوع الرابع
			وظائف إدارة الاعمال الالكترونية			
			التحول الى E.B مراحل التطبيق متطلبات التطبيق خطوات التطبيق	1	2	الأسبوع الخامس
			تطبيق الإدارة الالكترونية			
			عوامل النجاح معوقات التطبيق السلبيات المحتملة للتطبيق	1	2	الاسبوع السادس
			الاثار التنظيمية لتطبيق الإدارة الالكترونية			

الفصل الثاني

الفصل الثاني							
طرق القياس	التقنيات	طريقة التدريس	العنوان الفرعي	الوقت		عنوان الفصل التوزيع الزمني	
				العملي	النظري		
	عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	محاضرة					
			الأنواع	التجارة الالكترونية	1	2	الأسبوع السابع والثامن
			الخصائص				
			المقومات				
			الفوائد				
			السلبيات				
			المراحل				

الفصل الثالث

الفصل الثالث					الوقت		عنوان الفصل
طرق القياس	التقنيات	طريقة التدريس	العنوان الفرعي	العملي	النظري	التوزيع الزمني	
	عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	المفهوم	1	2	الأسبوع التاسع والعاشر	
			الوظائف				
			المكونات				
			الفرق بين السوق الالكتروني والتقليدي				
			الفوائد				
			العناصر				
			الأنواع	1	2	الأسبوع الحادي عشر	
			الخدمات				
			المتطلبات				
			المميزات				
			السلبيات				
			المفهوم	1	2	الأسبوع الثاني عشر	
			عوامل النجاح				
			أنواع بطاقات الدفع				

الفصل الرابع

الفصل الرابع					الوقت		عنوان الفصل
طرق القياس	التقنيات	طريقة التدريس	العنوان الفرعي	العملي	النظري	التوزيع الزمني	
			المفهوم	1	2	الثالث عشر والرابع عشر والخامس عشر	
			الأهداف				
			العناصر				
			الخصائص				
			نطاق العمل				
			المتطلبات				
			عوامل النجاح				
			فوائد التطبيق				
			سلبيات التطبيق				

المحتوى العلمي

خارطة القياس المعتمدة

عدد الفقرات	الأهداف السلوكية					الأهمية النسبية	عناوين الفصول	المحتوى التعليمي
	التقييم	التحليل	التطبيق	الفهم	المعرفة			
19						42%	إدارة الأعمال الإلكترونية	الفصل الأول
9						19%	التجارة الإلكترونية	الفصل الثاني
15						27%	السوق الإلكتروني	الفصل الثالث
9						12%	الحكومة الإلكترونية	الفصل الرابع
52						100		المجموع

الفصل الأول : إدارة الاعمال الالكترونية

- يتعرف الطالب على ماهية إدارة الاعمال الالكترونية.
- يتعرف الطالب على عناصر ومكونات ووظائف الإدارة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على مراحل التحول من المنظمة التقليدية الى المنظمة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم متطلبات التحول الى منظمة الكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم عوامل نجاح التطبيق.

رقم المحاضرة:	1
عنوان المحاضرة:	إدارة الاعمال الالكترونية
اسم المدرس:	لجنة (د.نشوان محمد + زهراء طه نقي + دعاء عبدالواحد حميد)
الفئة المستهدفة :	المستوى الثاني
الهدف العام من المحاضرة :	يتعرف الطالب على ماهية إدارة الاعمال الالكترونية والية تطبيقها في المنظمات.
استراتيجيات التيسير المستخدمة	استخدام data show , استخدام whit board ، الاختبارات القبلية والبعديّة.
المهارات المكتسبة	التطبيق الصحيح للإدارة الالكترونية في المنظمات بكافة مجالاتها.
طرق القياس المعتمدة	التعليم التعاوني واسلوب حل المشكلات والعصف الذهني.

إدارة الاعمال الالكترونية *E-Business Management*

لقد أصبحت تقنية المعلومات الإدارية عنصرا أساسية ومهمة في المؤسسات بمختلف أنواعها واختصاصاتها صغيرة أو كبيرة لكونها أداة مهمة في عملية إنجاز الأعمال بشكل كفاء ودقيق وسريع، وكذلك مواجهة التحديات الجديدة التي تفرضها الثورة المعلوماتية في الوقت الحاضر . وقبل التتطرق الى مفهوم الإدارة الالكترونية لابد من التعرف الى بعض المصطلحات الخاصة بعلم الإدارة و ادارة الاعمال تحديدا ومنها :

علم الإدارة : حد فروع العلوم الإنسانية الحديثة التي تعنى بتطوير بيئة العمل في الشركات والمؤسسات، ويمكن تعريف هذا العلم بأنه مجموعة القواعد المنظمة والمبادئ العلمية التي تهتم بالاستخدام الأمثل من موارد المؤسسات أو الشركات بأقل كلفة ووقت وجهد أفضل جودة وخدمة.

ادارة الاعمال : عملية تنظيم وتنسيق الأعمال التجارية والتي تشمل عادةً عدّة عمليات، منها؛ إنتاج الآلات والمواد، والتمويل، والابتكار، والتسويق، كما أنّ الإدارة مسؤولة عن التخطيط، والتنظيم، والتحكّم بمصادر الأعمال وتوجيهها نحو تحقيق أهداف السياسة العامة للمؤسسة أو الشركة.

مستويات إدارة الأعمال:

يتحكّم حجم المؤسسة بعدد المستويات الإدارية فيها، فكلّما كبر حجم المؤسسة زادت عدد مستوياتها الإدارية، وبشكل عام هناك ثلاث مستويات إدارية وهي كالتالي:

- **الإدارة العليا:** تتألّف من مجلس الإدارة الذي يقوم بصياغة السياسات العامة والمسؤول عن توجهات الشركة ونجاحها بشكل عام، لكنّه لا يُشارك بالشؤون اليومية للمؤسسة إنّما يتمّ تفويض هذه المهام إلى المدراء الإداريين أو المدراء العامّين الذين يُطلق عليهم اسم الرؤساء التنفيذيين، ومن المهام الأخرى للإدارة العليا:

✓ تحديد الأهداف.

✓ تنظيم العمل.

✓ تطوير الموارد الرئيسية.

- **الإدارة الوسطى** تُعنى بتنفيذ السياسات والخطط التي تُحددها الإدارة العليا، وتتألّف من رؤساء الأقسام والمدراء التنفيذيين، إذ يقوم موظفو الإدارة الوسطى بعدد من المهام ومنها :

✓ ترجمة سياسات المؤسسة.

✓ إعداد الهيكل التنظيمي.

✓ إصدار التعليمات لمن يتبعهم على السلم الوظيفي.

✓ تحفيز الموظفين لزيادة الإنتاجية.

✓ جمع المعلومات والتقارير حول الإنتاجية والإنجاز.

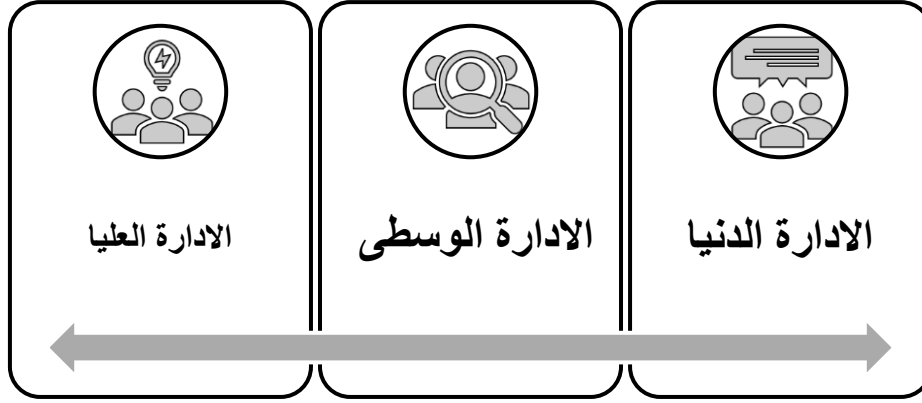
- **الإدارة الدنيا :** يُطلق هذا المصطلح على المشرفين، ومدراء المكاتب، والتابعين لرؤساء الأقسام، حيث يتواصل مدراء الإدارة الدنيا مع الموظفين بشكل مباشر ومن أهم وظائفهم:

✓ تنفيذ الأعمال.

✓ الحفاظ على مستوى وجودة المنتج والعمل.

✓ الحفاظ على الانضباط بين العمال. الحفاظ على الوقت والموارد.

✓ تزويد العُمال بالتعليمات والمعلومات اللازمة وتوجيههم أثناء العمل.



اما شكل التسلسل الإداري في الإدارة الالكترونية تتضمن فقط الإدارة العليا والإدارة الدنيا التشغيلية حيث يؤدي الى تقليل كلفة (رواتب موظفين الإدارة الوسطى) وأيضا تقليص حجم المنظمة خاصة بعد ظهور المنظمات الشبكية التي تعتمد على تقنية المعلومات بشكل كبير فيصبح الهيكل التنظيمي للإدارة الالكترونية مكون من مستويين كما في الشكل الاتي :



مفهوم الإدارة الالكترونية :

- عرفت الإدارة الالكترونية من قبل العديد من المفكرين والباحثين ومن هذه التعريفات ما يلي:
- هي عملية تمثل جميع مهام وأنشطة المؤسسات الإدارية بالاعتماد على جميع تقنيات المعلومات الضرورية، للوصول إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الورق وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين والإنجاز السريع والدقيق للمهام والمعاملات لتكون كل أداة جاهزة لربطها مع الحكومة الالكترونية لاحقا.
 - كما تم تعريفها على أنها العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في تخطيط وتوجيه ورقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة وآخرون بدون حدود من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

وبالتالي يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية علي أنها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتقنيات الحديثة لتنفيذ الأعمال الإدارية وتقديم الخدمات الكترونية في أي مكان وزمان، مما يؤدي إلى زيادة جودة الأداء وسرعة التنفيذ وخفض التكلفة، والدقة والسرعة في تقديم الخدمات، وتطوير التنظيم الإداري، وتبسيط الإجراءات وتوفير المعلومات الصحيحة، وسرعة اتخاذ القرارات المبنية على معلومات دقيقة ومباشرة.

- المقارنة بين المفهومين التقليدي والإلكتروني للإدارة:

المعيار	الإدارة التقليدية	الإدارة الإلكترونية
المفهوم	ذلك الجهد الإنساني الذي يتعلق بتخطيط وتنظيم وقيادة ورقابة الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهداف محددة بكفاءة وفعالية	تبادل الأعمال والمعاملات بين الأطراف من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من الاعتماد على استخدام الوسائل
طبيعة الوسائل	تعتمد على الوسائل التقليدية لإجراء الاتصالات بين أطراف التعامل	تتم الاتصالات فيها باستخدام الشبكات الإلكترونية.
طبيعة العلاقة بين أطراف التعامل	تكون علاقاتها بين أطراف التعامل مباشرة	انتفاء وجود العلاقة المباشرة بين أطراف التعامل، حيث توجد أطراف التعامل مع أو في نفس الوقت على شبكات الاتصالات الإلكترونية.
طبيعة التفاعل	التفاعل بين أطراف التعامل يتسم بالبطء النسبي	يتسم بالسرعة وكذلك يحقق التفاعل الجمعي أو المتوازي بين فرد ما ومجموعة ما من خلال استخدام شبكات الاتصالات الإلكترونية
نوعية الوثائق المستخدمة	تعتمد بشكل أساسي على الوثائق الورقية	تتم ممارسات الإدارة الإلكترونية دون استخدام أية وثائق ورقية.
نطاق خدمة العملاء	توفر وجود خدمات للأفراد لمدة خمسة أيام في الأسبوع وذلك وفقا لمواعيد عمل المنظمات	يستمر العمل لمدة سبعة أيام في الأسبوع ولمدة أربع وعشرين ساعة يوميا في الإدارة الإلكترونية
الاعتماد على الإمكانيات المادية والبشرية	وجود استغلال الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة أفضل استغلال ممكن .	تعتمد على استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي

أهمية إدارة الأعمال الإلكترونية :

الإدارة الإلكترونية واحدة من أهم أنواع الإدارة ولها العديد من الفوائد، ويمكن القول إن أبرز ما في أهميتها ما يأتي:

أولاً: تطوير مستوى أداء المؤسسات الحكومية من خلال تسهيل وتبسيط إجراءات الأعمال والمعاملات، حيث يؤدي التحول إلى الحكومة الإلكترونية إلى تحسين أداء الخدمات الحكومية بوقت أقصر وبجودة أعلى.

ثانياً: خفض تكاليف الإنتاج وزيادة ربح المؤسسة إن الشكل التقليدي للمؤسسة الذي يتم الاعتماد فيه على استعمال عدد كبير من الموظفين واستعمال الهياكل التنظيمية المعقدة، يختلف عن الشكل الإلكتروني للمؤسسة الذي يحتاج قوى عاملة قليلة دون الالتزام بمواقع جغرافية معينة، وهذا يقوم بدوره بانعكاسه على التكلفة ويؤدي إلى تخفيضها.

ثالثاً: اتساع مجال الأسواق التي تتعامل فيها المؤسسة وذلك بسبب التغطية الكبيرة لشبكات الاتصال الإلكترونية والتي عن طريقها تزول القيود الجغرافية، وهذا يقوم بجعل المشتري بالاستحواذ على نسبة أكبر للاختيار والتفضيل بين المنتجات المتنوعة.

رابعاً: تحسين جودة المنتجات وزيادة الدرجة التنافسية المؤسسة تمنح الإدارة الإلكترونية للمؤسسة فرصة التواجد عن قرب من العملاء والمستهلكين، وهذا الأمر يقوم بتوفير المعلومات عن رغبات العملاء والمشتريين وذلك فيما يرتبط بإنتاج المنتجات المطلوبة، وهذا بدوره يمكن المؤسسة من تطوير جودة المنتجات، فضلاً عن تطوير مستويات الخدمة المقدمة، مما يسبب إلى زيادة التنافس المؤسسة مع المؤسسات الأخرى.

أهداف إدارة الأعمال الإلكترونية

تهدف الأعمال الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها :

1- زيادة كفاءة وفاعلية وإنتاجية العمليات: وتشمل عمليات الإنتاج والتسويق والبيع في جميع مراحل التخطيط والتنفيذ والتقييم والرقابة. وتتحقق كفاءة العمليات من خلال تمكين منظمة الأعمال من القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة ممكنة، وتتحقق فاعلية عمليات المنظمة من خلال تمكين المنظمة من تحقيق أفضل مستوى لأهدافها، أما الإنتاجية فتتحقق من خلال تعظيم المخرجات (من سلع وخدمات) من خلال أقل قدر ممكن من المدخلات.

2- العمل على تخفيض التكاليف : إن استخدام المنظمات لمنهج الأعمال الإلكترونية يؤدي إلى تخفيض تكاليف العمليات التشغيلية والعمليات المالية إلى درجة تساعد هذه المنظمات في تحقيق ميزة تنافسية من خلال الكلفة Cost.

3- إنجاز العمليات المختلفة في أقل وقت ممكن: إذ أن منهج الأعمال الإلكترونية يقود إلى تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أية عملية تشغيلية أو عملية تسويقية أو عملية بيعية أو عملية مالية أو عملية تسليم Delivery، وبذلك فإن منهج الأعمال الإلكترونية يؤدي إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن On-Time Delivery & Fast Delivery.

4- تحقيق اتصال أفضل وأسرع: وتشمل عمليات الاتصال بـ (المشترين، المستهلكين، الزبائن، المستخدمين)، إذ أن شبكة الإنترنت توفر للمنظمة وسائل ومنافذ جديدة للاتصال بالمشترى بصورة واسعة جداً، فهي شبكة عالمية تمكن المنظمة من كسب زبائن من جميع أنحاء العالم مجتازة الحدود الجغرافية والسياسية وتتمكن من بناء وزيادة حصتها السوقية في السوق الإلكترونية بصورة أفضل وأكبر مما هو في واقع الأعمال التقليدية. من جانب آخر تستطيع منظمات الأعمال الاتصال بالزبائن (المشترين) والإجابة والرد على رسائلهم وطلباتهم واستفساراتهم بصورة سريعة باستخدام أسلوب البريد الإلكتروني والرسائل الإلكترونية الأخرى عبر الإنترنت، وفي أسوأ الأحوال فإن الزبون المشترى الحالي أو المحتمل - يتوقع رداً على رسالته خلال 24 ساعة على الأكثر. والبريد الإلكتروني يمثل الخدمة الأكثر انتشاراً والأكثر استخداماً على شبكة الإنترنت.

5- تمكين منظمة الأعمال من تحقيق الدعم والإسناد المطلوب للمشترين (الزبائن): من خلال الإنترنت، إذ أن منهج الأعمال الإلكترونية يلعب أدواراً مهمة لا يمكن أن تُمارس بنفس الدقة والأسلوب باستخدام الوسائل التقليدية، فالأعمال الإلكترونية توفر خدمات أفضل في مجالات السيطرة على المخزون (من خلال التفعيل الإلكتروني لنظم الإنتاج الحديثة مثل نظام تخطيط الاحتياجات من المواد Material Requirements Planning - MRP1 ونظام تخطيط الموارد التصنيعية Manufacturing Optimized Production Resource Panning-MRP2 وتكنولوجيا الإنتاج الأمثل Technology-OPT - ونظام الإنتاج في الوقت المناسب Just in Time-JIT، وجعل هذه النظم تعمل من خلال شبكة الإنترنت والإنترنت والإكسترنانت). من جانب آخر فإن منهج الأعمال الإلكترونية يقدم خدمات إسناد أفضل فيما يخص تسهيل المعاملات والعقود البيعية والمالية وغيرها.

6- زيادة مستوى جودة العمليات: لقد أصبحت منظمات الأعمال تتبنى الجودة كمنهج متكامل، وقد برز ما يعرف باسم إدارة الجودة الشاملة ، وتسعى المنظمات من خلال تبني منهج الأعمال الإلكترونية إلى تعزيز وتكريس مفهوم إدارة الجودة الشاملة في جميع عمليات المنظمة وهنا ينبغي مراعاة العلاقة الجدلية

بين الجودة والكلفة والإنتاجية. إن منهج الأعمال الإلكترونية يمتلك الوسائل التي تخفض مستوى تكاليف المدخلات مع زيادة مستوى الإنتاجية دون أن يمس ذلك بالجودة ، بل أن هناك جهوداً مستمرة للتحسين والتطوير ورفع مستويات جودة المخرجات باستمرار من خلال نشر وظيفة الجودة .

عناصر الإدارة الإلكترونية :

تتكون الإدارة الإلكترونية من ثلاث عناصر أساسية :

- **شبكة من الحواسيب وملحقاتها Hardware:** وتعني المكونات المادية للحاسوب وشبكاته وملحقاته وتتضمن أيضاً شبكة قوية وأمنة وسريعة من خلال ربط الحواسيب بالانترنت.
- **البرمجيات Software :** وهي بنية معلوماتية تتضمن مجموعة من برامج النظام (نظام إدارة الشبكة ونظم التشغيل)، وأدوات تدقيق البرمجة، وتطبيقات البريد الإلكتروني، وبرامج إدارة المشاريع وقواعد البيانات.
- **العنصر البشري او الموارد الإنسانية Brain ware:** والذي يتمثل بأشخاص مدربين على استخدام التقنيات الحديثة، وأشخاص مؤهلين تقنياً في تقديم الدعم الفني والتقني، وتطوير النظم المعلوماتية، كما يشمل المدراء كذلك، ومع تعاون هؤلاء الأشخاص سيخلق ثقافة تتغير معها طرق التفكير، وأساليب العمل الإداري ، كما موضح بالشكل ادناه :



مكونات الأعمال الإلكترونية:

- **ذكاء الأعمال:** يدور حول الأنشطة التي قد تقوم بها شركة صغيرة لجمع وتخزين والوصول وتحليل المعلومات حول السوق أو المنافسة للمساعدة في اتخاذ القرار. عند إجرائه عبر الإنترنت، يكون ذكاء الأعمال فعالاً وسريعاً، مما يساعد الشركات على تحديد الاتجاهات الجديدة بالملاحظة واتخاذ قرارات أفضل بشكل أسرع.
- **إدارة علاقات العملاء:** هو نهج خدمة العملاء يركز على بناء علاقات طويلة الأجل ومستدامة مع العملاء تضيف قيمة للعميل والشركة. إنها استراتيجية على مستوى الشركة تتم عن طريق جمع المعلومات من جميع مصادر البيانات لإعطاء نظرة شاملة واحدة لكل عميل في الوقت المناسب. الهدف هو تقليل التكاليف وزيادة الربحية مع توفير رضا العملاء.
- **سلسلة التوريد:** هي شبكة من البائعين الذين يقدمون المكونات الأولية اللازمة لصنع منتج أو تقديم خدمة. الهدف هو تحسين الطريقة التي تعثر بها الشركة على تلك المكونات الخام بكفاءة وفعالية ومن ثم تسليم المنتج أو الخدمة إلى العميل.
- **نظام تخطيط موارد المؤسسات:** هو دمج جميع الإدارات والوظائف في الشركة في نظام كمبيوتر واحد يمكن أن يخدم الاحتياجات الخاصة لكل قسم. الهدف هو توفير المعلومات بسرعة وكفاءة لمن يحتاجها.
- **التجارة الإلكترونية:** هي تسويق وبيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت. تولد إيرادات وترتبط التجارة الإلكترونية عادةً بالتسويق الإلكتروني.
- **المعاملات الإلكترونية داخل الشركة:** تتم عبر شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني والرسائل الفورية. الهدف هو تبسيط إجراءات العمل والسماح بتبادل المعلومات بسهولة داخل المنظمة.
- **التعاون:** يمكن أن يحدث التعاون داخلياً أو خارجياً، وغالباً يشمل شركاء الأعمال. الهدف هو مساعدة الفرق أو شركاء العمل على التواصل مع بعضهم البعض بشكل أكثر فعالية وكفاءة وإدارة المشاريع والمواد المشتركة وتوفير تكاليف السفر، وتقليل خسائر الإنتاجية المتعلقة بالسفر.
- **النشاطات عبر الأنترنت بين الشركات:** هي التواصل ومشاركة المعلومات عبر البريد الإلكتروني، والرسائل الفورية، ومجموعات الأخبار، ولوحات الإعلانات، والغرف الافتراضية، والاجتماعات عبر الإنترنت.

وظائف الإدارة الإلكترونية :

- تغطي الإدارة الإلكترونية مجموعة واسعة من الوظائف التي تدعم العمليات المؤسسية، منها:
- أ. إدارة المعلومات: من خلال جمع وتخزين البيانات بشكل إلكتروني، وتحليل البيانات واستخلاص التقارير لدعم اتخاذ القرار.
 - ب. التواصل المؤسسي: ويتم بتسهيل التواصل الداخلي بين الموظفين والإدارة، وتحسين التواصل الخارجي مع العملاء والشركاء.
 - ج. إدارة الموارد البشرية: من خلال استخدام نظم إدارة الموارد البشرية لإدارة شؤون الموظفين، تحسين عمليات التوظيف والتدريب والتقييم.
 - د. إدارة العمليات: وتتم بتحسين العمليات التشغيلية والإدارية، واستخدام تقنيات الأتمتة لتسريع وتبسيط العمليات.
 - هـ. إدارة العلاقات مع العملاء: من خلال تحسين تجربة العملاء من خلال التفاعل الفوري والدعم الفني، واستخدام نظم CRM لتعزيز العلاقات مع العملاء.

أنماط الإدارة الإلكترونية

تأخذ الإدارة الإلكترونية أنماطاً مختلفة وأشكالاً متعددة تتفق مع طبيعة العمل لدى المؤسسة بما يحقق أهدافها. من تلك الأنماط ما يلي:

- 1 - الحكومة الإلكترونية:

تعد الحكومة الإلكترونية أحد أنماط الإدارة الإلكترونية، ويقصد بها إدارة الشؤون العامة بواسطة وسائل إلكترونية لتحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية وسياسية، والتخلص من الأعمال الروتينية والمركزية، بشفافية عالية. ويمكن أن يتمثل ذلك في إنجاز الخدمات الحكومية بين الجهات المختلفة مثل: العلاقة بين الحكومة والحكومة. والعلاقة بين الحكومة والأفراد. والعلاقة بين الحكومة والشركات. والعلاقة بين الحكومة والموظف.

2- التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي تبادل المعلومات والخدمات عبر شبكة الإنترنت لتحقيق التنمية الاقتصادية بصورة سريعة. ويمكن أن يتحقق الدفع من خلال البطاقات البنكية. وتعد التجارة الإلكترونية أول تطبيق للإدارة الإلكترونية.

3- الصحة الإلكترونية:

تقوم الصحة الإلكترونية بتوفير الاستشارات والخدمات والمعلومات الطبية إلى المرضى عبر وسائل إلكترونية. فالمريض يستطيع متابعة نتائج الفحوصات الطبية والتحليل والمعلومات والخدمات عبر الشبكة المحلية للمستشفى أو عبر شبكة الإنترنت كما يمكن إجراء العمليات الجراحية في دولة وأن يكون الطبيب الاستشاري في دولة أخرى. كما يمكن تقليل أوقات الانتظار للمراجعين. فالمريض عندما يخرج من عيادة الطبيب ويتجه إلى الصيدلية يكون الدواء في انتظاره لدى الصيدلي. لأن الطبيب أرسل وصفة الدواء إلكترونياً إلى الصيدلية.

4. التعليم الإلكتروني :

في التعليم الإلكتروني يمكن إجراء المحاضرات الدراسية والاختبارات التحريرية ومناقشة الرسائل العلمية عبر الشبكة المحلية للمنشأة أو عبر شبكة الإنترنت. كما يمكن الاستفادة من الدروس المجانية المنشورة على شبكة الإنترنت.

5. النشر الإلكتروني :

من خلال النشر الإلكتروني يمكن متابعة الأخبار العاجلة والنشرات الاقتصادية والاجتماعية والإطلاع على آخر المؤلفات، والاستفادة من محركات البحث المتنوعة وتحقيق سرعة الحصول على المعلومة من مصادرها الأصلية.

خصائص الإدارة الإلكترونية

1. السرعة والوضوح : وذلك من خلال تخط حواجز الإدارة البيروقراطية، والابتعاد عن عقباتها ومعوقات الإدارة، والتخلص منها بشكل كلي في ظل السيطرة التامة للإدارة الإلكترونية على معلوماتها ومعاملاتها، إلى جانب ضمان سرعة إنجاز المعاملات بسرعة فائقة وإرسالها واستقبالها.
2. عدم التقيد بالزمان والمكان : حيث تتيح إمكانية المراجعة خلال 24 ساعة، فمواقع الإدارة متوفرة عبر الإنترنت، أو من خلال أجهزتها المنتشرة في الشوارع على سبيل المثال (البنوك) حيث يتكفل الحاسوب بالإجابة عن كافة استفسارات المراجع ويستقبل منه معاملاته بيسر عبر جملة من الخيارات والأوامر التي يقدمها للمراجع.
3. إدارة المعلومات والاحتفاظ بها: وذلك عن طريق العمل على توفير برامج للمراجع، تساعد في إنجاز معاملاته، عبر شاشاتها وأزرارها ، وتبسيطها له بدرجة شبه تعليمية.

4. المرونة : ويرجع ذلك للاستجابة السريعة للأحداث والتفاعل معها، مخترقة بذلك حدود الزمان والمكان وتعثّر الاتصال، مما يساعد الإدارة على تقديم كثير من الخدمات، لم تكن متوفرة في السابق بسبب حواجز الإدارة التقليدية.
5. الرقابة المباشرة والصادقة : وذلك من خلال مراقبة مواقع عملها المختلفة في كافة المواقع الإدارية، وكل منافذها وأجهزتها التي يتعامل معها الجمهور .
6. السرية والخصوصية : وذلك من خلال ما تقتنيه الإدارة من برامج تمكنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة، وعدم توفرها إلا لذوي الصلاحية الذي يعرفون كلمة المرور للنفوذ إلى تلك المعلومات بسهولة.

تطبيق الإدارة الالكترونية

أولاً : التحول الى الإدارة الالكترونية :

إن التحول إلى الإدارة الإلكترونية ليس درياً من دروب الرفاهية وإنما حتمية تفرضها التغيرات العالمية، ففكرة التكامل والمشاركة وتوظيف المعلومات أصبحت أحد محددات النجاح لأي مؤسسة وقد فرض التقدم العلمي والتقني والمطالبة المستمرة برفع جودة المخرجات وضمان سلامة العمليات، كلها من الأمور التي دعت إلى التطور الإداري نحو الإدارة الإلكترونية .ويمثل عامل الوقت أحد أهم مجالات التنافسية بين المؤسسات، فلم يعد من المقبول الآن تأخر تنفيذ العمليات بدعوة التحسين والتجويد وذلك لارتباط الفرص المتاحة أمام المؤسسات بعنصر التوقيت .ويمكن تلخيص الأسباب الداعية للتحول الإلكتروني في النقاط التالية:

- 1- الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال.
- 2- القرارات والتوصيات الفورية والتي من شأنها إحداث عدم توازن في التطبيق.
- 3- ضرورة توحيد البيانات على مستوى المؤسسة.
- 4- صعوبة الوقوف على معدلات قياس الأداء.
- 5- ضرورة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة.
- 6- التوجه نحو توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في اتخاذ القرارات
- 7- ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتميز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس.
- 8 - حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل

مراحل التحول الى الإدارة الالكترونية :

التحول إلى الإدارة الإلكترونية يحتاج إلى عدة مراحل كي تتم العملية بشكل يحقق الأهداف المرجوة ومن تلك المراحل ما يأتي:

1- قناعة ودعم الإدارة العليا في المنظمة أو في الدولة:

ينبغي على المسؤولين بالمنشأة أن يكون لديهم القناعة التامة والرؤية الواضحة لتحويل جميع المعاملات الورقية إلى إلكترونية كي يقدموا الدعم الكامل والإمكانيات اللازمة للتحول إلى الإدارة الإلكترونية .

2- تدريب وتأهيل الموظفين :

الموظف هو العنصر الأساسي للتحول إلى الإدارة الإلكترونية، لذا لا بد من تدريب وتأهيل الموظفين لكي يُنجزوا الأعمال عبر الوسائل الإلكترونية المتوفرة وهذا يتطلب عقد دورات تدريبية للموظفين أو تأهيلهم.

3- توثيق وتطوير إجراءات العمل:

من المعروف أن لكل منشأة مجموعة من العمليات الإدارية أو ما يسمى بإجراءات العمل فبعض تلك الإجراءات غير مدونة على ورق، أو أن بعضها مدون منذ سنوات طويلة ولم يطرأ عليها أي تطوير، لذا لا بد من توثيق جميع الإجراءات وتطوير القديم منها كي تتوافق مع كثافة العمل، ويتم ذلك من خلال تحديد الهدف لكل عملية إدارية تؤثر في سير العمل وتنفيذها بالطرق النظامية، مع الأخذ بالاعتبار قلة التكلفة وجودة الإنتاجية.

4- توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية:

يقصد بالبنية التحتية أي الجانب المحسوس في الإدارة الإلكترونية، من تأمين أجهزة الحاسوب الآلي، وربط الشبكات الحاسوبية السريعة والأجهزة المرفقة معها، وتأمين وسائل الاتصال الحديثة.

5- البدء بتوثيق المعاملات الورقية القديمة إلكترونياً:

المعاملات الورقية القديمة والمحفوظة في الملفات الورقية ينبغي حفظها إلكترونياً بواسطة الماسحات الضوئية Scanners وتصنيفها ليسهل الرجوع إليها.

6. البدء ببرمجة المعاملات الأكثر انتشارًا:

البدء بالمعاملات الورقية الأكثر انتشاراً في جميع الأقسام وبرمجتها إلى معاملات إلكترونية لتقليل الهدر في استخدام الورق، على سبيل المثال: نموذج طلب إجازة يُطبق في جميع الأقسام بلا استثناء فمن الأفضل البدء ببرمجته وتطبيقه .

ثانياً - متطلبات مشروع الإدارة الإلكترونية:

إنّ مشروع الإدارة الإلكترونية شأنه شأن أي مشروع أو برنامج آخر يحتاج إلى تهيئة البيئة المناسبة و المؤاتية لطبيعة عمله كي يتمكن من تنفيذ ما هو مطلوب منه و بالتالي يحقق النجاح و التفوق و إلا سيكون مصيره الفشل و سبب ذلك خسارة في الوقت و المال و الجهد و نعود عندها إلى نقطة الصفر فالإدارة هي ابنة بيئتها تؤثر و تتأثر بكافة عناصر البيئة المحيطة بها و تتفاعل مع كافة العناصر السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و التكنولوجية لذلك فان مشروع الإدارة الإلكترونية يجب أن يراعي عدّة متطلبات منها :

1. شبكة اتصالات حديثة:

إن الإدارة الإلكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب إن لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات والبيانات و بنية تحتية متطورة للاتصالات السلكية و اللاسلكية تكون قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المؤسسات الإدارية نفسها من جهة و بين المؤسسات و المواطن من جهة أخرى.

2. توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات:

هي الوسائل والخدمات التي نستطيع بواسطتها التواصل، ومنها أجهزة_الكمبيوتر الشخصية والمحمولة والهاتف الشبكي وغيرها من الأجهزة التي تمكننا من الاتصال بالشبكة العالمية أو الداخلية في البلد وبأسعار معقولة تتيح لمعظم الناس الحصول عليها.

3. توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمة بالانترنت:

التشديد على أن تكون الأسعار معقولة قدر الإمكان من أجل فتح المجال لأكثر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الإدارة الإلكترونية في أقل جهد و أقصر وقت و أقل كلفة ممكنة.

4. التدريب و بناء القدرات:

ويشمل تدريب كافة الموظفين على طرق استعمال أجهزة الكمبيوتر وإدارة الشبكات وقواعد المعلومات والبيانات وكافة المعلومات اللازمة للعمل على إدارة وتوجيه "الإدارة الإلكترونية" بشكل سليم ويفضل أن يتم ذلك بواسطة معاهد أو مراكز تدريب متخصصة وتابعة للحكومة، إضافة إلى هذا يجب نشر ثقافة استخدام "الإدارة الإلكترونية" و طرق و وسائل استخدامها للمواطنين أيضا وبنفس الطريقة السابقة.

5. توافر مستوى مناسب من التمويل:

بحيث يمكن التمويل الحكومة من إجراء صيانة دورية وتدريب للكوادر والموظفين والحفاظ على مستوى عال من تقديم الخدمات ومواكبة أي تطور يحصل في إطار التكنولوجيا و"الإدارة الإلكترونية" على مستوى العالم.

6. وجود التشريعات و النصوص القانونية:

التي تسهل عمل الإدارة الإلكترونية وتضفي عليها المشروعية و المصادقية وكافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

7. توفير الأمن الإلكتروني و السرية الإلكترونية :

على مستوى عال لحماية المعلومات الوطنية والشخصية ولصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث والتركيز على هذه النقطة لما لها من أهمية و خطورة على الأمن القومي والشخصي للدولة والأفراد.

8. خطة تسويقية دعائية شاملة للترويج لاستخدام الإدارة الإلكترونية :

وإبراز محاسنها و ضرورة مشاركة جميع المواطنين فيها و التفاعل معها و يشارك في هذه الحملة جميع وسائل الإعلام الوطنية من إذاعة و تلفزيون و صحف و الحرص على الجانب الدعائي و إقامة الندوات و المؤتمرات و استضافة المسؤولين و الوزراء والموظفين في حلقات نقاش حول الموضوع لتهيئة مناخ شعبي قادر على التعامل مع مفهوم الإدارة الإلكترونية.بالإضافة إلى هذه العناصر يجب توفير بعض العناصر الفنية و التقنية التي تساعد على تبسيط و تسهيل استخدام الإدارة الإلكترونية بما يتناسب مع ثقافة جميع المواطنين و منها: توحيد أشكال المواقع الحكومية والإدارية و توحيد طرق استخدامها و إنشاء موقع شامل كدليل لعناوين جميع المراكز الحكومية الإدارية في البلاد.

ثالثاً : خطوات تطبيق الإدارة الإلكترونية :

التحول إلى الإدارة الإلكترونية يحتاج إلى عدة مراحل كي تتم العملية بشكل يحقق الأهداف المرجوة وحتى تتمكن كافة المنظمات والمؤسسات من الاستفادة القصوى من التقنية الحديثة واستثمارها الاستثمار الأفضل , وتحويل تلك المنظمات إلى منظمات رقمية , تتعامل بكافة وسائل التقنية الحديثة في انجاز معاملاته وإجراءاتها الإدارية. وهناك خطوات لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المنظمات , وهي كالتالي

1 - إعداد الدراسة الأولية :

ولإعداد هذه الدراسة لابد من تشكيل فريق عمل يضم بعضويته متخصصين في الإدارة والمعلوماتية؛ لغرض معرفة واقع حال الإدارة من تقنيات المعلومات وتحديد البدائل المختلفة وجعل الإدارة العليا على بينه من كل النواحي المالية والفنية والبشرية.

2 - وضع خطة التنفيذ:

عند إقرار توصية الفريق من قبل الإدارة العليا في تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة , لابد من إعداد خطة متكاملة ومفصلة لكل مرحلة من مراحل التنفيذ.

3 - تحديد المصادر:

التي تدعم الخطة بشكل محدد وواضح, ومن هذه المصادر الكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة لغرض التنفيذ والأجهزة والمعدات , والبرمجيات المطلوبة , ويعنى هذا تحديد البنية التحتية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في هذه الإدارة أو المؤسسة.

4- تحديد المسؤولية:

عند تنفيذ الخطة , لابد من تحديد الجهات التي سوف تقوم بتنفيذها وتمويلها بشكل واضح ضمن الوقت المحدد في الخطة والكف المرصودة إليها.

الآثار التنظيمية والإدارية المترتبة على تطبيق الإدارة الإلكترونية:

الإدارة الإلكترونية تعني تحويل جميع العمليات الإدارية ذات الطبيعة الورقية إلى عمليات ذات طبيعة إلكترونية باستخدام التطورات التقنية الحديثة " العمل الإلكتروني " أو "الإدارة بلا أوراق". وإدراكاً بأن الانتقال إلى الحكومة الإلكترونية ليس مجرد انتقال تقني أو تكنولوجي فحسب بل هي عملية مستمرة تتطلب تغيير النظرة الوظيفية والهياكل الإدارية التنظيمية ومستويات ترابطها أفقياً وعمودياً . كما أن التحول إلى اقتصاد المعرفة والمعلومات

يتطلب تغيرات واسعة في الجوانب التنظيمية والإدارية للمنظمات وصولاً لمنظمات تتمتع بمرونة أكبر في عملية الاتصال ونقل وتبادل المعلومات من خلال الارتباط بشبكة المعلومات. وفيما يأتي أبرز الآثار التنظيمية والإدارية التي تطرأ على المنظمة نتيجة التحول إلى الإدارة الإلكترونية:

1. إحلال هيكل شبكي متحرك ومتغير محل هيكل تنظيمي ساكن وجامد، وجعل المنظمة أكثر (تسطيحاً وأقل تعقيداً).
2. تغير الكثير من المفاهيم الإدارية المتعلقة بخطوط السلطة الرسمية .
3. تقليص حجم الوظائف والمستويات الإدارية وتقليل الحاجة للأعمال الكتابية وتقليل الاعتماد على الإدارة الوسطى .
4. تغير أنواع العاملين من عمال كتابيين إلى عمال معرفة (*Knowledge worker*).
5. يعتبر الالتفات لتطبيق الإدارة الإلكترونية خطوة مهمة إلى الأمام ، وتغيراً نوعياً لبيئة العمل. وعليه ينبغي الإحاطة بكافة التغيرات الأخرى غير الآثار التنظيمية والإدارية التي تطرأ على المنظمة كالتأثيرات التشريعية والقانونية والتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافة المهنية الجديدة المنسجمة مع بيئة العمل الإلكتروني ... ، كما ينبغي عقد ندوات وورش عمل تخصصية مكثفة للتثقيف بالإدارة الإلكترونية حتى تتظافر الجهود لأنضاج هذا المشروع وإدخاله حيز التطبيق.

عوامل النجاح في الإدارة الإلكترونية :

على المسؤولين في المنظمة الحكومية أو الأهلية الذين يرغبون التحول إلى الإدارة الإلكترونية أن يأخذوا في الاعتبار عدة عوامل لتحقيق النجاح في المنشأة. ومن أهمها :

1. وضوح الرؤية الإستراتيجية للمسؤولين في المنشأة والاستيعاب الشامل لمفهوم الإدارة الإلكترونية من تخطيط وتنفيذ وإنتاج وتشغيل وتطوير. كما نلاحظ في بعض الدوائر الحكومية والشركات التجارية وجود إعلانات كبيرة بالمنشأة لتوضيح الرؤية والرسالة
2. الرعاية المباشرة والشاملة للإدارة العليا بالمنظمة والابتعاد عن الاتكالية والارتجالية في معالجة الأمور.
3. التطوير المستمر لإجراءات العمل، ومحاولة توضيحها للموظفين لإمكانية استيعابها، وفهم أهدافها مع التأكيد على تدوينها وتصنيفها .

4. التدريب والتأهيل وتأمين الاحتياجات التدريبية لجميع الموظفين كلاً حسب تخصصه .
5. التحديث المستمر لتقنية المعلومات ووسائل الاتصال .
6. تحقيق مبدأ الشفافية والتطبيق الأمثل للواقعية .
7. تأمين سرية المعلومات للمستفيدين .
8. الاستفادة من التجارب السابقة وعدم تكرار الأخطاء .
9. التعاون الإيجابي بين الأفراد والإدارات داخل المنظمة وترك الاعتبارات الشخصية.

السلبات المحتملة لتطبيق مشروع الإدارة الالكترونية

قد يعتقد البعض أنه وعند تطبيق إستراتيجية "الإدارة الالكترونية" سوف تزول كل المصاعب والمشاكل الإدارية والتقنية، لكن الواقع يشير إلى أمر مختلف، بمعنى أن تطبيق الإدارة الالكترونية سيحتاج إلى تدقيق مستمر ومتواصل لتأمين استمرار تقديم الخدمات بأفضل شكل ممكن مع الاستخدام الأمثل للوقت والمال والجهد آخذين بعين الاعتبار وجود خطط بديلة أو خطة طوارئ في حال تعثر الإدارة الالكترونية في عملها لسبب من الأسباب أو لسلبية من السلبات المحتملة لتطبيق الإدارة الالكترونية و هي بشكل عام ثلاث سلبات رئيسية هي:

1- التحسس الالكتروني:

بعد ثورة المعلومات و التقنيات التي اجتاحت العالم، قلّصت دول العالم خاصة المتطورة منها اعتمادها على العنصر البشري على الرغم من أهميته وألويته في كثير من المجالات لصالح التقنية، والتجسس إحدى هذه المجالات، ومن الطبيعي أنه عندما تعتمد إحدى الدول على نظام "الإدارة الالكترونية" فإنها ستحوّل أرشيفها إلى أرشيف الكتروني كما سبق و ذكرنا و هو ما يعرّضه لمخاطر كبيرة تكمن في التجسس على هذه الوثائق و كشفها ونقلها وحتى إتلافها لذلك فهناك مخاطر كبيرة من الناحية الأمنية على معلومات ووثائق وأرشيف الإدارة سواء المتعلقة بالأشخاص أو الشركات أو الإدارات أو حتى الدول، و مصدر خطر التجسس الالكتروني يأتي غالبا من ثلاث فئات:

- الفئة الأولى هي الأفراد العاديون .
- الفئة الثانية هي الهاكرز (القراصنة) .
- الفئة الثالثة هي أجهزة الاستخبارات العالمية للدول .

2- زيادة التبعية للخارج :

من المعلوم إن الدول العربية ليست دولا رائدة في مجال التكنولوجيا و المعلومات وهي دول مستهلكة و مستعملة لهذه التكنولوجيا على الرغم من أن هناك أعداد كبيرة من العلماء العرب والاختصاصيين في مجال التكنولوجيا في العالم أو من أصل عربي، إن الإدارة الالكترونية تعتمد بمعظمها إن لم نقل بأكملها على التكنولوجيا الغربية فان ذلك يعني أنه سيزيد من مظاهر تبعية الدول المستهلكة للدول الكبرى الصناعية وهو ما له انعكاسات سلبية كثيرة خاصة كما ذكرنا أعلاه في المجال الأمني للإدارة الالكترونية فالاعتماد الكلي على تقنيات أجنبية للحفاظ على أمن معلوماتنا و تطبيقها على الشبكات الرسمية التابعة للدول العربية هو تعريض الأمن الوطني لهذه الدول للخطر ووضعه تحت سيطرة دول غربية بغض النظر عما إذا كانت هذه الدول عدوة أم صديقة فالدول تتجسس على بعضها البعض بغض النظر عن نوع العلاقات بينها، ولا يقتصر الأمر على التجسس على المعلومات لأهداف عسكرية و سياسية بل يتعداه إلى القطاع التجاري لكي تتمكن الشركات الكبرى من الحصول على معلومات تعطىها الأفضلية على منافستها في الأسواق .

3- شلل الإدارة: إن التطبيق غير السوي و الدقيق لمفهوم وإستراتيجية "الإدارة الالكترونية" والانتقال دفعة واحدة من النمط التقليدي للإدارة إلى الإدارة الالكترونية دون اعتماد التسلسل والتدرج في الانتقال من شأنه أن يؤدي إلى شلل في وظائف الإدارة لأنه عندها نكون قد تخلينا عن النمط التقليدي للإدارة و لم ننجز الإدارة الالكترونية بمفهومها الشامل، فنكون قد خسرننا الأولى و لم نربح الثانية مما يؤدي إلى تعطيل الخدمات التي تقدمها الإدارة أو إيقافها ريثما يتم الإنجاز الشامل و الكامل للنظام الإداري الالكتروني أو العودة إلى النظام التقليدي بعد خسارة كل شيء وهذا ما لا يجوز أن يحصل في أي تطبيق لإستراتيجية الإدارة الالكترونية.

معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية

تعتبر التقنية الإلكترونية أحد الموارد الأساسية للمنظمات للتأقلم مع طبيعة العصر الحالي ، إلا أن الدول العربية تواجه مجموعة من القيود والمعوقات التي تعرقل عملية الاستثمار الفعال للتقنية الحديثة ، حيث أن كثيرا من الإدارات فيها تعاني من العديد من السلبيات والتي تمثل في كثرة الإجراءات الروتينية ، وضعف التنسيق بين الوحدات الإدارية ، وعدم مواكبة المستجدات الحديثة في مجال التقنية ومن معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية ما يأتي:.

1. التخبط السياسي الذي يمكن أن يؤدي إلى مقاطعة مبادرة "الإدارة الالكترونية" و في بعض الأحيان تبديل وجهتها، و يشكّل هذا العنصر خطرا كبيرا على مشروع الإدارة الالكترونية.
2. عدم توفر الموارد اللازمة لتمويل مبادرة "الإدارة الالكترونية" لاسيما في حال تدني العائدات المالية الحكومية.
3. تأخير متعمد أو غير متعمد في وضع الإطار القانوني و التنظيمي المطلوب والذي يشكّل أساسا لأي عملية تنفيذ "للإدارة الالكترونية"
4. الكوارث الوطنية الناجمة عن نزاع إقليمي التي يمكنها تعطيل البنية التحتية لفترة من الزمن ممّا من شأنه أن يعيق تنفيذ إستراتيجية الإدارة الالكترونية.
5. مقاومة هائلة للتغيير من قبل الموظفين الحكوميين الذين يخشون على عملهم في المستقبل بعد تبسيط الإجراءات و تنظيم العمليات الحكومية.
7. نقص في القدرات على صعيد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات محليا أو دعم غير كاف من قطاع التكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الدولي للجهود الحكومية الرامية إلى تنفيذ تطبيقات الإدارة الالكترونية.
8. التمسك بالمركزية وعدم الرضا بالتغيير الإداري .
9. النظرة السلبية لمفهوم الإدارة الإلكترونية من حيث تقليصها للعنصر البشري .

الأسئلة البعدية:

1. تكلم عن مفهوم الإدارة الالكترونية ، ثم بين الفرق بين المفوم التقليدي والالكتروني للإدارة؟
2. اشرح بشكل مفصل عناصر الادارة الالكترونية؟
3. تكلم عن أنماط الإدارة الالكترونية؟
4. اذكر اهم الأسباب الداعية الى التحول الى نظام الإدارة الالكترونية؟
5. اشرح وبشكل متسلسل خطوات تطبيق نظام الإدارة الالكترونية؟
6. تكلم عن السلبيات المحتملة المرافقة لتطبيق مشروع الإدارة الالكترونية؟

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية

- يتعرف الطالب على أنواع التجارة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على خصائص ومقومات التجارة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على فوائد وسلبيات التجارة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم المراحل في التجارة الالكترونية.

رقم المحاضرة:	2
عنوان المحاضرة:	التجارة الالكترونية
اسم المدرس:	لجنة (د.نشوان محمد + زهراء طه نقي + دعاء عبدالواحد حميد)
الفئة المستهدفة :	المستوى الثاني
الهدف العام من المحاضرة :	يستطيع الطالب بعد الانتهاء من هذه المحاضرة معرفة مفهوم وأنواع وخصائص التجارة الالكترونية فضلا عن الفوائد والسلبيات والمراحل.
استراتيجيات التيسير المستخدمة	استخدام data show , استخدام whit board ، الاختبارات القبلية والبعديّة
المهارات المكتسبة	الاطلاع على جميع جوانب التجارة الالكترونية ومانتقدمه من فوائد للمنظمة.
طرق القياس المعتمدة	التعليم التعاوني واسلوب حل المشكلات والعصف الذهني

التجارة الالكترونية *Electronic Commerce*

تعد التجارة الالكترونية E-Commerce إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول العربية كي تواكب البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات ممثلة في ازدياد الاهتمام بالتجارة الالكترونية. ونتيجة لذلك فإن

أهمية البحث تتجسد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الإلكترونية وخصائصها ومكانية الدول من تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بنية تحتية قوية.

فالتجارة الإلكترونية هي الطريقة المفضلة لتداول السلع والخدمات. اليوم المزيد والمزيد من الناس يفضلون شراء المقالات عبر الإنترنت والتقنيات المساعدة. العوامل الرئيسية التي تقود ثورة التجارة الإلكترونية هذه هي وسائل التواصل الاجتماعي ، والتقدم في تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية ، وزيادة تفضيل التجارة عبر الهاتف المحمول ، والأوضاع الرقمية الأخرى. دور تطبيقات التجارة الإلكترونية هو الأهم هنا. أنها عمليات استخدام الشبكة الإلكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد العديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل.

وتعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت. كما أشار البعض بأن التجارة الإلكترونية تطلق على مجمل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الإلكترونية كالتبادل الإلكتروني للبيانات والتحويلات الإلكترونية للاموال والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات.

ومن **وجهة نظر عالم الاتصالات** فإنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبرالوسائل التقنية الحديثة، أما من وجهة نظر الاعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة. ويطلق مصطلح **التجارة الإلكترونية E-Commerce** على تنفيذ وإتمام عمليات التسويق والبيع والشراء عبر الوسائل الإلكترونية. وتعد شبكة الإنترنت من أكثر الوسائل الإلكترونية استخداما لهذا الغرض.

وعلى ضوء ما سبق، **فالتجارة الإلكترونية** هي نوع من التعامل التجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل الإلكترونية المتقدمة بين الاطراف المعنية حيث أن حركات البيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن التجارة الإلكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات والوسطاء-السماسرة- والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنت فالمشاركين في الاسواق الإلكترونية من باعه ومشتريين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا" ما يعرفون البضائع والخدمات عبر الانترنت وأجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء بعضهم البعض.

وفي الواقع التطبيقي فإن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من وسائل الدفع، وأنشاء متاجر أفتراضية أو محال بيع على الانترنت، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنت.

أنواع التجارة الإلكترونية:

1. (الشركات – الاعمال) B2B(Business-to-Business) :

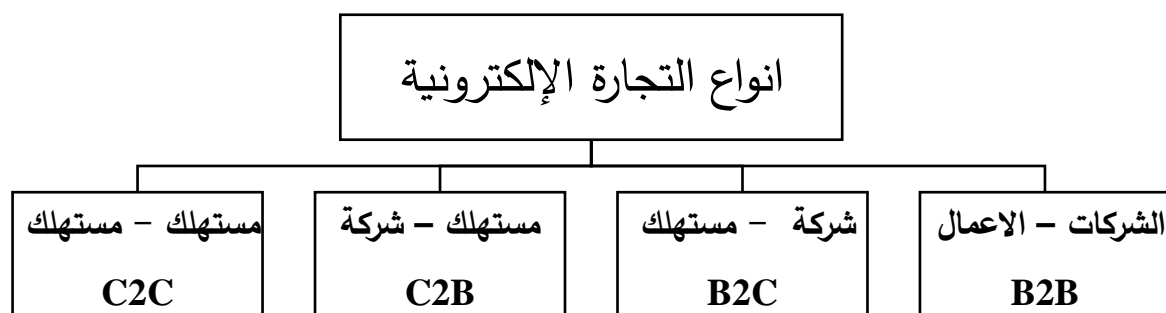
في هذا النوع من التجارة الالكترونية يكون كل المشاركين في التجارة هم نوع الشركات التجارية او مؤسسات خاصة ويمثل هذا النوع من التجارة الالكترونية اكثر من 85% من حجم التجارة الالكترونية . تطبيق التجارة الإلكترونية **B2B** بتوفير السلع والخدمات بين شركتين. ومن ثم ، فإن المنتجات التي يبيعونها ستكون مادة خام لصناعة أخرى. تدخل تطبيقات الأجهزة المحمولة التي تباع قطع غيار السيارات وقطع غيار الآلات،.

2. (شركة - مستهلك) B2C (Business-to-Consumer) :

في هذا النوع من التجارة الالكترونية يكون احد المشاركين في التجارة شركة تجارية والطرف الاخر فرد أو زبون ويتم بيع المنتجات او الخدمات من الشركة الى المستهلك او الفرد . يمثل غالبية تطبيقات الأجهزة المحمولة التي نستخدمها اليوم.

3. (مستهلك – شركة) C2B (Consumer-to-Business) :

في هذا النوع من التجارة الالكترونية يكون احد المشاركين في التجارة شركة والطرف الاخر فرد او زبون ويتم بيع المنتجات او الخدمات من المستهلك او الفرد الى الشركة او المؤسسة التجارية



4. (مستهلك _ مستهلك) C2C (Consumer-to- Consumer) :في هذا النوع من التجارة

الالكترونية يتم بيع المنتجات من فرد او مستهلك الى فرد اخر يحدث التبادل بين مستهلكين أو أكثر. أفضل مثال على هذه التعاملات هو التطبيقات التي تسهل بيع المنتجات بالمزاد العلني.

خصائص التجارة الالكترونية

أبتداءاً" ينبغي التميز بين التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية (E-Business) فالأخيرة هي أوسع نطاق وأشمل من التجارة الالكترونية،وتقوم على فكرة أتمتة الاداء وتحول أنماط العمل في مختلف الانشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدمية في المنشأه ويدخل ضمن هذا المفهوم المصنع الالكتروني المؤتمت والبنك الالكتروني وشركة التأمين الالكترونية والحكومة الالكترونية. في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري يتم خلالها بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية. أن هذا التغير في نظام أعمال المؤسسات كنتاج طبيعي للتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان السبب وراء نشوء وتطور التجارة الالكترونية.

وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:-

أ- عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون،وأما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ماشابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية،وأن طرفي العملية التجارية نادرا" ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجة حتى أن يرى أحدهم الآخر.

ب- أن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة،كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات (EDT) Electronic Data Interchange والمستندات كأرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتيه الأخرى.

ت- أن التجارة الالكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.

ث- تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلك

ج- في وقت واحد وعلى مدار الساعه في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنه لكل من المنتجين أو المستهلكين.

ح- تشكل التجارة الالكترونية عاملا" محفزا" للشركات المتعامله معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر،فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الاسواق المتاحه أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمة من يساعد على تطوير القدرات التنافسية.

الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية:

المعيار	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
الكلفة	تتكبد الكثير من المصاريف مثل الإيجارات والعمالة والمصاريف التشغيلية والإدارية	لا تحتاج للكثير من النفقات لتمارس العمل التجاري
وسائل الدفع	تعتمد التجارة التقليدية بشكل كبير على المقابلة الشخصية وجهاً لوجه	تعتمد على وسائل دفع مختلفة مثل البنوك الافتراضية والبطاقات الائتمانية
توفير الوقت والجهد	تتم عن طريق الذهاب الى السوق او المراكز التجارية	يتم عبر اجهزة الهاتف او الحاسوب دون الحاجة الى مغادرة المكان
الوصول الجغرافي	إن قرارًا مثل توسيع عملك التجاري وافتتاح فرعًا في مدينة أخرى يتطلب دراسة كبيرة ومخاطرة أكبر بالإضافة إلى دفع الكثير من المصاريف والنفقات	لن تحتاج إلى كل هذه الأمور حال قيام بتوسيع العمل التجاري. فالاستهداف الجيد للعملاء مع القليل من النفقات يتيح الوصول لأي مكان في العالم وبيع منتج/خدمة بكل سهولة.
التسويق والاستهداف	تحتاج جهد جبار وأموال طائلة لتصل للفئة المهمة بشكل دقيق.	سهولة استهداف الفئة المهمة .
الأمان	الأمان وقلة الاحتيال	يكثر فيها عمليات النصب والاحتيال والسرقة لعدم وجود مكان فعلي لإتمام عمليات البيع والشراء وتسليم الأموال

مقومات التجارة الالكترونية:

حتى يمكن للتجارة الالكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة، وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوه منها. **ومن تلك المقومات:-**

1- توافر بنيه تحتيه تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لاسرع شريحه من المجتمع وبأسعار تنافسيه.

2- نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبه والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الامر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.

3- وجود بنيه تحتية كافية للخدمات الماليه لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات ماليه مأمونه على الشبكه.

فوائد التجارة الالكترونية :

هناك عدة فوائد لهذا النوع من التجارة منها:

- 1- توفير الوقت والجهد على العميل، حيث تخدمه بسرعة الاستجابة لطلباته مقارنة مع التجارة التقليدية التي تحتاج إلى معاملات ورقية قد تستغرق وقت أطول.
- 2- تخفيض تكاليف الاتصال التقليدي عبر الهاتف والبريد لاستلام الطلبات وفي التصميم والتسويق والتوزيع.
- 3- إنشاء متجر إلكتروني بتكلفة منخفضة جداً مقارنة مع إنشاء متجر تقليدي يحتاج إلى تكلفة عالية
- 4- تقليل المخاطر التي تتعرض لها المنتجات والسلع عند تخزينها مما يزيد من نسب الأرباح وتقليل خطورة الخسائر.
- 5- إمكانية الوصول إلى نطاق واسع من العالم من أي مكان وبأقل التكاليف.
- 6- الابتعاد كل البعد عن الازدحامات التي تشهدها الأسواق.
- 7- تسهيل عمليات الدفع حيث توفر مواقع التجارة الإلكترونية العديد من طرق الدفع التي توفر الوقت والجهد على العميل.

سلبيات التجارة الالكترونية :

مع كل إيجابية أو ميزة للتجارة الإلكترونية هنالك بلا شك ما يقابلها من سلبيات أو جوانب ضعف. في النهاية لابد من أن نكون واقعيين، إذ لا شيء مثالي تماماً. وفيما يلي بعض من هذه السلبيات:

- 1- لا يمكن للزبائن شراء المنتجات في حال تعطل الموقع الإلكتروني من أسوأ سلبيات التجارة الإلكترونية هو عدم قدرة أي شخص على شراء منتجاتك في حال تعطل أو انهيار موقع متجرك الإلكتروني.
- 2- لا يمكن للزبائن تجربة المنتجات وعلى الرغم من أنها المشكلة الحالية الأكبر لمعظم البائعين عبر الإنترنت، لكنها لن تبقى كذلك لوقت طويل، فمع تقنيات الواقع الافتراضي VR والواقع المعزز AR أصبح بالإمكان تجربة العديد من المنتجات قبل شرائها.

3- مجال عالي التنافسية المحاربة من أجل العملاء هي واحدة أسوأ عيوب التجارة الإلكترونية. وغالبًا ما تشهد أفضل مجالات هذه التجارة تنافسية عالية، مما يجذب أغلب رواد الأعمال إليها. هذا ليس كل شيء، فكلما زادت تنافسية مجال معين، ارتفعت تكلفة الإعلانات المتعلقة بهذا المجال وأضحى بالتالي تحقيق الربح أكثر صعوبة.

4- قد يكون العملاء قليلي الصبر في حال كان لدى العميل سؤال أثناء تسوقه في متجر تقليدي، سيكون مندوب المبيعات موجودًا على الدوام للإجابة عليه. لكن هذا الأمر قد لا يكون متوفرًا في بعض المتاجر الإلكترونية..

5 - عملية شحن المنتجات وإيصالها للزبائن قد تستغرق الكثير من الوقت يعتبر زبائن التجارة الإلكترونية أن أوقات الشحن وإيصال المنتجات إليهم من أسوأ عيوب هذا النوع من التجارة. فحينما يتسوق أحدهم في متجر تقليدي، يمكنه شراء المنتج واستلامه على الفور، أما في حالة التسوق الإلكتروني فعليه الانتظار لأسبوعين كحدّ أدنى للحصول على المنتجات تصفح على موقع فرصة.

معوقات التجارة الالكترونية :

1- **القوانين والتشريعات** : تعد القوانين من أكثر المعوقات التي تقف حائلًا أمام تطور وتقدم التجارة الإلكترونية ، بالنسبة للبلدان العربية فمن بين 23 دولة، يوجد عدد قليل فقط منهم من لديه بالفعل قانون خاص بتنظيم العمل الإلكتروني، والبعض مازال في مرحلة الإنشاء، والبعض لم يخطط من الأساس. فالمعاملات التجارية التي تتم عبر المواقع الإلكترونية أغلبها يتم بشكل غير منظم ولا يحكمه قوانين تشريعية، مما يتسبب في حدوث الكثير من الأزمات والخداع للمتسوقين والتجار على حدٍ سواء

2- **عدم الثقة في المعاملات المالية** : يخشى كثير من المواطنين من إجراء المعاملات المالية بشكلها الإلكتروني، فنسبة كبيرة تراها غير آمنة، ونسبة أكبر تجهل كيفية عملها. انعدام الثقة هذه تقل نسبتها بين الأجيال الصاعدة والشباب لأفتهم مع الأساليب التكنولوجية الحديثة، لكن بين كبار السن مازالت عدم الثقة منتشرة إلى حد كبير.

3- **عدم ثقافة التجار بأهميتها** : الجهل كثير من التجار التقليديين أهمية إقامة منصة على الإنترنت وجذب جمهوره إليها. فالبعض يظن خطأ أن الاعتماد على وجود متاجر تجزئه على أرض الواقع يغنيهم عن التواجد الإلكتروني، الذي يرونه مجرد إضافة وتكاليف لا حاجة لها. هؤلاء التجار لا يعون الإحصائيات الرسمية التي تخبرنا أنه بحلول عام 2040م، فإن 95% من المعاملات الشرائية

التقليدية لن يوجد لها أثر، وستتحول إلى إلكترونية بصفة كاملة. فإذا استمر هؤلاء التجار على قناعاتهم، فلا شك أن تجارتهم ستخسر في القريب العاجل.

4- **قلة حضور البنوك العربية في صفحات الإنترنت** هذه النقطة قد بدأ البنوك ينتبهون لها جيداً لكنهم لم يتواجدوا بالشكل الكافي أيضاً. فبالرغم من انتقال بعض البنوك العربية إلى المحيط الإلكتروني، وتقديمهم لخدمات تساعد التجار والمتسوقين على ممارسة التجارة الإلكترونية، إلا أن هذه الخدمات أما أن تكون مكلفة للغاية كرسوم إنشاء حساب تاجر في بعض البنوك، أو تكون الإجراءات معقدة جداً وتتطلب الكثير من الوقت والانتظار. لذلك لا يمكننا أن نقول أن البنوك قد أدت خدماتها بشكل كامل في صالح تطور المعاملات الشرائية الإلكترونية، فالأمر مازال يشوبه بعض الأخطاء أيضاً.

5- **عدم وجود أشخاص مؤهلين بالقدر الكافي** : يخطأ البعض في فهم مجال التجارة الإلكترونية جيداً، ويخاطر بدخولها بدون دراسة متعمقة لجمهورها المستهدف أو المنافسين المحاطين له، وكذلك سوق العمل نفسه. فيدفع بنفسه وتجارته وأمواله في نشاط تجاري غير مدروس، حتى يتفاجأ بوقوع خسارة كبيرة وفادحة. ، والتي تؤثر بشكل سلبي كبير على صورة التجارة الإلكترونية. فعندما يرى البعض أن هناك الكثير من الأشخاص تخسر في هذا المجال، فلن يرغب في دخوله بالطبع. لكن ما لا يعرفه هؤلاء الأشخاص أن المشكلة لا تكمن في التجارة نفسها، ولكن في دخول شخصيات غير مؤهلة بالقدر الكافي للتعامل في هذا السوق.

6- **ارتفاع التكلفة الخاصة بالرسوم والتعريفات الجمركية** : نظراً لطبيعة التجارة الإلكترونية من عالمية، فإنه من الطبيعي أن يتعامل المتسوقين مع العديد من الكيانات التجارية الدولية. هذا التعامل يجعلهم يخضعون للعديد من الرسوم الخاصة بعملية تحويل الأموال إلى عملات أجنبية، أو يضطرون إلى دفع مبلغ باهظ خاص بالتعريفات الجمركية لتوصيل الطلبات. لذلك فإن ظهور بعض التطبيقات الخاصة بحلول الدفع كتطبيق سداد الإلكتروني، قد ساهم في حل هذه المشكلة بشكل كبير.

7- **قلة الثقافة المجتمعية** : تعد الثقافة المجتمعية نقطة ضعف أيضاً تحول دون تقدم التجارة الإلكترونية. فإذا رغبتنا في تقدم هذه التجارة فيجب علينا أن نأخذ بنظر الاعتبار مجال تثقيف المواطنين (أفراداً ورجال أعمال) عبر منصتها التوعوية. فالمنصات الإلكترونية تساهمت بشكل كبير في نشر الوعي الثقافي والمجتمعي بأهمية النشاط التجاري الإلكتروني، كما أنها قد ساعدت كلا من المتسوقين والتجار على فهم آليات العمل الإلكتروني والحقوق والواجبات الخاصة بكل طرف على حدة.

المراحل الأساسية للتجارة الإلكترونية :

1- المرحلة الأولى: تصفح المتجر واختيار المنتج المناسب

أول مرحلة تمر بها عملية التجارة الإلكترونية، هي تلك المرحلة التي يتصفح فيها المستهلك مختلف المتاجر الإلكترونية ومن ثم الاستقرار على واحد منها. ومن بعد ذلك يستعرض فيها المنتجات أو الخدمات المعروضة داخل المتجر وتحديد طبيعة المنتج أو الخدمة المراد الحصول عليها. ولا تتوقف تلك المرحلة على ذلك فقط، وإنما تتطرق أيضًا إلى التعرف على مواصفات المنتج وبدائله، بالإضافة إلى معرفة سياسات المتجر المتبعة في الدفع للمنتجات، و شحن المنتج، وطريقة التسليم، وغيرها من العمليات وجدير بالذكر أن نشير إلى أن تلك المرحلة باختصار هي تلك المرحلة التي يتمكن فيها المتسوق أيًا كان مكانه من استخدام حاسوبه الشخصي أو هاتفه المحمول في تسوق المنتجات والحصول على ما يناسبه منه.

2- المرحلة الثانية: الدفع للمنتج

بعد الانتهاء من تصفح المنتجات واختيار المناسب وإضافته إلى عربة التسوق الخاص بالعمل أو المتسوق، كمرحلة أولى من مراحل التجارة الإلكترونية الأساسية، ينتقل لمرحلة الدفع لمنتجه. وهي مرحلة في غاية الأهمية، فهي المرحلة التي يدفع فيها للمنتجات أو الخدمات التي يريد العمل أو المتسوق الحصول عليها بعد تصفح هذا المتجر الإلكتروني أو ذلك. وجدير بالذكر أن نشير إلى أن عملية الدفع للمنتجات والخدمات تُعد واحدة من أبرز مقومات عملية التجارة الإلكترونية، فهي عملية تتم بطريقتين إما إلكترونيًا ويسمى "الدفع الإلكتروني"، أو يدويًا بعيدًا تمامًا عن أي عملية إلكترونية ويسمى "الدفع عند الاستلام".

وفيما يلي شرح لكل نوع من أنواع الدفع للمنتجات في التجارة الإلكترونية:

• الدفع الإلكتروني:

يقصد بعملية الدفع الإلكتروني، تلك العملية التي يقوم فيها المتسوق بالدفع نظير الخدمات أو المنتجات التي تحصل عليها من أي من المتاجر الإلكترونية أو مواقع البيع أونلاين. وذلك عبر الإنترنت ومن خلال بطاقات الدفع المسبق (فيزا - ماستركارد)، أو البطاقات الائتمانية، أو عن طريق إحدى بوابات الدفع الإلكتروني المنتشرة حول العالم والتي توفرها المتاجر الإلكترونية.

• الدفع عند الاستلام:

أما الطريقة الثانية المستخدمة في التسديد أو الدفع للمنتجات أو الخدمات التي تحصل عليها المتسوق أو العميل من أي من المتاجر الإلكترونية أو مواقع البيع عبر الإنترنت، هي طريقة الدفع عند الاستلام. هذه الطريقة تلعب فيها شركات الشحن دورين هامين جداً، وهما توصيل المنتج إلى منزل العميل وكذلك تحصيل سعر المنتج منه وإرساله إلى المتجر أو موقع البيع. والدفع عند الاستلام Cash On Delivery هي واحدة من طرق الدفع التي تتيحها مختلف المتاجر ومواقع البيع الإلكترونية خاصة العربية منها.

3- المرحلة الثالثة: تسليم واستلام الطلبية

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل التجارة الإلكترونية الأساسية وهي تسليم المنتج للعميل سواء كان سلعة أو خدمة. مرحلة تسليم المنتج، أو المرحلة التي يحصل فيها المتسوق على المنتج أو الخدمة التي قام باختيارها بعد تصفح هذا المتجر الإلكتروني أو ذلك. وتتم بطريقتين مختلفتين، وهما إما الحصول على المنتج إلكترونياً، أو الحصول عليه عن طريق إحدى شركات الشحن المنتشرة حول العالم. في هذا الصدد، لا بد أن نشير إلى أن المنتج يمكن تسليمه للمتسوق إلكترونياً دون الحاجة إلى أي من شركات الشحن، وهذا في حالة توافر إمكانية تحويل المنتج إلى ملف يمكن تسليمها إلكترونياً على الحساب الخاصة بالعملاء، مثل برامج الكمبيوتر وغيرها من برامج وخدمات السوفت وير. أما في حالة استحالة تحويل المنتج إلى ملفات فإننا نلجأ إلى إحدى شركات الشحن التي تقوم بتوصيل المنتج حتى باب منزل العميل أو المتسوق

الأسئلة البعدية:

1. عرف التجارة الإلكترونية وبين أنواعها بالتفصيل دا عما اجابتك برسم توضيحي؟
2. جدول مفصل بين الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية؟
3. اذكر فوائد تطبيق التجارة الإلكترونية وسلباتها؟
4. اشرح بشكل مفصل المراحل الأساسية للتجارة الإلكترونية؟

الفصل الثالث : السوق الالكتروني

- يتعرف الطالب على مفهوم ووظائف ومكونات الأسواق الالكترونية.
- يميز الطالب الفرق بين الأسواق التقليدية والأسواق الالكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم أنواع المتاجر الالكترونية والخدمات التي تقدمها للزبون.
- يطلع الطالب عن اهم مميزات وسلبيات المتجر الالكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم عوامل نجاح طرق الدفع الالكترونية.
- يتعرف الطالب على أنواع بطاقات الدفع الالكترونية.

رقم المحاضرة:	3
عنوان المحاضرة:	السوق الالكتروني
اسم المدرس:	لجنة (د.نشوان محمد + زهراء طه نقي + دعاء عبدالواحد حميد)
الفئة المستهدفة :	المستوى الثاني
الهدف العام من المحاضرة :	اطلاع الطالب بكل مايتعلق بالأسواق الالكترونية
استراتيجيات التيسير المستخدمة	استخدام data show , استخدام whit board ، الاختبارات القبلية والبعديّة
المهارات المكتسبة	يتعرف الطالب بمفهوم السوق الالكتروني ومكوناته والفرق بينه وبين السوق التقليدي، والمتاجر الالكترونية فضلا عن أنظمة الدفع الالكترونية.
طرق القياس المعتمدة	التعليم التعاوني واسلوب حل المشكلات والعصف الذهني

السوق الالكتروني E-Market

السوق الالكتروني :

انتقلت ظاهرة الأسواق التقليدية في المجتمع إلى الإنترنت؛ حيث تم إنشاء عدد كبير من المواقع لتكون بمثابة سوق افتراضية (*virtual market*) كبيرة تباع بالتجزئة أهم وأكثر السلع استخداما من قبل المستهلكين من ملابس وأجهزة كمبيوتر و عطور وغيرها .وساعد على انتشار هذا النمط من الأسواق بين

زوار الإنترنت أنها تخاطب شرائح مجتمعية مختلفة من حيث الدخل الفردي، كما أنها تعرض سلعا تناسب كل الأذواق؛ فمنها ما هو جديد، وهناك المستعمل؛ أي يمكن وصفها تجاوزا بأسواق شعبية إلكترونية. وعادة ما يأتي ربح هذه المواقع إما من بيع منتجات مباشرة أو الإعلانات بمقابل عليها إذا كانت تغلب دور الوسيط . فالسوق بمعناه التقليدي هو : هو مكان يجتمع فيه الأفراد بشكل منظم لشراء السلع والحصول على الخدمات مقابل مبالغ مالية معينة وقد كان يستخدم قديماً للمقايضة. ينقسم السوق إلى أنواع مختلفة مثل الأسواق اليومية والأسواق الأسبوعية التي تفتح مرة واحدة في الأسبوع.

يُعرف السوق الإلكتروني بأنه عبارة عن سوق افتراضي على شبكة الإنترنت، غالباً ما يتمثل بالمواقع الإلكترونية، وهو مفهوم مشابه للسوق التقليدي الموجود على أرض الواقع، حيث يقوم الأفراد أو التجار أو المنظمات بعرض ما لديهم من خدمات ومنتجات وبيع أو حتى أفكار للبيع؛ من خلال استهداف فئات معينة من المشترين المحتملين على الإنترنت، وبالتالي الحصول على أرباح من جهة للبائع، وتلبية المشتري لاحتياجاته من جهة أخرى.

السوق الإلكتروني هو موقع ويب يجمع البائعين والمشتريين عبر الإنترنت. مثلا Walmart أو Etsy أو Amazon أو حتى eBay. يمكن للبائعين الاشتراك في منصة عبر الإنترنت وإنشاء حساب تجاري لإنشاء متجر افتراضية وإدراج مجموعة منتجاتهم بالكامل عبر الإنترنت . تسهل المنصات عبر الإنترنت على المشترين البحث عن منتجات وبيع معينة والعثور عليها باستخدام الفئات. يمكن للبائعين تحديد الفئات التي تناسب سلعهم بشكل أفضل عند إدراج منتجاتهم. هذا لا يسهل فقط على المشترين العثور على المنتجات المناسبة ومقارنة الأسعار والميزات الرئيسية، ولكن لدى البائعين أيضاً فرصة أكبر للعثور عليهم عبر الإنترنت من قبل العملاء المعنيين والمهتمين، سواء محلياً أو من المشترين الدوليين. عادة، لا تتبع مواقع التجارة الإلكترونية البضائع بنفسها، على الرغم من أن هذا قد تغير خلال العامين الماضيين. تستخدم الآن منصات الإنترنت مثل Amazon و eBay أيضاً سوق التجارة الإلكترونية الخاص بها لبيع العناصر والسلع ذات العلامات التجارية الخاصة بها للمشتريين في جميع أنحاء العالم.

وظيفة السوق الإلكتروني :

قبل الدخول في عالم الأسواق الإلكترونية لابد من تحديد وظيفة السوق في عالم الاعمال حيث يعتبر لابد من تحديد وظيفة السوق بشكل عام وسيلة حلقة الوصل بين البائع والمشتري او بين مقدم الخدمة او الزبون والمنتج . تظهر هذه الصلة من خلال ما يلي :

1. تحديد نوع السلعة الذي يطلبها الزبون وخصائصها .
2. البحث عن بائعين لسلعة او مستهلكين لتصريف بضاعة محددة

3. تحديد السعر لسلعة واطافة المعلومات المطلوبة لها .
4. البحث عن أسواق مختلفة والتنافس في عرض المنتجات الجديدة
5. المشاركة في المزادات المختلفة عن طريق ربط أصحاب المال بالموردين والزبائن .

مكونات السوق الالكتروني:

- 1- **الزبون:** يستخدم الملايين من الزبائن يوميا شبكه الانترنت للبحث عن المنتجات والخدمات تقدم ويتم الاعلان عنها كما يوجد زبائن يبحثون عن منتجات بمواصفات خاصه او يطلبون كميات بعروض مميزه و هناك زبائن يبحثون عن معلومات تفصيليه للمقارنه والمزايدة او المفاوضات مع الاخرين الحصول عليها على اختلاف اهداف الزبائن استطاعت الشركات الكبيره ان تحصل على العدد الاكبر من الزبائن حيث تبين ان اكثر من 85% من انشطه التجاره الالكترونيه تعود للشركات الكبرى.
- 2- **البائع:** تقوم الملايين من المخازن على الشبكه بتقديم عروض متنوعه للسلع والمنتجات عديده والاعلان عنها ويستطيع الزبون كل يوم ان يجد نوعا جديدا او مختلفه من المنتجات او الخدمات التي تقدم و يعلن عنها على شبكه الانترنت ويستطيع البائع البيع مباشره على الشبكه عبر موقعهم وعبر الاسواق الالكترونيه.
- 3- **البنية التحتية للسوق:** تشمل البنيه التحتية كل من الشبكات الالكترونيه و الاجهزه والبرمجيات وغيرها و كلما زاد الاهتمام بها نتيجة زياده سرعه الشبكات وزياده كفاءتها و تحديثها باستمرار زاد اقبال جميع الاطراف على المشاركة بالتجارة الكترونيه.
- 4- **البائع الأمامي:** يتعامل الزبون مع السوق بواسطه البائع الامامي ويشمل ذلك مواقع البيع والكتالوجات الالكترونيه ورسلات التسوق و مواقع البحث و مواقع المزادات وبوابات التعاملات الماليه.
- 5- **البائع الخلفي:** تشمل وظيفته كل الانشطه من طلبات التفاوض وتنفيذ الطلبات واداره العمليات والتخزين والتعامل مع الموردين والمحاسبه الاداريه والماليه وتجهيز الطلبيات لشحن ومن ثم توصيلها للمستهلك.
- 6- **الوسيط:** وهو الطرف الثالث بين البائع والمشتري ودوره يتضح في السوق الالكتروني اكثر من السوق التقليديه العادي من خلق واداره للسوق الالكتروني المباشر حيث يقوم ب حلقه الوصل بين البائع والمشتري عن طريق توفير خدمات البنيه التحتية ومساعدته البائع او المشتري لاجراء العمليات بصوره كامله وسريعه.
- 7- **شركاء العمل:** بالاضافه الى الوسطاء يظهر دور شركاء العمل مثل مسؤوليه الشحن ومواقع الموردين التي تتعاون لا نجاح عمليات بين البائع والمشتري.

8- خدمات الدعم: مواقع عديده على الانترنت يكون دورها الاساسي تقديم خدمات المساعدة للمستهلك او البائع للوصول الى المعلومات اللازمه التي هو بحاجة لها.

الفرق بين السوق الالكتروني والسوق التقليدي :

إن الفرق الأساسي والرئيسي بين التسوق من المتجر الإلكتروني والمتجر التقليدي أن الأول أكثر راحة ويمكن القيام به في أي وقت، وبالتالي توفير الكثير من الوقت والجهد، في حين أن التسوق التقليدي غالبًا ما يحتاج إلى وقت معين خلال ساعات النهار، كما يتطلب الحصول على السلعة وقتًا طويلاً. ومن الفروقات الواضحة بين هذين النوعين من عمليات التسوق أن الشراء من المتجر الإلكتروني لا يسمح للزبون برؤية السلعة عن قرب ومعرفة مدى ملاءمتها للشخص، فالاعتماد هنا يكون على طبيعة الصور المرافقة للمنتج وهو أمر يسمح بالكثير من التحايل في حين لا يُمكن أن يحصل هذا الأمر خلال عملية البيع التقليدي.

الأسواق الالكترونية	الأسواق التقليدية
• البيع الكتروني	• البيع التقليدي (سوق) عن طريق التعامل المباشر
• المنتجات رقمية	• المنتجات حسية
• كتالوج الكتروني	• كتالوج ورقي
• استخدام الانترنت والموبايل	• استخدام الشبكات العادية
• الفواتير الكترونية	• الفواتير ورقية

فوائد الأسواق الإلكترونية:

تمثل الأسواق الإلكترونية مساحة اقتصادية مغرية للاستثمار المستقبلي؛ سواء من قبل الأفراد أو الشركات، خاصة أنه يتوقع زيادة الطلب من المستهلكين على التعامل فيها بسبب ما يلي:

1. هذه الأسواق تعطي حرية الاختيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملته 24 ساعة في اليوم، وفي أي يوم من السنة، ومن أي مكان من على سطح الأرض، كما تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب منه، وتمكن أيضا العملاء من الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوانٍ أو دقائق عن طريق الأسواق الإلكترونية.

2. تعد سلع الأسواق الإلكترونية أرخص من غيرها؛ لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع، ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة؛ ولذلك في آخر الأمر سيتمكن من الحصول على أفضل عرض.

3. تسمح الأسواق الإلكترونية بالاشتراك في المزادات الافتراضية التي يمكن المشتري من الحصول على سلع قيمة جدا بأسعار زهيدة، كما تسمح أيضا للمستهلكين بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية على الإنترنت مثل: المنتديات وغيرها ، كما تسمح أيضا هذه الأسواق لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة؛ وبذلك يستطيع الأفراد ذو الدخل المنخفض شراء هذه البضائع؛ وهو ما يعني رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

4. توسع هذه الأسواق نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي؛ فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر وموردين أفضل وشركاء أكثر ملاءمة وبصورة سريعة وسهلة.

5. تنشئ الأسواق الإلكترونية ما يسمى "التصنيع الوتقي" ؛ فبعد أخذ طلبات المستهلكين والمواصفات التي يريدونها في المنتج تبدأ الشركة في التصنيع وهو ما يعطي الشركة أولوية وتميزا في منتجاتها.

عناصر نجاح السوق الإلكتروني

وحددت بأربع عناصر أساسية وهي:

أ. خصائص المنتج: يسهل التعامل بشكل خاص مع المنتجات الرقمية عبر السوق الإلكتروني بسبب سهولة التوزيع وقلة التكلفة ، فالسعر يعد من العناصر المهمة في عملية النجاح فكلما زاد السعر تزيد المغامرة والرهبة عند المشتري لذلك فإن أكثر المنتجات مبيعا في السنوات الأخيرة هي المنتجات قليلة السعر مثل الكتب والأشرطة وغيرها كما أن بعض المنتجات مثل: الحواسيب والسيارات وغيرها يمكن بيعها لأن الزبون يعرف جيدا ماذا اشترى بصورة أوضح كلما زادت المعلومات عن المنتج كلما زادت فرص الشراء له.

ب. خصائص الصناعة: بعض الصناعات في الواقع بحاجة لوجود الوطاء لتعريف الزبائن بها بينما توجد صناعات أخرى ليست بحاجة لذلك مثل: وكالات السفر وغيرها. ولا شك أن المنافسة قوية في عالم الصناعات ولا يمكن أن تستمر إلا الصناعات التي تستطيع التكيف مع الظروف المتغيرات.

ج . خصائص البائع: بحيث استطاع السوق الإلكتروني أن يقلل من كلفة البحث وأعطى المشتريين الفرصة للوصول للبائع الذي يعرض المنتجات بأقل الأسعار .

د . خصائص المستهلك:

يمكن تصنيف المستهلك إلى ثلاثة أنواع:

أ. المندفع

ب . المتردد

ج - المحلل

وعند دراسة أثر كل منهم نجد أن السوق الإلكتروني يتأثر بصورة قليلة بالمستهلك المندفع, وذلك لأن السوق الإلكتروني بحاجة لدرجة محددة من الزبائن الذين يقومون بعملية المقارنة والتحليل قبل الشراء, لذلك يظهر بوضوح أثر الزبون المتردد والمحلل حيث يقوم المحلل خاصة باستخدام الإنترنت لتقييم الأسعار والجودة وغيرها, أما التجارة عبر الأجهزة المحمولة.

المتجر الإلكتروني E-Shop

يمكن تعريف المتجر الإلكتروني ببساطة عبارة عن أنه موقع أو منصة لبيع وشراء السلع سواء كانت منتجات أو خدمات أو معلومات عبر شبكة الإنترنت.

لذلك **المتجر الإلكتروني** هو عبارة عن منصة لعرض المنتجات من السلع والخدمات، ويمكن أن عرض معلومات عبر شبكة الانترنت وهو مجال نمى وازدهر في الأيام الاخيرة، صعدت مؤشرات تعداد المتاجر الإلكترونية، لتجذب المستثمرين فتتوسع منصات البيع والشراء الإلكترونية، لتتحول الكتالوجات الإلكترونية إلى أكبر تجمع لتبادل العمليات التجارية. ويرجع الاعتماد على الانترنت في القيام بالتجارة وعملية البيع والشراء أنه مجال يزدهر بقوة خاصة في السنوات الأخيرة بعد صعود مؤشرات تعداد المتاجر الإلكترونية وزيادتها بشكل كبير وزيادة عدد المقبلين على التسوق عبر الإنترنت في كل دول العالم.

أنواع المتاجر الإلكترونية :

تشمل المتاجر الإلكترونية نوعين رئيسيين، وهما كالآتي:

1- المتاجر الإلكترونية ذات الطابع الواحد متاجر الطابع الواحد (Pure plays) : تعرض سلعا وتقوم بكافة أعمالها التجارية عبر الإنترنت فقط، ما يعني أنه لا وجود لها إلا على الإنترنت، مثل موقع أمازون، وموقع إيباي وغيرها من المواقع الإلكترونية.

2- المتاجر الإلكترونية ذات الطابع المختلط متاجر الطابع المختلط (Click and Mortar) : تعرض السلع للبيع عن طريق الإنترنت ولها أماكن مادية أو تقليدية يمكن زيارتها بشكل شخصي والتسوق منها، مثل شركة كاب، وشركة بيست باي، وشركة تارجت وغيرها من الشركات الأخرى.

خدمات المتاجر الإلكترونية

تُقدم المتاجر الإلكترونية العديد من الخدمات لزيائنها وعملائها؛ ومن أهم الخدمات ما يأتي:

1- **التنوع في السلع والخدمات** يُمكن للعميل العثور على أي شيء يرغب باقتنائه بما فيها؛ الأثاث، والملابس، والأدوات الإلكترونية، وغيرها من البضائع والسلع.

2- **الأسعار المميزة والخصومات التشجيعية** يستطيع العميل شراء ما يرغب به من سلع وخدمات بسعر غالبًا ما يكون أرخص من المتاجر غير الإلكترونية، وهو ما يعني إتاحة فرصة الادخار ولو بجزء قليل من أموال العميل.

3- **سهولة عمليات الدفع** تُتيح المتاجر الإلكترونية عدة طرق للدفع أمام العميل، ومنها الدفع من خلال بطاقات الائتمان أو الدفع عند الاستلام.

متطلبات المتاجر الإلكترونية :

تضم المتاجر الإلكترونية العديد من المتطلبات التي ينبغي أن تكون متواجدة لضمان سير العمل على أكمل وجه، ومن أهم تلك المتطلبات:

1- كتيب أو كتالوج خاص بمنتجات المتجر وذلك لاستعراض كافة السلع أو الخدمات التي يُقدمها المتجر الإلكتروني لعملائه، وعادةً ما يحتوي هذا الكتيب أو الكتالوج على اسم المنتج والجهة المصنعة له وسعره وأبعاده (الطول والعرض) وبعض الصور له.

2- عربات التسوق تهدف إلى تقديم خدمة للعميل أو الزبون من خلال إفساح المجال أمامه لوضع كل ما يرغب به في داخلها.

3- نظام الطلبات نظام يتيح للعميل أو الزبون خدمة تتبع طلب الشراء الذي قام به من المتجر الإلكتروني، ومعرفة ماهية وضع الطلب، وإلى أي مرحلة وصل، كما يحق له الاطلاع على كافة المعلومات التي تخص الطلبات السابقة.

مميزات المتجر الإلكتروني

يوجد العديد من المميزات التي ساهمت في ظهور التجارة الإلكترونية ونموها وتطورها، ومن أهم مميزات المتجر الإلكتروني:

- توفير الوقت والمجهود

من أهم مميزات المتجر الإلكتروني أنه يتيح للمستخدمين الشراء من خلاله في أي وقت ومن أي مكان في العالم، وهذا يعطيهم مرونةً كبيرة؛ حيث لا يضطر العميل للتوجه إلى المتجر لشراء احتياجاته، والتقيّد بساعات الدوام التي قد لا تتناسب مع ظروفه، واستبدال ذلك بالتسوق من خلال جهاز الكمبيوتر، أو تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالمتجر الإلكتروني.

- طرق الدفع المختلفة

توفر العديد من المتاجر الإلكترونية مجموعةً من طرق الدفع المختلفة، مثل الدفع ببطاقة الائتمان، أو الدفع عند الاستلام، الأمر الذي يعطي مرونة للمستخدم عند الشراء من المتجر الإلكتروني، ويتيح للعميل اختيار الطريقة الأنسب له.

- الشراء من أي مكان

من مميزات المتجر الإلكتروني أنه يتيح للمستخدم الشراء أو البيع من أي مكان في العالم، شرط أن يكون المتجر يوفر توصيل المنتجات إلى هذه الدولة، كما توفر بعض المتاجر إمكانية حجز المنتج، وإشعار المستخدم بتوفره ليتمكن من شرائه بشكل مباشر.

- **سهولة الوصول للعميل** ساهم التسويق الإلكتروني وطرقه المتعددة بتوفر عدد كبير من الأدوات والطرق التي تساعد في الوصول إلى العميل المستهدف بشكل سهل، وذلك من خلال ظهور الإعلان الخاص بالمنتج في الوقت الذي يحتاجه العميل، مما يساعد على زيادة الطلب، ورفع نسبة الربح.

- **معرفة آراء المستهلكين** يمكن من خلال المتجر معرفة آراء العملاء وتقييمهم للمنتج أو الخدمة، الأمر الذي يساعد في إقبال عملاء جدد للتعامل مع هذا المتجر، وشراء خدماته والمنتجات التي يقدمها.

- توقع احتياجات العميل

من خلال تاريخ العميل الشرائي في المتجر الإلكتروني، يمكن الاعتماد على الوسائل التكنولوجية التي تستند على نظام الذكاء الصناعي، والذي يقوم بعرض مقترحات للمنتجات أو الخدمات التي من الممكن أن يقبل العميل على شرائها

سلبيات المتاجر الإلكترونية

على الرغم من كثرة الإيجابيات التي يُمكن جنيها من خلال البيع في المتاجر الإلكترونية إلى أن لها بعض السلبيات، ومنها:

1- عدم إتقان مواعيد تسليم الطلبات على الرغم من أن عملية الشراء من المتاجر الإلكترونية لا تستغرق سوى 15 دقيقة إلا أن عملية التسليم تأخذ من 1-3 أسابيع كحد أقصى.

2- عدم وجود نظام الخصومات التشجيعية بصورة مستمرة غالبًا ما تُقدم المتاجر العادية الكثير من الخصومات التي تشجع الناس على الشراء، في حين أن المتجر الإلكتروني ليس لديه القدرة على تقديم مثل هذه الخصومات والأسعار التنافسية.

3- عدم القدرة على الاطلاع على المنتج وما هي عيوبه أو إيجابياته غالبًا ما تحدث عملية البيع والشراء بطريقة إلكترونية، وبالتالي تمنع العميل من فرصة التعرف على نوع المنتج عن قرب أو تجربته خاصة بالنسبة للملابس.

4- عدم جود تفاعل حقيقي بين الشركة وبين الزبون لا يوجد الكثير من التفاعل بين البائع والمشتري، كما يمكن أن يحصل الأخير على الكثير من المساعدة والنصيحة من ممثلي المبيعات التقليدية، وهذا الأمر لا يمكن توافره في عملية البيع الإلكترونية.

5- لا تتمتع التجربة بالكثير من المتعة والتسلية لا تمنح عمليات البيع الإلكترونية الشعور بالتسلية وقضاء وقت مميز في الانتقال بين معروضات المتاجر كما هو الحال في عمليات التسوق العادية.

6- كثرة عمليات النصب والاحتيال في البيع الإلكتروني لا يستطيع المشتري فحص البضاعة عن كثب أو تجربتها، وفي كثير من الأحيان تكون الصور المعروضة للمنتج ليست في الغالب لذات المنتج، وإنما هي فقط للترويج والدعاية وهو ما فتح الباب أمام الجرائم الإلكترونية كعمليات النصب والاحتيال.

أنظمة الدفع الالكترونية : E-Payment

تعرف أنظمة الدفع الالكترونية على انها أنظمة الدفع التي تتم الكترونيا بدلا من الورق (الكاش , الشيكات) يستطيع شخص مثلا ان يحاسب على فواتيره الكترونيا او يقوم بتحويل النقود الكترونيا عبر حساب البنكي الخاص. وتتضمن طرق الدفع الالكترونية مايلي :

بطاقات الدفع الالكتروني : وهي البطاقات الالكترونية التي تحتوي على معلومات يمكن استخدامها لأغراض دفع ثمن المشتريات وهي ثلاث أنواع :

- بطاقات سحب
- بطاقات إيداع
- بطاقات مدفوعة مسبقا

بطاقات الحساب الافتراضي : وهي بطاقات الحساب التي يصدرها مصدر برقم خاص لتحل محل بطاقات الحساب الاعتيادية وتستخدم في نظام ال B2B من أنواعها :

- الشكات الالكترونية
- بطاقات الشراء

أوراق الحساب الالكتروني: وهي الموافقة المكتوبة من البنك لدفع مبلغ من المال من حساب المشتري للبايع.

عوامل نجاح طرق الدفع الالكترونية :

هناك عناصر وعوامل عديدة تؤثر في مدى نجاح عملية الدفع الالكتروني ومدى توفر القبول من الأطراف الأخرى لممارسة هذه العملية ومن هذه العوامل :

- 1- الاستقلالية : تتطلب بعض اشكال الدفع برمجيات خاصة وأجهزة حاسوبية لتنفيذها . كما تتطلب معظم اشكال الدفع الالكتروني من التاجر او البائع ان يحصل على هذه البرمجيات لاستقبال وتدقيق عملية الدفع , مع العلم ان هذه الطرق التي تتطلب هذه المواصفات تكون عادة اقل نجاحا .
- 2- الحاجة الى الترابط : تعمل كافة اشكال التجارة الالكترونية ضمن أنظمة خاصة وترتبط بأنظمة أخرى وتطبيقات حاسوبية مختلفة .لذلك عملية الدفع الالكتروني ان تتكامل وترتبط مع هذه الأنظمة الموجودة أصلا والتي تعد من التطبيقات المعيارية .

3- السرية : أهم سؤال يطرحه المشتري درجة الأمان المتوفرة في عملية انتقال الأموال كلما كانت المخاطرة مرتفعة لدى المشتري كلما كانت عملية الدفع الالكتروني غير مقبولة لدى جميع الاطراف.

4- الخداع : عند التعامل بالكاش في عمليات الشراء الالكتروني فانه لا يوجد احتمال لعودة النقود للمشتري لحماية اموره الشخصية مثلا الاسم ورقم الحساب من عملية الخداع , ولضمان عمليات الدفع الالكتروني تسعى بعض الشركات لتوفير نظام الكاش الالكتروني لحماية المشتري وضمان عدم الخداع كمطلب للمشتري .

5- معدل العملية : يقبل معظم المشترون على استخدام بطاقات حساباتهم فقط في عملية الشراء ضمن معدل المحدد سواء منخفضا او مرتفعا فاذا كانت تكلفة الساعة مثلا منخفضة جدا لن تنفع بطاقة الحساب البنكي . بالاضافة الى ان البطاقة لن تعمل اذا كانت التكلفة مرتفعة جدا كشراء طائرة جديدة تحتاج لمبالغ باهضة , لذلك لاتنجح عمليات الدفع الالكتروني في الحدود الوسطى بين منخفضة جدا والمرتفعة جدا .

6- سهولة الاستخدام : تستخدم عمليات الدفع الالكتروني في نموذج منظمات الاعمال للمستهلك (B2C) بطاقات الحساب وتعتبر هي البطاقات النموذجية .

7- الرسوم : عند استخدام بطاقات الحساب في عملية الدفع فان التاجر يحصل على رسوم تقدر ب 3% من سعر البيع , وهذه الرسوم تعتبر اعلى من الرسوم المحددة عادة لذلك قد تتناسب هذه الرسوم الصفقات الصغيرة فقط ولا تدعم الصفقات الكبيرة .

بطاقات الدفع الالكترونية :

هي بطاقات بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف او الدخول لمواقع خاصة لايمكن الدخول اليها الا للمرخص له، ويتم التعرف على نوعين من هذه البطاقات :

1- بطاقات الدفع :

هناك ثلاث أنواع من بطاقات الدفع :

- **بطاقات الرصيد** : تسمح هذه البطاقات لحاملها بدفع ثمن مشترياته ضمن الحد الأعلى المحدد مسبقا مع مصدر هذه البطاقات وعادة يكون اصدار هذه البطاقات بدون رسوم تذكر ولكن يدفع رسوما اعلى تبعا لمعدل المشتريات السنوية من الأمثلة على هذه البطاقات (فيزا , ماستر كارت , وغيرها).

• **بطاقات الشحن** : يتم دفع الحساب في هذه البطاقات بواسطة فواتير شهرية من الناحية التقنية , حامل هذه البطاقات يحصل على قرض مساويا لقيمة حسابه وعادة يحصل على هذه البطاقات رسوما سنوية.

• **بطاقات الحساب الجاري** : يتم سحب ثمن المشتريات في هذه البطاقات من حساب الزبون ليوضع في حساب البائع . وتتم هذه العملية خلال يوم او يومين .

2- الحافظة الالكترونية :

هي برنامج يقوم المستخدم بتنزيله في جهازه الحاسوبي ويخزن به رقم بطاقته الحسابية ومعلوماته الشخصية وعند التسوق عبر الانترنت وفي مواقع التي تقبل الحافظة الالكترونية , يقوم المشتري بالضغط على حافظته الالكترونية لتقوم بتعبئة النموذج بشكل اوتوماتيكي .

الأسئلة البعدية :

1. جدول مفصل بين الفرق بين السوق الالكتروني والسوق التقليدي؟
2. اذكر مع الشرح اهم الخدمات التي تقدمها المتاجر الالكترونية؟
3. اشرح اهم المتطلبات اللازمة لنجاح عمل المتاجر الالكترونية؟
4. بين اهم مميزات وسلبيات المتجر الالكتروني؟
5. تكلم عن اهم عوامل نجاح طرق الدفع الالكترونية.

الفصل الرابع : الحكومة الالكترونية

- يتعرف الطالب على مفهوم الحكومة الالكترونية وتصنيفاتها.
- يتعرف الطالب على اهم اهداف وخصائص وعناصر الحكومة الالكترونية.

- تعرف الطالب على عوامل النجاح التي تسهم في التطبيق الناجح للحكومة الالكترونية.
- يتعرف الطالب على اهم متطلبات بناء نظام حكومة الكترونية ناجح
- يتعرف الطالب على فوائد تطبيقها فضلا عن السلبيات التي قد تحدث.

4	رقم المحاضرة:
الحكومة الالكترونية	عنوان المحاضرة:
لجنة (د.نشوان محمد + زهراء طه نقي + دعاء عبدالواحد حميد)	اسم المدرس:
المستوى الثاني	الفئة المستهدفة:
اطلاع الطالب على المفهوم الحديث للحكومة الالكترونية ومايتبعها من تغييرات في حال تطبيق هذا المفهوم.	الهدف العام من المحاضرة :
استخدام data show , استخدام whit board ، الاختبارات القبلية والبعديّة	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يتعرف الطالب على تصنيفات الحكومة الالكترونية وأهدافها المتحققة من خلال التطبيق الناجح.	المهارات المكتسبة
التعليم التعاوني واسلوب حل المشكلات والعصف الذهني	طرق القياس المعتمدة

الحكومة الالكترونية E-Government

بعد انتشار التطور التكنولوجي الحديث و ظهور آليات جديدة للإدارة والإنتاج والإشراف والمعالجة، بدأت الحكومات تلجأ لتلك التقنيات كنوع من الدعم الذي يؤهلها لتحقيق تنافس اقتصادي قوي، كما أن تلك التقنيات الحديثة تساهم بشكل أو بآخر في زيادة وجذب العمل التجاري العالمي، ولتحقيق ذلك لا بد من تقديم مستوى خدمات أفضل، ولا شك أنه كلما انتشر استخدام التقنية ازدادت التوقعات والآمال بتقديم خدمات أفضل وبطريقة مريحة أكثر، وبزيادة استخدام تلك التقنيات في إنجاز متطلبات الدول، ظهرت لدينا ما تسمى بالحكومات الإلكترونية

المفهوم الشائع عن الحكومة الإلكترونية يقوم أساساً على أنها شبكة متطورة من النظم الكمبيوترية التي تمكّن الجمهور من الوصول إلى عدد كبير من الخدمات والمعاملات الحكومية المؤتمتة، عبر الإنترنت أو عبر وسائل إلكترونية أخرى. هذا المفهوم التكنوقراطي يغفل المحتوى الفكري والسياسي للحكومة الإلكترونية، والسياق التاريخي والثقافي الذي أفضى إليها. وتعرف الحكومة الإلكترونية بالاستخدام التكاملية الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات بهدف تسهيل العمليات الإدارية اليومية للقطاعات الحكومية.

الحكومة الإلكترونية من حيث مفهومها، هي: البيئة التي تتحقق فيها خدمات المواطنين واستعلاماتهم وتتحقق فيها الأنشطة الحكومية للدائرة المعنية من دوائر الحكومة بذاتها أو فيما بين الدوائر المختلفة باستخدام شبكات المعلومات والاتصال عن بعد، وتصنف الى :

- حكومية - حكومية (G2G)
- حكومية - مواطن (G2C)
- حكومية - أعمال (G2B)

اهداف الحكومة الالكترونية :

يمكن اجمال اهداف الحكومة الالكترونية بالنقاط الاتية :

- 1- مواكبة التطور التقني بما يحقق التكاملية مع التقنيات المتقدمة في هذا المجال وبما يخدم مصلحة المواطن ويسهل الإجراءات المتبعة في الجهات الحكومية وغير الحكومية
- 2- تحقيق قدر أكبر من الضبط الإداري والأمني بما يضمن سرعة وسرية ونظامية الإجراءات والمعلومات.
- 3- دعم النمو الاقتصادي بتوفير البيئة المناسبة من خلال تطبيقات الحكومة الإلكترونية .

عناصر الحكومة الإلكترونية:

تقوم فكرة الحكومة الالكترونية على ركائز أربعة:

- 1- تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية في موضع واحد هو موقع الحكومة الرسمي على شبكة الانترنت، في نشاط أشبه ما يكون بفكرة مجمعات الدوائر الحكومية.
- 2- اتصال دائم بالمواطنين (24 ساعة في اليوم 7 أيام في الأسبوع 365 يوم في السنة)
- 3- تحقيق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والإنجاز بين دوائر الحكومة ذاتها ولكل منها على حده .
- 4- تحقيق وفرة في الإنفاق لكافة العناصر بما فيها تحقيق عوائد أفضل من الأنشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري.

خصائص الحكومة الالكترونية :

- 1- تتميز الحكومات الإلكترونية بقدرتها الفائقة على تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية في مكان واحد هو موقع الحكومة الرسمي على الانترنت مما يسهل لها التعامل مع ملايين المواطنين

في نفس الوقت ومن خلال نفس المنصة التقنية الواحدة، وكذلك تكون الحكومة على ضمانة كاملة بحصر كافة العملاء والقدرة على عمل استبيانات توضح كافة ما تحتاجه الدولة من معلومات.

2- بتطبيق نظم التكنولوجيا الحديثة والتقنيات العالية في مجال التعامل الإداري الحكومي بدلا من التعاملات الإدارية التقليدية، تستطيع الدولة أن تحقق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والإنجاز بين دوائر الحكومة ذاتها ولكل دائرة حكومية على حدة، وكذلك سرعة ودقة وإنجاز كبير في إنهاء إجراءات المواطنين وتقديم الخدمات التي يتطلبونها.

3- يوفر هذا النظام التقني الحديث قدرا لا بأس به من الاستمرارية ومتابعة كل جديد لحظة بلحظة، حيث يوفر النظام الإلكتروني في التعاملات الحكومية قدرة على الاتصال الدائم بالمواطنين لفترة 24 ساعة في اليوم ولمدة 7 أيام في الأسبوع و365 يوم في السنة بلا أدنى انقطاع.

4- غالبا ما تتوفر في تلك المواقع الإلكترونية الشاملة التي تمثل الحكومة ككل، العديد من الخدمات وقوائم الاتصال التي بإمكانها توفير القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية للمواطن دون أي تأجيل أو حاجة لإجراءات إدارية وأوراق واختام وما إلى ذلك من إجراءات تقليدية عقيمة.

5- تساهم الحكومة الإلكترونية بشكل كبير للغاية في تقليل الاعتماد على العمل الورقي؛ وما كان يترتب عليه من مصروفات مالية كبيرة كان يتم إهدارها في الطباعة والنقل والاستيراد وكذلك التشويه العام الذي كان يحدثه الورق وما يتطلبه من خزائن وموظفي أرشيف يتعاملون معه أولا بأول.

محتوى ونطاق الحكومة الالكترونية :

إن بناء الحكومة الالكترونية يعني الأخذ بالحسبان كل ما تمارسه الحكومة في العالم الحقيقي، سواء في علاقتها بالجمهور أو علاقة مؤسساتها بعضها ببعض أو علاقتها بجهات الأعمال الداخلية والخارجية، إنها بحق إعادة هندسة أو إعادة اختراع للقائم ووضعه في نطاق البيئة الرقمية التفاعلية. لذا فإن محتوى الحكومة الالكترونية يتضمن :

1. محتوى معلوماتي يغطي كافة الاستعلامات تجاه الجمهور أو فيما بين مؤسسات الدولة أو فيما بينها وبين مؤسسات الاعمال.

2. محتوى خدمي يتيح تقديم كافة الخدمات الحياتية وخدمات الأعمال على الخط.

3. محتوى اتصالي (وهو ما يسمى خلق المجتمعات) يتيح ربط المواطن وأجهزة الدولة معا في كل وقت وبوسيلة تفاعل يسيرة.

وأياً كان الانجاز ومستوياته في بناء الحكومة الإلكترونية فان ثمة أولوية للقطاعات التالية:

-البيانات والوثائق- تعريف الشخصية، سجلات الأحوال.

-التعليم - لخدمات الأكاديمية والتعليم على الخط.

-خدمات الأعمال.

-الخدمات الاجتماعية.

-السلامة العامة والأمن.

-الضرائب.

-الرعاية الصحية.

-شؤون النقل.

-الديمقراطية والمشاركة.

-الخدمات المالية ووسائل الدفع

متطلبات بناء الحكومة الالكترونية

سوف نركز فيما يلي على أهم ثلاث متطلبات:

أ. حل المشكلات القائمة في الواقع الحقيقي قبل الانتقال إلى البيئة الإلكترونية، وللمتمثيل على أهمية هذا المتطلب، فإنه يجب على الحكومات أن تقوم بتوفير المعلومات اللازمة بمواطنيها عبر الانترنت، وأن توضع سياسة يتم بموجبها تحديد جميع الوثائق والمعلومات والنماذج الحكومية مباشرة عبر الانترنت، و كلما ظهرت وثيقة حكومية جديدة أو معلومات جديدة يجب وضعها مباشرة على الانترنت، وفي هذا الإطار فإن أكبر مشكلة تواجهنا هي مشاكل التوثيق القائمة في الحياة الواقعية، إذ ليس ثمة نظام توثيق فاعل يضع كافة وثائق العمل الحكومي في موضعها الصحيح بالوقت المطلوب، فإذا ما كان هذا واقع العمل الحقيقي فإن من الخطورة الاتجاه لبناء الحكومة الالكترونية قبل إنهاء المشكلة القائمة في الواقع غير الالكتروني.

ب. حل مشكلات قانونية التبادلات التجارية، وتوفير وسائلها التقنية والتنظيمية، ذلك إن جميع المبادلات التي تتعامل بالنقود يجب وضعها على الانترنت مثل إمكانية دفع الفواتير والرسوم

الحكومية المختلفة مباشرة عبر الانترنت، وجعل هذه العملية بينية بمعنى أنها تردد لتشمل كل من يقوم لأداء التعاملات التجارية مع المؤسسات الحكومية.

ت. توفير البنى والاستراتيجيات المناسبة الكفيلة ببناء المجتمعات، فبناء المجتمعات يتطلب إنشاء وسيط تفاعلي على الانترنت يقوم بتفعيل التواصل بين المؤسسات الحكومية وبينها وبين المواطنين وبينها وبين مزوديها، بحيث يتم توفير المعلومات بشكل مباشر عن حالة أية عملية تجارية تم تأديتها في وقت سابق، إضافة إلى استخدام مؤتمرات الفيديو لتسهيل الاتصال بين المواطن والموظف الحكومي.

عوامل نجاح تطبيق الحكومة الإلكترونية:

1. توفر البنية التحتية الملائمة التي تعرف تقنياً بالعمود الفقري للمعلومات الوطنية.
2. توفر البيئة التي يعي فيها كل عنصر من عناصرها (المواطن - الحكومة - القطاع الخاص) أهمية التعاون على تقريب المسافات وتذليل العقبات التي تقف حاجزاً أمام الإنجاز والتنمي.
3. القوانين والتشريعات التي تسنها الحكومات
4. ثقافة المجتمع ونسبة التعليم والامية والوعي بالانترنت ونسبة المختصين المهرة في مجال تقنيات
5. المعلومات سرية وأمن المعلومات في الحكومة الإلكترونية.
6. الإعلام ودوره في توعية المواطنين والتواصل معهم ليطلع الناس على ما تقدمه الحكومة الإلكترونية للمستفيدين منها.

فوائد تطبيق الحكومة الإلكترونية:

أولاً: الفوائد الاقتصادية:

- 1- توفير المال والوقت والجهد على جميع الاطراف المتعاملة بالحكومة الالكترونية ، وتوفير مصاريف مالية كبيرة كانت تصرف اثناء العمل بالحكومة الالكترونية .
- 2- مفهوم اقتصادي (ذهاب السلعة او الخدمة الى العميل وليس العكس).
- 3- مساندة برامج التطوير الاقتصادي ، وذلك عن طريق تسهيل التعاملات بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص ، وبالتالي زيادة العائد الربحي للحكومة الالكترونية
- 4- اتاحة فرص وظيفية جديدة في مجالات جديدة مثل ادخال البيانات ، وتشغيل وصيانة البنية التحتية للحكومة الالكترونية ، وامن المعلومات.

ثانيا : الفوائد الادارية:

- 1-يعتمد مفهوم الادارة الالكترونية وتنظيم العمليات الانتاجية وتحسين الاداء الوظيفي .
- 2-القضاء على البيروقراطية والروتين الذي يوجد في الحكومة التقليدية وتلغى الوساطة والمحسوبية
- 3-الادارة في الحكومة الالكترونية تكون اكثر شفافية في التعامل واكثر وضوحا والمجاملة . ما يتبع في الحكومة التقليدية
- 4-الحكومة الالكترونية تختصر الهرم الاداري التسلسلي الطويل الذي عادة والاسراع في تنفيذ الاجراءات الادارية واختصارها.

ثالثا: الفوائد الاجتماعية:

- 1- تحفيز المواطنين لاستخدام الحكومة الالكترونية ، وبالتالي ايجاد مجتمع معلوماتي قادر على التعامل مع المعطيات التقنية ومواكبة عصر المعلومات .
- 2- تسهيل وسرعة التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات الالكترونية الكثيرة كالبريد الالكتروني وغيره
- 3- تفعيل الانشطة الاجتماعية المختلفة عن طريق استخدام التطبيقات الالكترونية الكثير.

سلبيات تطبيق الحكومة الالكترونية :

- 1- تقليل عدد الموظفين العاملين في الحكومة بسبب الاعتماد على الأجهزة التقنية مما يؤدي إلى البطالة وتقليل فرص العمل.
- 2- الضريبة التي ستدفعها الحكومة نتيجة لتلقي عدد كبير من الشكاوي والقضايا الشائكة من المواطنين كما قد تتلقى شكاوى لا تستحق النظر بها من أولئك الذين لا يأخذون الأمر على محمل الجد.
- 3- الجرائم الإلكترونية: على الرغم من الجهود التي تبذلها الجهات الحكومية لضمان أمن وسلامة البيانات الشخصية الخاصة بمواطنيها، إلا أن مواقع الإدارة الإلكترونية لا تزال عرضة للهجوم من قبل قرصنة الحاسوب "الهاكرز" والجواسيس من دول أخرى، الأمر الذي يعرضها لمخاطر كبيرة تكمن في التجسس على هذه الوثائق وكشفها ونقلها أو حتى إتلافها، لذلك لا تزال هناك مخاطر كبيرة من الناحية الأمنية على معلومات ووثائق وأرشيف الإدارات الحكومية، سواء المتعلقة بالأشخاص أو الشركات أو الإدارات أو حتى الدول.
- 4- البنى التحتية المكلفة: يتطلب إنشاء نظام إدارة حكومية ذكية امتلاك جميع المواطنين أو أغلبيتهم اشتراكات في خدمة الإنترنت، ولذلك فإن وجود أجهزة توجيه وبنية تحتية للاتصالات تعد أدوات مهمة للاتصال بالمواقع الحكومية.
- 5- تعطل العمل في حالة تعطل الكهرباء في احد الدوائر أو الشبكة.

الأسئلة البعدية :

1. عرف الحكومة الالكترونية ، ثم بين أهدافها بالتفصيل؟
2. تكلم عن اهم الخصائص التي تتميز بها الحكومة الالكترونية؟
3. اشرح اهم المتطلبات اللازمة لبناء برنامج الحكومة الالكترونية؟
4. اذكر بنقاط عوامل نجاح تطبيق برنامج الحكومة الالكترونية؟
5. بين اهم فوائد وسلبيات تطبيق برنامج الحكومة الالكترونية؟

• المصادر الاساسية :

- سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية، 2017، مجموعة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
- مزهر شعبان العاني، الاعمال الالكترونية / منظور اداري - تكنولوجي، 2016، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- محمد سمير احمد ، الإدارة الالكترونية، 2009، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
- خضر مصباح، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، 2017، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
- يوسف أبو حجاج، التسويق الالكتروني - التجارة عبر الانترنت، 2010، دار الوليد للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا.