



# مراجعة

# محاسبة التجارة الإلكترونية

(دار ٤٩٠)

أستاذ المقرر: عبد الرحمن محمد إدريس محمد  
المستوى الخامس – تخصص المحاسبة  
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد  
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

- إعداد وتنسيق -

 SadeqSaeed | صادق سعيد

- المصادر -

ملخص خيال لمقرر التجارة الإلكترونية ١٤٣١/١٤٣٢ هـ

"يمكنك تعديل ما تشاء في التفرع، عدا إزالة حقوق من بذل جهداً في إعداده | تم التحديث في شعبان ١٤٣٨ هـ"

## \* تعريف الانترنت Internet:

عبارة مشتقة من كلمتين International و Network وتعنيان (الشبكة العالمية)، ويُعرف عند البعض بـ (خط المعلومات السريع).

لغة: ترابط بين مجموعة من الشبكات لنقل المعلومات من شبكة إلى أخرى.

تعريف آخر هام جداً: هي الوسيلة التواصلية بين الشبكات دون اعتبار للحدود الدولية.

التعريف المشترك: شبكة ضخمة من أجهزة الحاسب المرتبطة ببعضها والمنتشرة حول العالم.

\* تعريف شبكة الانترنت:

شبكة واسعة تصل الملايين من أجهزة الحاسب المنتشرة في العالم لتبادل معلومات هائلة على شكل نصوص أو صور أو رسومات ونحوها.

\* الغرض من اقتناء الحاسب الآلي أو الانترنت في التجارة الإلكترونية:

١. خدمة الشركة.

٢. خدمة المستهلكين المتعاملين مع الشركة.

\* نشأة الانترنت:

- في عام ١٩٦٩م أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة Arpanet لربط المواقع الحكومية والعسكرية.

- في عام ١٩٨٣م تم استخدام بروتوكول وهوبروتوكول tcpip لنقل المعلومات من الحاسب للانترنت.

- في عام ١٩٩٢م تم استخدام شيفرة النص المترابط http لنقل البيانات في الويب، والذي أدى لظهور الشبكة العالمية www.

- كانت شبكة الانترنت مقصورة على الأغراض العسكرية، ثم توسعت للجامعات والمؤسسات الأهلية والتجارية في أمريكا وخارجها.

\* عناصر التعريف:

١. الانترنت وسيلة تواصلية: أي أن عدد من الأجهزة متصلة ببعضها بواسطة أنظمة وشبكات.

٢. الانترنت تستلزم المعلومات: فالانترنت بدون النظام المعلوماتي التبادلي يصبح منهجاً بدون موضوع، فهدف الانترنت تبادل المعلومات.

٣. الانترنت عابرة للحدود الدولية: لعدم وجود حدود دولية لها، وليس لها مالك ولا جهاز رقابي ولا سلطة مركزية.

\* أنواع الشبكات:

١. الشبكة المحلية LAN: تكون منحصرة داخل قطاع أو شركة وليس لها بالأجهزة خارجها.

٢. الشبكة العالمية WAN: يمكن التواصل والانتقال من شبكة محلية إلى شبكة خارجية بشكل عنكبوتي (غير منظم أو عشوائي) بروتوكول

tcp/ip المنظم للاتصال.

\* مكونات الانترنت:

١. النسيج المعلوماتي الدولي (World Wide Web) www: هو نظام معلوماتي عالمي مؤلف من صور ونصوص وأصوات وفيديو.

٢. البريد الإلكتروني Email: هو نظام إرسال الرسائل والملفات الإلكترونية بين المشتركين بأي مكان وبسرعة.

٣. بروتوكول نقل الملفات Ftp: هو برنامج وأسلوب لنقل الملفات بين الأجهزة المتصلة بالشبكة.

٤. المجموعات الإخبارية Usenet news: هي لوحات إعلامية إلكترونية عالمية يصل إليها المشتركين وينشرونها.

٥. برامج الحوار والمراسلة الفورية والتفاعل الاجتماعي: يتيح للمستخدمين تبادل المحادثة بالكتابة.

\* موقع شبكة الانترنت:

لا يوجد مكان محدد، فهي ناتج توصل جميع الحاسبات المتصلة بالشبكة.

\* إدارة شبكة الانترنت:

لا توجد جهة إدارية أو قضائية للشبكة، وهناك جهات أمريكية تطوعية تدعمها.

\* مجتمع الانترنت Internet Community (فئات مجتمع الانترنت):

١. المستخدمين Users

٢. مزودي خدمة الاتصال بالانترنت (Internet service providers) ISP.

٣. مزودي المعلومات للانترنت Internet content providers.

٤. مزودي البرمجيات من خلال الويب Application service providers

٥. شركات أجهزة وبرمجيات الحاسوب Hardware and software companies

٦. الحكومات Governments

\* عناوين المواقع في الانترنت:

كل صفحة في الانترنت لها عنوان يسمى URL (Uniform Resource Locator)، وهو لتحديد مكانها، ولكل موقع عنوان مختلف، مثلاً:

www.imamu.edu.sa موقع جامعة الإمام، نجد أجزائه كما يلي:

www الشبكة العنكبوتية العالمية (جميع المواقع تمتلك هذه الجزئية).

Imamu مسمى الموقع (هنا جامعة الإمام).

edu رمز المنظمة (هنا يعني منظمة تعليمية).

sa رمز البلد (هنا يعني السعودية).

\* تعريف الشبكة العنكبوتية العالمية:

هي نظام يتألف من خادمتان الانترنت (internet servers) المساندة لصفحات الويب التي تحتوي على الموارد (resources) المتاحة والتي يتم

التعرف عليها بالمعرف الموحد المصدر URL.

\* الفرق بين الانترنت والويب (الشبكة العنكبوتية العالمية www):

الانترنت: شبكة ضخمة وبنيتها التحتية في شبكات الكمبيوتر، تربط بلايين الحاسبات مكونة شبكة.

الويب: شبكة من الوثائق التي تُرف بصفحات الويب (Web Pages) المرتبطة بواسطة روابط متشابكة (hyperliks) للوصول للمعلومات.

\* محركات البحث Search Engine:

هي برامج تساعد في العثور على المعلومات المخزنة بالشبكة العالمية أو بحاسب شخصي، وتختلف المحركات عن بعضها حيث قد تجد

صفحات في محرك ولا تجدها في محرك آخر.

\* استخدامات الانترنت (البحث في الويب Search the web يستخدم في مجالات عديدة):

١. البحث عن المعلومات Search Site: لتسهيل الوصول للمعلومات كالسياحة والتعليم وغيرها، ومن المواقع www.google.com.

٢. نقل الملفات FTP: تسمح بنقل الملفات من حاسوب لآخر عبر الشبكة (التحميل من النت للحاسب Download والعكس Upload).

٣. الأخبار News: هناك عدة مواقع لبث الأخبار مثل www.bbc.com.

٤. الألعاب والتسلية Online Games: هناك العديد من مواقع الألعاب والأطفال للتسلية.

٥. الكتب الإلكترونية E-Book: هناك الكثير من الكتب Online Book أو E-Book ويمكن قراءتها بواسطة (المتصفح أو أكروبات).

٦. البوابات الإلكترونية Portal: هي مواقع غنية بالأدوات المفيدة كمحركات البحث والأخبار والبريد وغيرها، مثل www.msn.com.

٧. التعليم من خلال الويب Online Edecation: مثل التعليم عن بعد (Distance Learning) والدورات التدريبية.

٨. التجارة: للبيع والشراء والإعلانات والطب والسياحة وغيرها (المواقع الإلكترونية لا تباع السلعة وإنما تقدم خدمة).

٩. البريد الإلكتروني E-Mail: هو أحد أهم خدمات الانترنت ويستخدم لتبادل الرسائل والملفات.

\* فوائد البريد الإلكتروني E-Mail:

١. سرعة الاتصال.

٢. إرسال رسالة واحدة لعدة جهات بنفس الوقت.

٣. تخزين الرسائل واسترجاعها لاحقاً.

٤. طباعة الرسائل.

٥. إعادة إرسال الرسالة.

٦. إرفاق الملفات في الرسالة.

٧. تقليل رسوم البريد.

٨. ضمان وصول الرسالة للمرسل إليه.

٩. نقل البيانات بدقة.

١٠. إبلاغ الشركة لموظفيها عن المهام.

\* عنوان البريد الإلكتروني:

توفر بعض المواقع مثل ياهو وهوتميل خدمة الاشتراك المجاني في البريد الإلكتروني.

## \* دلالات رموز المنظمات في روابط المواقع:

المجال (معنى الكلمة)	اختصار لكلمة	الرمز
تجاري	Commercial	com
تعليمي	Educational	edu
حكومي	Government	gov
شبكة	Network	net
منظمة أو مؤسسة	Organization	org
عسكري	Military	mil

## \* المحادثة عبر الانترنت Chatting:

لتبادل الحوارات والصور والأصوات في نفس الوقت بواسطة غرف المحادثة Chat Rooms.

## \* الرسائل الفورية Instant Messaging:

تشبه غرف الدردشة إلا أنها تتميز بالخصوصية مثل الماسنجر.

## \* المؤتمرات المرئية Video Conferences:

تعني استخدام كاميرات الفيديو والميكروفونات لعمل لقاءات بين مجموعات وجهاً لوجه مثل الماسنجر.

## \* بَبْلِكْ انترنت Public Internet:

تكون مرئية للعامة وتُدار من قبل قسم التسويق.

## \* إكسترنات Extranet:

تُستخدم للربط بين مجموعة انترنت (مجموعة مؤسسات)، وتغلب عوامل التأمين (كالتشفير encryption) وحواجز النار (Firewall) دوراً في تأمين هذه الشبكات، واستخدامها محدود على الموردين الموثوق بهم وكبار العملاء، وتُدار بواسطة قسم التسويق والخدمات العينية.

## \* الانترانت Intranet:

هي شبكة اتصالات محلية تخدم مؤسسة معينة، استخدامها قاصر على من هم داخل المؤسسة، وتُدار بواسطة قسم الموارد البشرية.

## \* الفرق بين الانترنت والإكسترنات والانترانت:

الفرق	الشبكة
هي الوسيلة التواصلية بين الشبكات دون اعتبار للحدود الدولية، وتكون مرئية للعامة.	الإنترنت
تُستخدم للربط بين مجموعة انترنت (مجموعة مؤسسات)، وتكون مرئية للموردين وأصحاب الأعمال فقط.	الإكسترنات
هي شبكة اتصالات محلية تخدم مؤسسة معينة، وتكون مرئية داخل الشركة، وموجودة للعاملين فقط.	الإنترانت

## \* نظام الحاسب المركزي:

في وجود إدارة مركزية بها حاسب آلي واحد يقوم بخدمة كافة الأقسام بالمنشأة، ومن مميزات (سهولة الإدارة+وجود رقابة).

## \* نظام الحاسبات اللامركزي:

هو نظام يحوي أكثر من حاسب في عدة مواقع جغرافية مرتبطة بموصلات كهربائية أو إلكترونية وتخدم منشأة واحدة منتشرة جغرافياً.

## \* مزايا وعيوب نظام الحاسبات اللامركزي (النظم الموزعة):

المزايا	العيوب
١. تقليل تكاليف الاتصال.	١. زيادة تكرار البيانات.
٢. زيادة المرونة.	٢. زيادة فرصة عدم توحيد البيانات والبرامج.
٣. زيادة الأمان (عدم فقد البيانات وتقليل التعطيل).	٣. زيادة صعوبة الرقابة.

ملاحظة: يمكن أن تكون بنفس المنشأة حاسبات مركزية وحاسبات لامركزية.

## \* تعريف التجارة الإلكترونية:

- هي عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت.
- التعريف من وجهة نظر الاتصالات: هي وسيلة إيصال المعلومات والمنتجات والخدمات عبر خطوط الهاتف أو الشبكات الكمبيوترية.
- التعريف من وجهة نظرة الأعمال التجارية: هي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعلومات تجري بصورة تلقائية وسريعة.
- التعريف من وجهة نظر الخدمات: هي أداة لتلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة ورفع كفاءتها.
- التعريف من وجهة نظر عالم الانترنت: هي التجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت.

## \* من تطبيقات التجارة الإلكترونية: >>> ذُكرت في درس قادم بالأدنى مع إضافة نقطة سادسة

١. البنوك الإلكترونية.
٢. التسوق.
٣. شراء الأسهم.
٤. البحث عن عمل.
٥. القيام بمزادات.

## \* أقسام تطبيقات التجارة الإلكترونية:

١. شراء وبيع المنتجات والخدمات (السوق الإلكتروني).
٢. تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات.
٣. توفير خدمة العملاء.

## \* عمل تطبيقات التجارة الإلكترونية يستلزم الاعتماد على أربعة محاور، وهي:

١. الناس (وهم مستخدمو الانترنت).
٢. السياسة العامة (متعارف عليها بين مستخدمو الشركة).
٣. المعايير والبروتوكولات التقنية (مدى جودة هذه المعايير).
٤. شركات أخرى (أي وجود المواقع داخل الشبكة ليتصل بها الناس).

## \* تعريف السوق الإلكتروني:

هو عبارة عن محل التعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بواسطة الوسائل الإلكترونية.

ملاحظة: المشاركين في السوق الإلكتروني نادراً ما يعرفون بعضهم البعض.

## \* أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية، وترتكز على تبادل المعلومات بين منطمتين أو أكثر (غالباً تشمل الشركة ومزودها ومستهلكها).

## \* أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

١. التبادل الإلكتروني للبيانات EDI: وهو أول ما ظهر في العملية التبادلية والرموز.
٢. الشبكة الإضافية (الإكسترانت): توفر اتصال آمن عبر الانترنت.
٣. التحويل الإلكتروني للأموال: مثل الذي بين بنوك بلدين.
٤. الاستثمارات الإلكترونية.
٥. التواصل المتكامل: وهو عملية إرسال الإيميلات ووثائق الفاكس عبر نظام موحد.
٦. قواعد البيانات المتقاسمة: وهي التي تكون المعلومات فيها مخزنة في قواعد قابلة للمعاينة وذلك لتقليل وقت إرسالها.
٧. إدارة سلسلة التوريد SCM: وهو التعاون بين الشركات ومزودها ومستهلكها.

## \* أقسام التجارة (اعتماداً على تقنية المنتج أو العملية أو الوسيط أو السلعة ونحو ذلك):

١. تجارة تقليدية بحتة: عندما يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة والعملية ملموسة.
٢. تجارة إلكترونية بحتة: عندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية.
٣. تجارة إلكترونية تقليدية: عندما (الوكيل أو السلعة أو العملية) يكون بعضهم رقمياً والبعض الآخر ملموساً.

## \* الأعمال الإلكترونية (E-Business) أو الأنظمة الرئيسية الإلكترونية:

هي استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ أعمال المؤسسة، وتتضمن التجارة الإلكترونية، من أجل القيام بالأعمال، مثل:

١. إدارة العلاقة مع الزبون (Customer Relationship Management) CRM: وهي معرفة انطباعات العميل.
٢. إدارة سلسلة التوريد أو التوريد (Supply Chain Management) SCM: وهي كيفية عملية التوريد من أعلى مستوى للمستهلك.
٣. تخطيط موارد المؤسسة (Enterprise Resource Planning) ERP: هو نظام خاص بالشركات يجمع أقسام الشركة بنظام واحد.

## \* تاريخ التجارة الإلكترونية:

- بداية السبعينات: النقل الإلكتروني للاعتمادات EFT: وهو تحويل الأموال بين البنوك إلكترونياً.
- بداية الثمانينات: التبادل الإلكتروني للمعطيات EDI: وهو تبادل المستندات بين الشركات بشكل معياري.
- ١٩٩٥م: ظهرت التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.
- منذ ١٩٩٥م: تطورت تطبيقات عديدة في التجارة الإلكترونية، ومعظم الشركات أصبحت تملك موقع على الإنترنت.
- منذ ١٩٩٩م: تغير الاهتمام من B2C إلى B2B (Business to Customer إلى Business to Business).
- الآن: معظم الشركات الصغيرة أصبحت تملك مواقع على الإنترنت.

## \* دوافع التجارة الإلكترونية:

### (أ) دوافع تقنية:

١. ازدياد ظهور تقنيات جديدة.
٢. الكم الكبير في المعلومات المتبادلة.
٣. سرعة انخفاض تكلفة التقنيات.

### (ب) دوافع اقتصادية:

١. ظهور العولمة وصعوبة المنافسة.
٢. اتفاقات التجارة الإقليمية.
٣. انخفاض أجور اليد العاملة.
٤. التغيرات السريعة في الأسواق.

## \* فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة إلى المؤسسات:

١. توسيع الأسواق.
٢. خفض كلفة المعاملات الورقية.
٣. تقليل زمن وصول المنتج إلى السوق.
٤. تخصيص الزبائن.
٥. إدخال نماذج عمل جديدة.

## \* فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة إلى الزبائن:

١. تمكين الزبائن من الشراء على مدار الساعة.
٢. سرعة الوصول إلى المعلومات.
٣. إتاحة خيارات أكثر وأسعار أقل.
٤. إتاحة الحصول على المنتجات بسرعة.
٥. السماح بالتفاعل بين الزبائن.

## \* عيوب التجارة الإلكترونية:

١. لا تتحمل ضمانات، فالعمليات بدون عقود.
٢. الإثبات القانوني للمعاملات محدود.
٣. مشاكل الأمن، حيث يمكن اختراقها بواسطة القراصنة.
٤. عدم وجود تشريعات تغلظ عقوبة القراصنة.

## \* العوائق التقنية في التجارة الإلكترونية:

١. الوصول إلى الإنترنت ما زال مكلف أو متعذر للبعض.
٢. استطاعة البنى التحتية للإنترنت غير كافية في بعض المناطق.
٣. أدوات تطوير البرمجيات في تغير وتطور سريع.
٤. صعوبة تكامل برمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات.

## \* العوائق غير التقنية في التجارة الإلكترونية:

١. النقص في الثقة. ٢. الكلفة وتبريرها.

٣. زيادة كلفة توصيل البضائع.

## \* عوائق متفرقة في التجارة الإلكترونية:

١. النقص في الإحساس واللمس. ٢. وجود مسائل قانونية عالقة.

٣. قوانين التجارة الإلكترونية غير ملائمة بشكل كافي. ٤. لا يوجد عدد كافي من البائعين والمشتريين.

٥. النقص في الخدمات المساندة.

## \* أنماط التجارة الإلكترونية بين القطاع الخاص والمستهلك والحكومة:

١. نمط (Business to Consumer) B2C: يكون بين القطاع الخاص والمستهلك.

٢. نمط (Business to Business) B2B: يكون بين وحدات القطاع الخاص سواء داخل الدولة أو بين الدول.

٣. نمط (Government to Consumer) G2C: يكون بين الحكومة والقطاع الخاص.

٤. نمط (Consumer to Consumer) C2C: يكون بين مستهلك ومستهلك آخر، كالمزادات الإلكترونية.

## \* مجالات التجارة الإلكترونية:

١. التسوق: أي الشراء عبر الويب مثل موقع أمازون وسوق دوت كوم.

٢. البنوك الإلكترونية Online Banks: أي قيام العملاء بإنجاز أعمالهم بواسطة الموقع الخاص بالبنك أو الجوال.

٣. شراء الأسهم: أي شراء وبيع الأسهم بواسطة المواقع الإلكترونية.

٤. المزادات: أي البيع والشراء بواسطة المزادات بالمواقع الإلكترونية مثل موقع حراج.

٥. توفير الوسائط المتعددة والبرامج: أي المواقع التجارية المتخصصة بعمل برمجيات أو كتب وألعاب وهكذا.

## \* أساليب وطرق الدفع في التجارة الإلكترونية:

(أ) أساليب دفع تقليدية:

تكون في الأسواق التقليدية أو الأساسية، ويتم الدفع يدوياً نقداً أو شيك، وهناك من يعطي خيارات للسداد منها الإلكتروني ومنها التقليدي.

(ب) أساليب دفع إلكترونية:

١. البطاقة الائتمانية Credit Card: وهي الأكثر استخداماً في الوقت الحاضر.

٢. الشيك الإلكتروني: هو المكافئ للشيك الورقي.

٣. المحفظة الإلكترونية: يقوم المستهلك بعمل حساب خاص بالبنك ويدفع من خلاله مع كل شراء وكأنه محفظة.

٤. البطاقة الذكية: هي بطاقة بلاستيكية مزودة بشريحة إلكترونية لتخزين البيانات والدفع عبر الانترنت.

## \* التجارة عبر الجوال Mobile Commerce:

هي حالة تدمج نظم الحوسبة والاتصالات مع الحاسب والهاتف في الأنشطة التجارية.

## \* احتياطات الأمن والسرية عند استخدام التجارة الإلكترونية:

١. التعامل مع المواقع ذات السمعة الطيبة الموثمة.

٢. الاحتفاظ بنسخة من أمر الشراء أو الطلب.

٣. مراجعة الكشف الخاص بالبطاقة الائتمانية.

٤. تخصيص بطاقة ائتمانية للشراء عبر الانترنت.

٥. عدم إعطاء أي بيانات عبر المواقع.

## \* التسويق التقليدي يركز على المنتج (4P'S): <<< الاهتمام بالمنتج

١. سياسة المنتجات Product. ٢. سياسة التسعير Price.

٣. سياسة التوزيع Place. ٤. سياسة الترويج Promotion.

## \* التسويق الإلكتروني له منهجية جديدة (4C'S): <<< الاهتمام بالعميل

١. احتياجات ومتطلبات الزبون Customer needs and wants.

٢. الكلفة بالنسبة للزبون Cost to the customer.

٣. الملائمة Convenience.

٤. التواصل Communication.

### \* معرفة الزبون ضرورة حتمية:

وذلك لتقوم بإرضاء العملاء وإشباع رغباتهم والاحتفاظ بهم.

### \* لماذا البدء بإجرائية العلاقة مع العميل (CRM)؟

١. ازدياد الربح عند الاحتفاظ بالعميل.

٢. العميل المخلص يزيد عدد العملاء الجدد.

٣. العميل الجديد القادم بواسطة العميل المخلص يصبح مربحاً.

### \* أنماط العلاقة مع العميل (CRM):

تتواصل الشركة مع العميل لتحصل على معلومات تساعد في معرفة رغبات العملاء لتقديم منتجات تناسبهم، وهذا تخطيط السوق.

### \* العلاقة مع العميل (CRM) تفسح المجال أمام عناصر البيع ل:

١. بناء سجلات العملاء.

٢. إدارة المبيعات والحسابات.

٣. إدارة برامج العملاء الخاصة.

٤. إرسال نتائج المبيعات إلى مخزن المعلومات.

٥. إدارة العلاقة مع العميل إلكترونياً.

٦. إدارة وتطوير الإعلان.

٧. تقسيم السوق إلى قطاعات.

٨. متابعة المعلومات المرتدية (التغذية الراجعة).

### \* العلاقة مع العميل (CRM) تمتد إلى مجموعة من المراحل:

١. الحصول على زبون جديد.

٢. تعزيز العلاقة مع الزبون السابق.

٣. الاحتفاظ بالزبون.

### \* المميزات الأساسية لأدوات العلاقة مع العميل (CRM):

١. بناء قاعدة معطيات حول الزبون.

٢. الولوج إلى معلومات الزبون.

٣. التوافق بين الزبون والخدمة أو الخطة المقدمة.

٤. إجراء تدقيق المدفوعات.

### \* لماذا تحتاج المنشآت إلى تنمية الوظائف المتعلقة بالزبون؟

١. الحاجة إلى المعلومة.

٢. تحسين إنتاجية قوى البيع.

٣. مراقبة تطورات السوق.

٤. توفير خدمة أفضل للزبون.

### \* أكثر فوائد العلاقة مع العميل (CRM) ذكراً هي:

١. تسويق أفضل.

٢. معلومات أفضل عن البيع.

٣. إنتاجية مطورة.

٤. عناية أفضل بالزبون.

### \* تعريف سلسلة التوريد (أو إدارة سلسلة الموردين إلكترونياً):

هي متتالية الموردين الذين يساهمون في إنتاج وتسليم سلعة أو خدمة إلى المستخدم النهائي.



## \* مظاهر العمل:

١. معالجة البيانات Sales Processing.
٢. الإنتاج Production.
٣. إدارة المخزون Inventory Management.
٤. توريد المواد Material Supply.
٥. التوزيع Distribution.
٦. الشراء Procurement.
٧. التخمين Forecasting.
٨. خدمة العملاء Customer Service.

## \* أنماط التدفق في سلسلة التوريد:

١. تدفقات المواد Material Flows.
٢. التدفقات المالية Financial Flows.
٣. تدفقات المعلومات Information Flows.

## \* ما هي سلسلة التوريد الداخلية؟

تتألف من تدفقات (المواد + الأموال + المعلومات) بين الشركة وشركائها، حيث أن:  
(أ) تدفقات المواد: تبدأ من المصنع أو المورد الأولي وتنتهي بالعميل.  
(ب) تدفقات الأموال: تبدأ من العميل وتنتهي بالمورد.  
(ج) تدفقات المعلومات: مزدوجة ذات طرفين.

## \* فرص العائدات الممكنة من الأعمال الإلكترونية (E-Business) وسلسلة التوريد:

١. مبيعات مباشرة للزبائن.
٢. نفاذ ٢٤ ساعة لإرسال طلبات الشراء (متوفرة ٢٤ ساعة).
٣. مشاركة المعلومات في سلسلة التوريد.
٤. مرونة في وضع الأسعار وفي التخفيضات.
٥. تخصيص في الأسعار والخدمات.
٦. زمن أقصر إلى السوق.
٧. تحويلات مالية فعالة (أي وصولها في وقتها المناسب).
٨. تقليص كلف المنشآت.

## \* دور الأعمال الإلكترونية (E-Business) في سلسلة التوريد (معاملات سلسلة التوريد التي يمكن القيام بها عبر الانترنت):

١. تقديم معلومات عبر سلسلة التوريد.
٢. التفاوض مع الزبائن والموردين على الأسعار.
٣. تمكين الزبائن من وضع الطلبات.
٤. تمكين الزبائن من ملاحقة الطلبات.
٥. إنهاء وتسليم الطلبات إلى الزبائن.
٦. تسلم الثمن من الزبائن.

## \* الأعمال الإلكترونية (E-Business) في سلسلة التوريد:

هي تنفيذ الأعمال الإلكترونية عبر الانترنت.

## \* منظور الإجراء Process View في سلسلة التوريد:

١. منظور حلقي Cycle View.
٢. منظور الدفع/السحب (الجدب) Push/Pull View.

## \* الفرق بين التجارة الإلكترونية (E-Commerce) والأعمال الإلكترونية (E-Business):

الأعمال الإلكترونية	التجارة الإلكترونية
١. أوسع نطاق واشمل وتتضمن التجارة الإلكترونية.	١. اتجار بالخدمة، لا بالبضائع.
٢. تقوم على أتمتة الأداء في العمل سواء الإداري أو الإنتاجي.	٢. نشاط تجاري فقط (بيع وشراء وطلب خدمة فقط).

ملاحظة: يمكن استخدام تعبير "الأعمال الإلكترونية" على "التجارة الإلكترونية" لوصف الاستخدام المثير للانترنت.

## \* تعريف تخطيط موارد الشركة (ERP):

نظام معلومات موجه محاسبياً لتحديد موارد الشركة اللازمة للتوريد والتصنيع والبيع والمحاسبة بناءً على طلبات الزبائن.

## \* تعريف آخر لتخطيط موارد الشركة (ERP):

طريقة لتخطيط الفعال والتحكم بكل الموارد اللازمة للتوريد والتصنيع والبيع والمحاسبة حسب طلبات الزبائن.

\* تعريف مجموعة Granter لتخطيط موارد الشركة (ERP):

تعرف كاستراتيجية عمل وحزمة حلول للأعمال الخاصة التي توجد القيمة المضافة أو الزائدة للزبائن والمالكين.

\* تعريف القيمة المضافة:

أن منتجات تلك الشركة يكون لديها مواصفات أعلى وأفضل من منتجات الشركات الأخرى.

\* المتطلبات الأساسية لأنظمة (ERP):

١. تحتاج أكثر الشركات برمجيات للمحاسبة. ٢. يعالج برنامج المحاسبة المتكامل كل أنواع التنقلات المحاسبية.

\* تخطيط موارد الشركة (ERP):

١. أنشئ لتغطية كل وظائف الشركة برؤية محاسبية. ٢. عمل أكثر من إجراء للتنقلات المالية.

٣. محاولة تحقيق الحد الأدنى من الوقت والحد الأقصى في الإنتاج باستخدام قاعدة معطيات مركزية

\* مصاعب التصنيع (عوامل نجاح السوق الإلكتروني):

١. الحاجة إلى أن يكون المنتج دولياً (قابلية التصدير). ٢. التوزيع لكل أنحاء العالم.

٣. اختصار الوقت في بناء منتج جديد.

\* كيف هي الأسواق؟

١. الرواج حسب الطلب وتلبية احتياجات الزبون. ٢. الوقت القصير للتسليم.

٣. المنافسة الكبيرة في السعر.

\* مطالب الصناعة إلكترونياً:

١. مبادرات قاسية للتحكم بالكلفة.

٢. الحاجة لتحليل التكاليف والعائدات (على أساس المنتج وعلى أساس الزبون).

٣. المرونة لتلبية تغيرات متطلبات العمل.

٤. تغيير طرق إنجاز الأعمال.

\* وظائف تخطيط موارد الشركة (ERP) التقليدية:

في السابق لم تكن جميع أقسام الشركة ذات علاقة إنتاجية مع بعضها، وكانت تعاملاتهم ورقية وطويلة، وتلك الأقسام مثل (إدارة المبيعات

+ إدارة البيانات التقنية + متابعة الإنتاج + إدارة الدعم والتزويد + إدارة المشتريات والمخزون + إدارة الحسابات).

\* تخطيط موارد الشركة (ERP) من الناحية الوظيفية إلكترونياً:

جميع الإدارات أصبحت مرتبطة بقاعدة بيانات واحدة (أي أنه يمكن الاستفادة من قاعدة واحدة بجميع الأقسام المختلفة)، وبذلك تم

تجنب التكرار ويمكن لأي قسم الوصول إليها، تلك الأقسام مثل (إدارة المبيعات وطلبات الزبائن + نظام الفواتير المحاسبية والإدارة المالية

+ إدارة الأسهم والمواد الأولية والمنتج الوسيط والنتائج النهائي + المشتريات + الدعم التشغيلي بين المستوردين والزبون + إدارة الإنتاج

وجدولة تتبع الطلب والإدارة الممتازة + التقارير + الموارد البشرية + تعريف المنتج والتسميات وكيفية الإنتاج).

\* علاقة الشركة مع الأقسام الخارجية (الموردين والمقرضين مثلاً):

يجب عليهم دراسة الشركة مالياً ومعرفه هل ستستمر ويمكنها السداد أم لا.

\* العلاقة بين التجارة الإلكترونية وتخطيط موارد الشركة وصاحب الحصص الخارجية:

(أ) الدائرة الأصغر (تخطيط موارد الشركة).

هي الأقسام الداخلية للمنشأة مثل (النقل + المالية + المبيعات والتسويق + الموارد البشرية + التصنيع + إدارة المعرفة [قاعدة البيانات]).

(ب) الدائرة الأكبر (الانترنت).

حيث أن اتصال تخطيط موارد الشركة بجميع أقسامه بالانترنت سيستفيد منه حتى الذين خارج الشركة وهم (حملة الأسهم + العملاء +

الموردون + المتشاورون + الموزعون + شركاء العمل + البحث والتطوير).

## \* الممارسات التجارية الإلكترونية:

١. B2B (Business to Business): وهي من تاجر إلى تاجر أو من شركة إلى شركة، وهي صفقات بين الأعمال التجارية.

٢. B2C (Business to Consumer): وهي بين التاجر والمستهلك، وهي تجارة الصفقات المباشرة بين الأعمال التجارية والمستهلك.

٣. C2B (Consumer to Business): وهي بين المستهلك والتاجر، وهي الاستفسار عن منتج أو طلب عرض سعره كالشراء من أمازون.

٤. C2C (Consumer to Consumer): وهي بين المستهلك والمستهلك، وهي حوارات بين المتعاملين مع الشركة.

٥. P2P (People to People): وهي تبادل المعلومات عن طريق المنتديات.

٦. B2E (Business to Employees): وهي الاتصال بين الشركة وموظفيها.

٧. G2C (Government to Citizens): وهي بين الحكومة الإلكترونية والمواطنين.

٨. E2E (Exchange to Exchange): وهي التبادلات في الأسواق الافتراضية والإلكترونية.

٩. Mobile Commerce = M-Commerce: وهي الصفقات التي يمكن تنفيذها لاسلكياً، كاستعمال الهاتف في عمليات البيع

## \* العلاقة بين عمليات المنشأة إلكترونياً داخلياً وخارجياً تقوم على ٣ ركائز:

١. التطبيقات: مثل:

(أ) المخزن الإلكتروني.

(ب) المصرف الإلكتروني.

(ج) المجمع الإلكتروني.

(د) الشراء الإلكتروني.

(هـ) المزاد الإلكتروني.

(و) خدمات السياحة والسفر.

(ز) الحكومة الإلكترونية.

٢. المشاركون: يتمثلون بـ:

(أ) الزبائن: أي المستهلكين.

(ب) الوسطاء: أي بائعو الجملة والتجزئة ونحوهم.

٣. البنية التحتية: تتمثل بـ:

(أ) التقنية: أي الشبكات الحاسوبية (كالانترنت والانترانت والإكسترانت واللاسلكية) والبروتوكولات والمتصفحات ونحوها.

(ب) القانونية: أي القوانين وأنظمة التجارة.

## \* استخبارات البيانات:

تطورت استخبارات البيانات من تجميع بيانات عن المنافسين إلى تجميع بيانات عن كل عناصر البيئة.

## \* خمس مهام لاستخبارات الأعمال إلكترونياً:

١. تجميع البيانات.

٢. تقويم البيانات.

٣. تحليل البيانات.

٤. تخزين الاستخبارات أو البيانات.

٥. بث الاستخبارات أو البيانات.

## \* قواعد البيانات الخارجية الإلكترونية:

هي قواعد تمده المنشأة ببيانات عن أي موضوع، وهناك أكثر من ١٠٠٠ موقع بيانات متاح لدى ياهو مثلاً.

## \* دورة معالجة البيانات إلكترونياً تقوم على ثلاثة ركائز وأسس:

١. الموارد المادية: هي الأموال التي تستخدمها الشركة لجمع البيانات.

٢. الموارد البشرية: المقصود بها الموظفون الذين يجمعون تلك البيانات.

٣. الموارد البرمجية: هي التي يتم إدخال البيانات إليها لتُخرج تقارير.

## \* نظام ما بين المنظمات:

١. يتيح للعميل ملامح مميزة للمنتج.
٢. يخدم حتى العملاء وليس فقط من بالشركات.
٣. أنها جعلت العملية من (تنافسية) إلى (تنافسية تعاونية) بين الشركات.

## \* عملية الأعمال إلكترونياً:

١. لتبادل البيانات إلكترونياً.
٢. تأثير البيئة والشأن الداخلي على تطبيق تبادل البيانات إلكترونياً.

## \* تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) EDI:

يحوي إمكانية إرسال بيانات مباشرة من حاسب لآخر بين منشآت متعددة.

## \* عناصر تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) EDI:

١. الموارد أو البائع.
٢. العميل.
٣. مستندات الحركة Transaction.

## \* تحويل الأموال إلكترونياً (Electronic Funds Transfer) EFT:

لكي يتم تحويل الأموال إلكترونياً يتوجب على المؤسسة أن يكون لديها النظام تبادل البيانات إلكترونياً.

## \* مزايا تبادل البيانات إلكترونياً:

١. خفض الأخطاء.
٢. خفض التكاليف.
٣. زيادة كفاءة العمليات.
٤. زيادة القابلية للمنافسة.
٥. تحسين العلاقات مع شركاء الأعمال.
٦. تحسين خدمة العملاء.

## \* هناك ثلاث أساليب لإعادة تصميم عملية الأعمال:

١. الهندسة العكسية Reverse Engineering: تقوم بإعادة توثيق المراحل دون إجراء تغيير.
٢. إعادة الهيكلة Restructuring: تقوم بتحويل النظام إلى صورة أخرى دون تغيير وظيفته.
٣. إعادة الهندسة Reengineering: تقوم بتصميم كامل النظام بهدف تغيير الوظيفة.

## \* تعريف الحكومة الإلكترونية:

هي استخدام تقنية المعلومات من قبل الأجهزة الحكومية لتقديم الخدمات المناطة بالأجهزة للمستفيدين بأسلوب أسرع وأدق.

## \* أهداف الحكومة الإلكترونية:

١. تقليل تكاليف الإجراءات الحكومية.
٢. زيادة كفاءة عمل الأجهزة الحكومية.

## \* فوائد الحكومة الإلكترونية:

١. إنشاء قنوات اتصال أكثر فاعلية بين المواطنين والحكومة.
٢. العمل على توفير المعلومات الحديثة.
٣. تبسيط المعلومات والإجراءات الحكومية.
٤. زيادة نشر الوعي.

## \* عوامل نجاح الحكومة الإلكترونية:

١. توفير الميزانيات المناسبة للتمويل من قبل الحكومة.
٢. تبسيط الإجراءات المطلوبة للحصول على الخدمات الحكومية.
٣. توفير البنية التحتية للاتصالات.
٤. عمل خطة معلوماتية موحدة للتعامل مع المواضيع الفنية.
٥. تقديم خدمات لمساعدة الجهات الحكومية.
٦. توفير التقنيات الحاسوبية اللازمة.
٧. استقطاب القوى البشرية المتخصصة.
٨. إنشاء بوابة رئيسية للحكومة الإلكترونية.
٩. تطوير سياسات تسويقية للتعريف بالحكومة الإلكترونية.
١٠. ضرورة مشاركة قطاعات التعليم.
١١. ضرورة توفر مستوى عالٍ من الأمن والسرية والأمان.

ملاحظة: الأجزاء الملونة بالأخضر هي نقاط تناولتها أسئلة اللقاءات الحية، والأجزاء الملونة بالأصفر هي نقاط تناولتها أسئلة اختبارات سابقة.

ولله الحمد،،،