

المحاضرة الأولى

مقدمة لإدارة الأعمال الإلكترونية

التجارة الإلكترونية e-commerce

- التجارة الإلكترونية هي عملية البيع والشراء بواسطة الأجهزة الإلكترونية (مثل: الحاسب، الجوال، ... الخ) أي كل الأجهزة الإلكترونية.
- نشاطات تجارية مثل عمليات البيع والشراء والدعاية التي تعقد من خلال الإنترنت.
- وتعتبر التجارة الإلكترونية بشكل عام الجانب الذي يمثل مبيعات الأعمال الإلكترونية. وتتكون أيضا من تبادل البيانات لتسهيل الأمور المالية كالتمويل والدفع للمعاملات التجارية الخاصة بالأعمال الإلكترونية.

إدارة الأعمال الإلكترونية e-business

- هي دمج تقنية المعلومات في عمليات الأعمال لتقليل التكلفة وزيادة الكفاءة والإنتاجية وتعميق العلاقة مع العملاء والشركاء.
- هذا المفهوم أوسع من التجارة الإلكترونية، يشمل كافة النشاطات والمعاملات الإلكترونية داخل المنظمة وخارجها وتشمل: عمليات البيع والشراء أو التجارة الإلكترونية e-commerce
- إدارة العلاقات مع الزبائن customer relations management (CRM)
- التعاون مع الشركاء business partnerships
- العمليات الإلكترونية في المؤسسة electronic transactions within an organization
- هدف إدارة الأعمال الإلكترونية هو توظيف تقنية المعلومات لرفع القدرة التنافسية للشركة
- الأعمال الإلكترونية تمكن الشركات من ربط نظم معالجة البيانات الداخلية والخارجية على نحو أكثر كفاءة ومرونة.
- تشمل كل المعاملات سواء المالية وغير المالية مثل تبادل المعلومات التي تحدث بين المنظمة وأصحاب المصلحة (stakeholders)
- أصحاب المصلحة في شركة ما هم الأشخاص أو الجهات التي قد يكون لها تأثير أو قد تتأثر بالشركة ومنتجاتها.
- تعمل بشكل وثيق مع المزودين suppliers وشركات العمل partners
- تساعد المؤسسة على تلبية حاجة وتوقعات العملاء
- * إدارة الأعمال الإلكترونية Strategic-focused
- * التجارة الإلكترونية جزء من استراتيجية الأعمال الإلكترونية

أشكال الأعمال الإلكترونية



أشكال الأعمال الإلكترونية (2)

- تجارة إلكترونية من أعمال إلى مستهلك (B2c) Business to consumer تجارة التجزئة/المفرد الإلكتروني
- تجارة إلكترونية من أعمال إلى أعمال (B2B) Business to business
- * مثل العمليات التي تتم بين المصانع ومراكز التسوق
- تجارة إلكترونية من مستهلك إلى مستهلك (c2c) Consumer to consumer
- * مثل المزادات الإلكترونية online Auctions و موقع الحراج haraj.com.sa
- (G2c) من الحكومة إلى المستهلك (E-government)
- * مثل عملية دفع الضرائب إلكترونياً وكافة الخدمات الحكومية مثل تراخيص السيارات و رخص القيادة والتأشيرات والجمارك وغيرها.

عمليات إدارة الأعمال الإلكترونية :

العمليات التي يتم تطويرها عن طريق إدارة الأعمال الإلكترونية :

أولاً: العمليات التي تركز على الإنتاج

المشتريات، وأوامر الشراء والدفع ، تجديد المخزون ، والمدفوعات ، والتواصل مع الموردين ، وعملية مراقبة الإنتاج ,ordering , replenishment of stock ,payments ,link with suppliers, production control process procurement

ثانياً : العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية

خدمات الموظفين ، والتدريب ، تشارك المعلومات الداخلية ، التوظيف ، والمبيعات ، والاتصالات ، الاتصال بين مجموعة العمل ، النشر الإلكتروني

employee services , training ,internal information,sharing,recruiting,sales,workgroup communication,electronic publishing

ثالثاً : العمليات التي تركز العميل

الجهود الترويجية والتسويق ، بيع على الإنترنت ، معالجة أوامر الشراء ، ومعالجة المدفوعات ، دعم العملاء promotional and marketing efforts,selling over the internet,processing purchase orders, processing payments,customers support

الفوائد المحتملة لإدارة الأعمال الإلكترونية :

فوائد لأرباب الأعمال	المنافع التي يحصل عليها العملاء
<ul style="list-style-type: none"> ▶ زيادة الإنتاجية ▶ وفورات في التكلفة بكافة أنواعها ▶ حضور عالمي ووصول للأسواق العالمية ▶ وضع تنافسي أفضل ▶ تفصيل السلع والخدمات حسب العميل ▶ تقصير أو إلغاء سلاسل التوريد ▶ زيادة فرص الابتكار والتعلم وتبادل المعرفة ▶ تقليل المخاطر والخسائر 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ الحصول على خيارات وأذواق عالمية ▶ توفير الوقت والجهد والموارد ▶ زيادة جودة الخدمات ولاسيما الحكومية ▶ الاستجابة السريعة للحاجات والأفضليات ▶ تخفيضات هائلة على الأسعار ▶ خدمات شخصية منفصلة حسب حاجة العميل ▶ زيادة مهارات العملاء وخلق وظائف جديدة ▶ تعطي العملاء القدرة على تبادل المعلومات

عوامل نجاح التجارة الإلكترونية :

- الدعم الكافي من كافة المؤسسات المحلية والدولية
- استخدام تقنية مفتوحة
- القياس Measurement
- المرونة Flexibility
- إعادة هندسة سلاسل التوريد engineering supply chains
- التركيز على العمليات Process-centered
- توحيد المقاييس والتكامل
- أساليب مختلفة لتوقيع المستندات
- توافر مقومات الأمن والخصوصية
- توافر مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية
- توافر خطوط كافية وسريعة لنقل المعلومات وقواعد بيانات ديناميكية
- وجود قوانين وتشريعات تحكم عمليات التبادل الإلكتروني وتحديد المسؤولية والحدود القانونية للعقود .



معوقات إدارة الأعمال الإلكترونية :

- مشكلة اللغة والأمية الرقمية Digital Divide (نسبة السعوديين المشتركين في الانترنت 67%)
- الأخطاء الاستراتيجية وعدم التوافق
- التغيرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعداء الثقافي وقلة الوعي
- تكلفة التنفيذ ومشكلة العائد على الاستثمار
- مشكلة أمن المعلومات وإنعدام الثقة وتحول الولاءات
- انخفاض سرعة الانترنت وعدم وجود علاقة مباشرة بين الأطراف
- انتشار الغش التجاري وسرقة الهوية وعدم وجود طرق آمنة للتوقيع الإلكتروني
- التغير المستمر في التكنولوجيا وتطبيقاتها
- تحديات النمو والاستمرارية والقدرة التنافسية ونماذج الأعمال والتطبيقات المناسبة
- قلت التشريعات والسياسات ولا سيما المتعلقة بفض المنازعات والجرائم الإلكترونية
- زيادة المخلفات الإلكترونية e-waste

التخصصات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية :

* التسويق	* الإدارة
* علوم الحاسب	* أنظمة المعلومات
* سلوك المستهلك	* المحاسبة والمراجعة
* المالية	* قوانين وأخلاقيات العمل
* الاقتصاد	* الدعاية والإعلان
* انتاج/الإمداد والتموين	

مستقبل الأعمال الإلكترونية في المملكة :

- السعودية هي أعلى دول المنطقة من حيث معاملات التجارة الإلكترونية
- وصل حجم التجارة الإلكترونية في المملكة ما يقارب مليارا ومائة مليون ريال سعودي شهريا (293 مليون دولار) عام 2014.
- يوجد 15.6 مليون مستخدم للإنترنت في السعودية ، يجري 3.9 مليون منهم معاملات عبر الإنترنت
- وحققت المملكة العربية السعودية المرتبة الثالثة عربيا في الح كومة الإلكترونية والمرتبة 36 عالميا بعد أن كانت في المرتبة الـ41 محققة قفزة مقدارها 5 نقاط في العاملين الماضيين . وتعتبر ضمن الـ20 دولة الأولى عالميا في معيار حصول المواطنين على الخدمات الحكومية إلكترونيا.
- انخفاض معدلات اختراق البطاقات الائتمانية في السعودية
- تناسب ظروف وطبيعة المجتمع السعودي.
- دخولها الأسواق التقليدية مثل التمور وأضاحي العيد، استحدث منظمو مهرجان .
- إدارة الأعمال الإلكترونية داعمة لعمل المرأة من المنزل ليس فقط في البيع، بل عبر تقديم الخدمات الأخرى كالتدريب والدعم الفني. فأغلب أنشطة التجارة الموجودة على الإنترنت وخصوصا عبر الشبكات الاجتماعية تعود لتاجر يعمل في المنزل .
- وتعتبر ساعات وجود المجتمع السعودي على الإنترنت وخصوصا الشركات تستهدف الشباب السعودي لأنه يمكنه 20 ساعة أسبوعيا على الانترنت والفتيات 13 ساعة.
- أكثر القطاعات هي تذاكر الطيران والإلكترونيات وحجوزات الفنادق بنسبة 56%، وقطاع الموضة 8%، وفي الكتب بـ11% من المعاملات .

* ما هي الفرص الأخرى لقطاع الأعمال الإلكترونية في السعودية؟

" تم الانتهاء من المحاضرة "

المحاضرة الثانية

تحليل أسواق التجارة الإلكترونية Marketplace Analysis

مقدمة:

تحليل السوق هو دراسة الفرص المتاحة وديناميكيات سوق معين والتحديات والمخاطر التي تواجهه.

أبعاد دراسة تحليل السوق تشمل:

➤ حجم السوق، ربحية السوق، اتجاهات السوق، هيكل التكاليف، وعوامل النجاح وأهم قنوات التوزيع

نتيجة هذا التحليل تستخدم في:

➤ رسم استراتيجية الأعمال للشركة المعنية.

➤ إتخاذ القرارات المتعلقة بالتشغيل والحملات التسويقية والتسعير والتوسعات وإدارة المخزون



➤ تصميم نماذج الأعمال الإلكترونية

السوق التقليدي:

• هو المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بمال أو تبادل المنتج بمنتج أو خدمة أو معلومات.



السوق الإلكتروني:

• هو المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري ولكن يتم اللقاء عبر الانترنت online عبر البيئة الافتراضية لتبادل المنتج بمال أو تبادل المنتج بمنتج أو خدمة أو معلومة. فالسوق هو المكان الذي يكتشف فيه السعر.



الأسواق الإلكترونية:

• السوق الإلكتروني عبارة عن شبكة من التفاعلات والعلاقات حيث يتم تبادل المعلومات والمنتجات والخدمات والمدفوعات.

• والسوق الإلكتروني هو الموقع الإلكتروني الذي يجتمع فيه المتسوقون والباعة.

• يتم في السوق الإلكترونية التفاوض بين الباعة والمشتريين، وتقديم العطاءات، وإبرام الاتفاقات بشكل مباشر online، أو غير مباشر Offline.

الفرق بين الأسواق التقليدية والأسواق الرقمية :

الأسواق الرقمية	الأسواق التقليدية
البيع الإلكتروني Online	البيع التقليدي (السوق) عن طريق التعامل المباشر
المنتجات رقمية Digital	المنتجات حسية / لمسية
كتالوج إلكتروني	كتالوج ورقي
استخدام الإنترنت والموبايل	استخدام الشبكات العادية
الفواتير إلكترونية	الفواتير ورقية
الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون	الإنتاج شامل وواسع جدا



وظائف السوق :

- تسهيل التقاء الباعة بالمشتريين وربطهم ببعضهم البعض. (من أهم الوظائف)
- تسهيل العمليات التي تتم في السوق. مثل: تدفق المعلومات، انتقال المنتجات والخدمات من البائع إلى المشتري.
- السوق بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري.
- حيث أن السوق يشكل المكان القانوني النظامي الذي تتم فيه عملية البيع والشراء والدول تحمي المستهلك من الغش.

عناصر السوق :

1. الزبائن Customers.

2. الباعة Sellers.

3. المنتجات Products : هناك المنتجات الرقمية Digital Products مثل / الكتب ، المحاضرات ، الأفلام ، التذاكر ، الجرائد . ويتم بيع المنتجات غير الرقمية أيضا في الأسواق الإلكترونية

4. البنية التحتية : السوق الإلكتروني تحتاج إلى شبكات وقواعد معلومات وسيرفرات وأجهزة حاسبات آلية سريعة وخطوط ضوئية وألياف بصرية سريعة تنقل فيها المعلومات من مكان إلى مكان آخر ومن دولة لأخرى ومن قاعدة بيانات إلى قاعدة بيانات أخرى حتى يكون هناك نجاح للسوق والتجارة الإلكترونية يجب أن يكون هناك بنية تحتية قوية حتى تدعم هذا النوع من التجارة .

5. Front –end : هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء .

6. Back – end : هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الشركة البائعة للمنتج حتى تتم عملية الشراء وإيصال المنتج للعميل . ومنها قواعد البيانات والخادم الذي يستضيف الموقع الإلكتروني وغيرها.

7. الوسيط : هو الشخص الذي يكون بين البائع والمشتري حتى ينقل المعلومات ويسهل عملية الشراء ويحفز البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لإتمام عملية البيع والشراء . والوسطاء لهم دور كبير في السوق الإلكتروني والعمل الإلكتروني .

8. شركاء العمل : هناك شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شركات تعمل في مجال الشحن ، التقنية ، إيصال المنتج للزبون ، والتأمين ، إنهاء عمليات الدفع ... وغيرها .

9. خدمات الدعم والمساندة : مثل / خدمة العملاء والضمان.

أنواع المتاجر في السوق الإلكترونية :

واجهة المتجر الإلكتروني **electronic Storefront** :

واجهات المتاجر الإلكترونية هي خدمات الإنترنت التي تسمح لك بإنشاء متاجر افتراضية ووظيفة كتالوج المنتجات وحساب رسوم الشحن وقبول المدفوعات عبر الإنترنت



هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع.
المواصفات التي يجب أن تتوفر في المتجر الإلكتروني (عناصر المتجر الإلكتروني):

1. الكتالوج الإلكتروني.

2. محرك البحث Search Engine: وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري للبحث في الكتالوج عن المنتج المطلوب.

3. سلة التسوق Shopping Cart

4. منطقة الدفع المالي: هي صفحة خاصة في الموقع لتوضيح طريقة الدفع بعد اختيار المشتريات.

5. منطقة شحن وإيصال المنتج: هي خيارات توضح طريقة إيصال المشتريات المادية، أما المشتريات (المنتجات الرقمية) لا تحتاج إلى شحن وإيصال.

6. خدمات العملاء Customer Service: وتشمل إعطاء معلومات عن المنتج وتسجيل المنتج والضمان والمساعدة بعد شراء المنتج.

المجمع التجاري الإلكتروني **E-Mall** :

• هو عبارة عن مركز تسوق إلكتروني يوجد فيه العديد من المتاجر الإلكترونية ، قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف .



من أشهرها: **Choicemall.com**



أنواع المتاجر/المراكز التجارية الإلكترونية :

1- **المتجر /المركز العام General**: ليس له طبيعة معينة فهو يبيع كافة أنواع السلع والخدمات، مثل موقع **ebay.com**.

2- **المركز المتخصص**: لا يبيع إلا بضاعة معينة، مثل: **1200flowers.com** متجر متخصص ببيع الورود فقط.

3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية: يخدم منطقة معينة فقط. عالمية: يخدم كافة أنحاء العالم في أي دولة.



4- المتاجر الإلكترونية: مثل Pure – online

5- المتاجر المزدوجة: تمزج بين السوق التقليدي والإلكتروني، مثل موقع Click – Mortar

الأسواق الخاصة والأسواق العامة:

الأسواق الخاصة Private Markets: هي شركة تفتح سوق لا يمكن للجميع الدخول فيه هو فقط مفتوح لمجموعة معينة من العملاء أو الزبائن أو الشركات التي تعمل مع هذه الشركة في نفس المجال أو الصناعة، مثل: صناعة الحديد، النفط والبتروال.

الأسواق العامة Public Markets: هي أسواق ربما تكون مفتوحة فيها باعة ومشتررون تدار من قبل طرف آخر.

نماذج شركات التجارة الإلكترونية:



➤ Transactions - Subscriptions - Advertising - Sales - Affiliations

نموذج البيع المباشر Direct Sales Model:

- يعني هذا المفهوم أن العلاقة بين الزبون والشركة تكون مباشرة بدون واسطة بينهما. Michil Dell
- وجود الوسطاء بين الشركة والعميل يؤدي ذلك إلى ارتفاع التكاليف، أما إذا كان التعامل مع العميل بدون واسطة مباشر فتتخفف التكاليف على العملاء ويستفيدون.
- الشراء من الانترنت يخفف التكاليف على عكس الشراء من السوق التقليدي.



الوسطاء الإلكترونيون online Intermediaries

- بوابة الكترونية web portal: وهي موقع يعرض معلومات من مصادر متعددة مثل بوابات الحكومة لالالكترونية
- بلوغرز Blogs: ويتم تحديث المحتوى باستمرار وغالبا ما يشمل فيديوهات
- محركات البحث: تعتبر أهم وسيط الكرتوني لأهميتها في الوصول الى مواقع الشركات المختلفة. 90% من الزبائن يستخدمونها للبحث عن المنتجات
- المزادات الالكترونية: مثل ebay
- مواقع مقارنة الأسعار: مثل موقع kayak الذي يقارن أسعار التذاكر وموقع www.pricerunner.co الذي يقارن أسعار اللابتوب
- وهناك وسطاء كثيرون مثل مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب

" تم الانتهاء من المحاضرة "

المحاضرة الثالثة

نماذج الأعمال الالكترونية

من كتاب: ابتكار نموذج العمل التجاري لألكسندر أوسترفالدر، وترجمة اسماعيل صالح

مفهوم نموذج الأعمال:

- نموذج الأعمال على أنه البيان الذي يوضح طريقة جلب الشركة للأموال والحفاظ على تدفق أرباحها مع مرور الوقت.
- يصف المنطق الذي تتبعه مؤسسة ما من أجل خلق وإيصال وامتلاك قيمة (سواء كانت هذه القيمة اقتصادية أو اجتماعية أو غيرها).
- تصميم نموذج الأعمال هو جزء من عملية تطوير الأعمال وإستراتيجية الأعمال

بنود نموذج الأعمال :

يشمل تصميم نموذج الأعمال تصميم ووصف البنود التالية الخاصة بالشركة :

1. القيمة المقترحة value proposition

2. شريحة العملاء المستهدفين

3. قنوات التوزيع

4. العلاقات مع العملاء

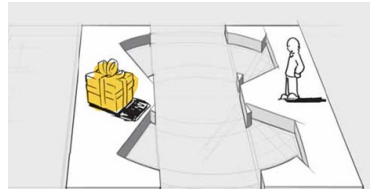
5. الأنشطة الرئيسية

6. الموارد الرئيسية

7. تحديد شبكة الشركاء

8. بيان هيكل التكاليف

9. تحديد مصادر الإيرادات



1- القيمة المقترحة value proposition :

- تسعى المنشأة الى حل مشكلات العملاء وتلبية حاجاتهم بتقديم قيمة أو منافع أو خدمات جديدة.
- وعند تحديد هذه القيمة المقترحة يجب الأجابة على الأسئلة الآتية:
- ما القيمة التي ستقدمها للعميل؟ أي مشكلات العميل سوف تساعد على حلها؟ أي متطلبات العميل سوف تلبّي؟
- وقد تكون هذه القيمة سلعة أو خدمة جديدة أو أداء أفضل وسرعة أكبر أو خدمة شريحة معينة، أو تصميم أفضل أو مخاطر أقل، أو علامة تجارية مميزة، سهولة الاستخدام، أو سعر أقل.

2- شريحة العملاء المستهدفين :

في هذا البند يجب الإجابة على سؤال: لمن نوجدُ القيمة؟ من هم عملائنا؟

- **الأسواق الجماهيرية (Mass market):** لا تميز نماذج الأعمال التجارية، التي تستهدف الأسواق الجماهيرية، بين الشرائح المختلفة للعملاء.
- **الأسواق المتخصصة (Niche market):** تركز نماذج الأعمال التجارية التي تستهدف الأسواق المتخصصة على شرائح محددة ومتخصصة من العملاء.

- **التمييز (Segmented):** تميز بعض نماذج العمل التجاري بين شرائح السوق التي تختلف احتياجاتها ومشكلاتها بعض الشيء بعضها عن بعض.
- **التنوع (Diversified):** إنتاج أكثر من منتج للوصول إلى شرائح جديدة.

3- قنوات التوزيع :

- عبر أيّ من القنّوات ترغب شرائح عملائنا أن يتمّ الوصول إليهم؟ هل قنّواتنا متكاملة؟ أيّ منها يعمل بشكل أفضل؟ أيها الأكثر فعاليةً بالنسبة إلى كلفتها؟
- إن التوصل إلى المزيغ الصحيح من القنوات للاستجابة لرغبة العملاء بالطريقة التي يرونها مناسبة للوصول إليهم أمرٌ غاية في الأهمية في سبيل دفع القِيم المقترحة إلى السوق.

أنواع قنوات التوزيع

- **قنوات مباشرة:** مملوكة للشركة مثل فريق مبيعات تابع للمنشأة أو موقع إلكتروني. قد تكون مكلفة
- **قنوات غير مباشرة:** مثل محلات تجزئة مملوكة للمنشأة أو تدار بواسطتها.
- **القنّوات الشريكة:** فهي قنّوات غير مباشرة وتضم مجموعة كبيرة من الخيارات، مثل التوزيع بالجملة وبالتجزئة أو المواقع الإلكترونية المملوكة لشركاء. ومن عيوبها أنها تقلل الأرباح

4- العلاقات مع العملاء:

- ما نوع العلاقة التي تتوقّع كلّ واحدةٍ من شرائح عملائنا أن نقيمها ونحافظ عليها معهم؟ ما العلاقات التي أسّسناها بالفعل؟ كم كلفتنا؟ كيف يمكن دمجها مع بقية أجزاء نموذج العمل الذي نتبناه؟

وقد تكون مدفوعة بالآتي:

- إكتساب عملاء جدد
- الاحتفاظ بالعملاء الحاليين
- تنشيط المبيعات

نماذج العلاقات مع العملاء:

المساعدة الشخصية (Personal assistance): يقوم هذا النوع من العلاقة على أساس التفاعل الإنساني كأن يتحدث المندوب مباشرةً مع العملاء ليحصل على المساعدة اللازمة له في أثناء عملية الشراء أو حتى بعد إتمامه. وقد يحصل هذا التواصل في موقع البيع أو من خلال مراكز الاتصال أو بالبريد الإلكتروني أو بأية وسائل أخرى.

المساعدة الشخصية الخاصة (Dedicated personal assistance): تخصيص أحد مندوبي خدمة العملاء لعميل معين مثل كبار العملاء أو ذوي الاحتياجات الخاصة.

الخدمة الذاتية (Self-service): توفر المنشأة وسائل لتمكين العملاء بخدمة أنفسهم بأنفسهم.

المجموعات (Communities): تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لرفع مستوى تفاعلها مع العملاء أو العملاء المحتملين. ولتسهيل التواصل بين أعضاء المجموعات أنفسهم وتبادل المعرفة والمساعدة في حل مشكلات بعضهم بعضًا.

المشاركة في أداء العمل: شركة أمازون دوت كوم (Amazon.com) تدعو العملاء إلى كتابة مراجعاتٍ للكتب، وهي بذلك توجد قيمةً مضافةً لعُشاق الكتب الآخرين. وتقوم يوتيوب بحَث العملاء على تقديم محتوَى لمشاركته مع الجمهور.

5- الأنشطة الرئيسية للشركة:

ما الأنشطة الرئيسيَّة التي تتطلَّبها خلق القيم المقترحة الخاصَّة بمنشأتنا؟ بإدارة قنوات التوزيع؟ وإدارة العلاقات مع العملاء؟
يمكن تصنيف الأنشطة الرئيسية على النحو التالي:

- **الإنتاج (Production):** يتعلَّق هذا النشاط بتصميم وصنع وتوريد المنتج
- **حل المشكلات (Problem solving):** محاولة التوصل إلى حل لمشكلات العملاء.
- **الدعاية**
- **التوزيع**
- **خدمات ما بعد البيع**

6- الموارد الرئيسية اللازمة لإنتاج القيمة:

ما الموارد الرئيسيَّة التي تتطلَّبها القيم المقترحة؟
يمكن تصنيفها على النحو التالي:

- **المادية:** تشمل هذه الفئة الأصول الماديَّة مثل مرافق التصنيع والمباني والعربات والآلات والأنظمة وأنظمة نقاط البيع وشبكات التوزيع
- **الفكرية:** يشمل العلماء والخبراء ورجال المبيعات المَهرة.
- **المالية:** مثل النقد وخطوط الائتمان والأسهم.
- **البشرية:** العمال والموظفين

7- هيكل التكاليف:

يجب تحديد أهم التكاليف التي ستحملها المنشأة؟
وهناك منهجين:

- **مدفوعة بالكلفة (Cost-driven):** يهدف هذا النهج إلى تقليل التكاليف إلى أقصى حد.
- **مدفوعة بالقيمة (Value-driven):** تركز على خلق قيمة مثل الفنادق الفاخرة
- وهناك نوعين من التكاليف:
- **تكاليف ثابتة (Fixed costs):** هي التكاليف التي تبقى كما هي بغض النظر عن حجم البضائع أو الخدمات المنتجة. من الأمثلة على ذلك الرواتب والأجور ومرافق التصنيع وتجهيزاته.
- **تكاليف متغيرة (Variable costs):** هي التكاليف التي تتغيرُ يتناسب مع حجم البضائع أو الخدمات المنتجة.

8- شبكة الشركاء:

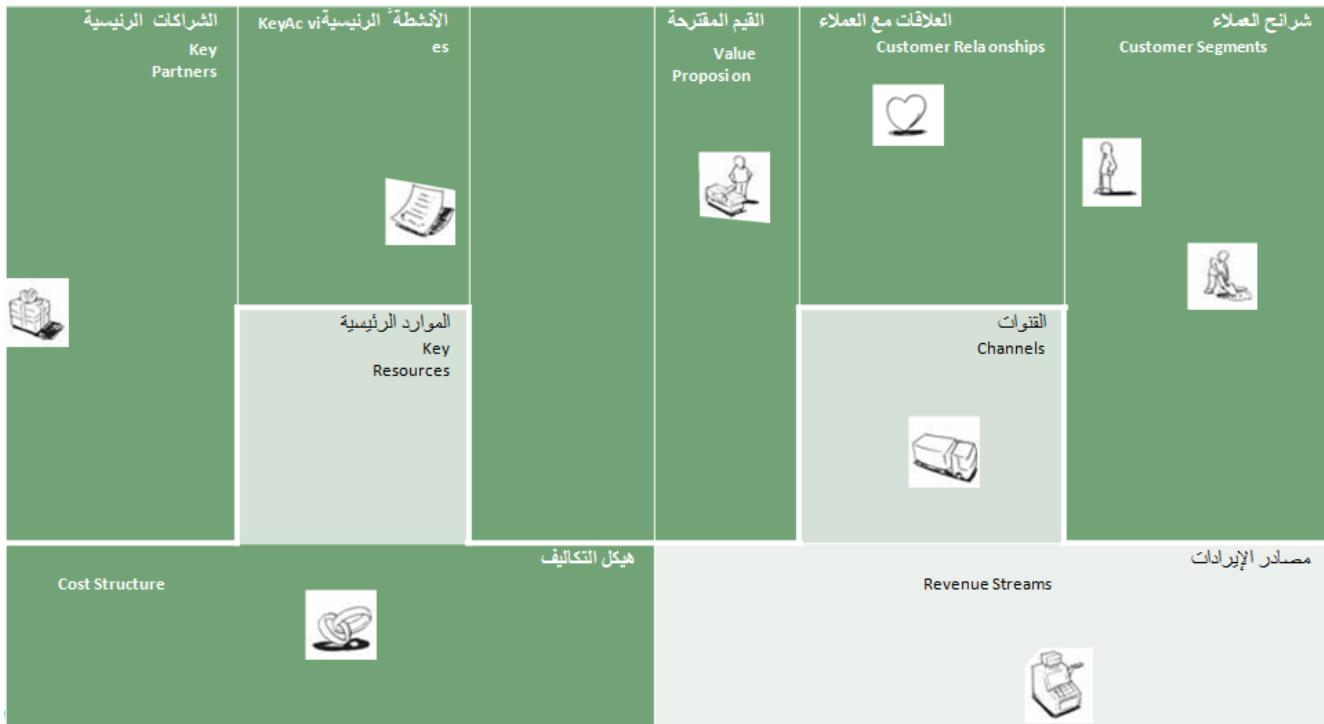
يجب أن نجيب عن سؤال من شركاؤنا الرئيسيون؟ ما الموارد والخدمات الرئيسية التي نحصل عليها من شركائنا؟
دوافع تكمن خلف الدخول في شراكات:

- تحقيق اقتصاديات الحجم (Optimization and economy of scale)
- الحد من المخاطر وعدم التيقن (Reducing risk and uncertainty)
- الحصول على موارد وأنشطة معينة

9- مصادر الإيرادات:

ما هي أهم مصادر الإيرادات للشركة؟ ما طريقة الدفَع التي سيفضِّلها العملاء؟ ما مدى مساهمة كلِّ مصدرٍ من مصادر الإيرادات في الإيرادات الإجمالية؟
هناك عددٌ من الطرق لتوليد مصادر الإيرادات:
بيع الأصول (Asset sale): إن مصدر الإيرادات الأكثر انتشاراً مستمد من بيع حقوق الملكية َ
أجور الاستخدام (Usage fee): يتولَّد هذا المصدر من استعمال خدمة َ معينة. كلما ازداد استعمال الخدمة زاد الأجر.
الإعارة/ التأجير: يتولَّد عن منح شخص حق استخدام أصولٍ معينةٍ مقابل رسمٍ محدد.
الترخيص (Licensing): يتولَّد هذه المصدر من مصادر الإيرادات عن منح العملاء الإذن باستخدام حقوق َ ملكيةٍ فكريةٍ

مخطط نموذج الأعمال التجارية



أهم نماذج الأعمال الإلكترونية

electronic business models on the Web

- المصنع Manufacturer مثل شركة ديل عندما تبيع منتجاتها بنفسها
- الوسطاء brokers: يسهلون التقاء البائع بالمشتري مثل موقع orbitz لبيع التذاكر
- المزادات الإلكترونية: مثل eBay
- الاشتراكات subscription
- مجتمع community: مثل جماعات مطوري البرامج مفتوحة المصدر
- الدعاية والاعلان: مثل جوجل وياهو و craigslist

" تم الانتهاء من المحاضرة "

المحاضرة الواجبة

البنية الشبكية لإدارة الأعمال الإلكترونية

E-business Infrastructure

مكونات البنية الشبكية لإدارة الأعمال الإلكترونية

- تشمل البيانات والبرمجيات والأجهزة والشبكات التي تخدم إدارة الأعمال، ومنها:
 - ✓ الانترنت
 - ✓ الشبكات بأنواعها المختلفة
 - ✓ وسائل التواصل الاجتماعي
 - ✓ الحاسوب والجوال والجي بي إس وغيرها
 - ✓ تطبيقات الانترنت ومنها الشبكة العنكبوتية أو www والايمل وغيرها
 - ✓ نظم التشغيل وتطبيقات المكتب
 - ✓ الخوادم servers
 - ✓ الرسائل القصيرة
 - ✓ قواعد البيانات وبرمجياتها
 - ✓ خدمات الصوت عبر بروتوكول الانترنت VoIP و IPTV وشبكات الواي فاي والواي ماكس
 - ✓ حوائط الأمان وبرامج مكافحة الفيروسات وفلاتر الانترنت
 - ✓ نظم المعلومات المتخصصة

العمود الفقري للانترنت Internet backbone

العمود الفقري للانترنت هو الجزء الرئيسي لشبكة الانترنت وهو عبارة عن تجمع هائل لكابلات الاتصالات الضوئية التي تحمل البيانات وتمر عبر القارات والمحيطات وترتبط بموزعات بيانات (routers) ووظيفته ربط شبكات الكمبيوتر في جميع أرجاء العالم

وهناك نوعين رئيسيين:

1. كابلات الاتصالات الضوئية:

- مكلفة جدا
- تعطى سرعة بيانات أكثر
- إنقطاع هذه الكابلات أو أحدها يمكن أن يقطع الانترنت عن دول وقارات

2. الأقمار الصناعية:

- توفر اتصالات في كل مكان وهو ما يعرف اصطلاحا ب Ubiquitous Computing
 - لا تحتاج الحصول على رخص وحقوق إمتياز من أفراد وحكومات ومجالس محلية
3. وهناك نوع ثالث سيظهر في المستقبل يعتمد على شبكة السيارات اللاسلكية mobile ad hoc vehicles

أنواع الشبكات:

شبكة الانترنت internet: عبارة عن شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من شبكات الحاسب المنتشرة في أنحاء كثيرة من العالم ومرتبطة مع بعضها بما يسمى بروتوكول الانترنت للمشاركة في المعلومات، وتشكل الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) (www) الجزء الأهم من الانترنت.

شبكة الانترنت intranet: هي شبكة الشركة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة، يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة من الدخول الى مواقع الشبكة.

شبكة الاكسترانت extranet: هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات فئة من الناس من المعلومات ومتطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال، ويتطلب الدخول إليها استخدام كلمة مرور لأن الشبكة غير موجهة الى الجمهور العام تصمم لتلبية احتياجات المستفيدين في خارج المنظمة من المجهزين والزبائن ومجموعات المؤثرين وأصحاب الأسهم.

شبكات الجوال:

أحدثت ثورة في إدارة الأعمال الالكترونية حيث مكنت الأفراد من التجارة وإدارة الأعمال من أي مكان وفي أي وقت وهو ما يعرف بإدارة الأعمال الجوال Mobile Business القطاعات التي برزت نتيجة الجوال والاتصالات اللاسلكية:

- التجارة الجوال mobile commerce
- الحكومة الجوال mobile government
- التعليم الجوال mobile learning
- رجل الأعمال المتجول mobile business person
- المواطن الجوال mobile citizen
- الأسواق الجوال Mobile Web markets
- المعاملات البنكية الجوال Mobile banking
- تطبيقات الجوال (Mobile apps) مثل المفكرة وتطبيقات المتعلقة بالبورصة والأحوال الجوية والتطبيقات الصحية وألعاب الجوال

انترنت الأشياء Internet of Things:

- تشمل شبكات الاستشعار وشبكات النانو والأجهزة المنزلية الذكية (مثل الغسالات والثلاجات الذكية) والروبوتات وتقنيات تحديد المواقع والباركود والسيارات الذكية والشرائح البيولوجية وتقنية تحديد الهوية بموجات الراديو RFID والغبار الذكي smart dust وغيرها.
- اهم استخداماتها في إنشاء المدن الذكية والبيوت الذكية والمستشفيات الذكية وغيرها
- تستخدم في إدارة المخزون والمحافظه على البيئة والصحة والزراعة وتوفير الطاقة

الشبكات الاجتماعية social networks:

- هناك الآلاف من شبكات التواصل الاجتماعي أشهرها فيسبوك وتويتر وواتساب وإنستجرام ولينكد إن
- فوائد هذه الوسائل:
- تحسين وسائل التسويق
- أصبحت الشركات على علاقة بالزبائن في كل وقت وفي كل مكان
- ساعدت في تعميق ولاء الزبون لماركته المفضلة
- الشبكات الاجتماعية تتميز عن التقليدية في:
- توفر للزبائن والموردين فرص التفاعل interaction مع الشركة وبعضهم البعض
- قلة التكاليف
- الوفرة والانتشار ubiquity
- الجودة
- عمقت الشراكة بين الزبائن والشركة من ناحية والزبائن وبعضهم البعض من ناحية أخرى
- ولدت ما يعرف باسم «الشخصنة customization وهي إنتاج السلعة أو الخدمة حسب احتياجات الزبون

نظم المعلومات الجغرافية Geographic information Systems

- هي أنظمة لجمع ومعالجة وتخزين وتحليل وإخراج وتوزيع البيانات والمعلومات المكانية (خرائط، صور جوية، مرئيات فضائية) والوصفية (أسماء، جداول).
- أهم هذه الأنظمة الأقمار الصناعية و الجي بي إس وخرائط جوجل وبرمجيات المتخصصة مثل Archview
- تساعد على التخطيط واتخاذ القرار فيما يتعلق بالزراعة وتخطيط المدن والتوسع في السكن وتخطيط وصيانة البنية التحتية وتنمية الموارد الطبيعية والتعدين وتخطيط الشبكات بأنواعها
- تستخدم في الخدمات المتعلقة بالمكان مثل تحديد مواقع المحلات والمستشفيات والجامعات والأماكن المختلفة وتعقب الأشياء وإدارة المخزون وغيرها

نظم المعلومات الإدارية:

- نظم المعلومات الإدارية
- نظم المعلومات المكتبية
- نظم المعلومات الصحية
- نظام تخطيط موارد المؤسسة ERP
- نظم دعم واتخاذ القرار Decision support systems
- ونظم أتمتة المكاتب Office automation systems
- ونظم المعلومات المدرسية School Information management systems

البرمجيات المجانية:

- نظم تشغيل: مثل لينيكس
- تطبيقات المكتب: مثل أوبن أوفيس Open Office
- برامج تصفح الأنترنت: مثل فيرفوكس وجوجل كروم
- البرامج المضادة للفيروسات: مثل أفاست وإيه في جي وأفيرا
- فلاتر الأنترنت DNS:Proxies و openDNS و DNS Angel
- من أهم الانتقادات على البرامج المجانية:
- 1- هناك هواجس بخصوص امن المعلومات
- 2- من الصعب الحصول على الدعم الفني اللازم
- 3- قد لا يوجد فيها كل الخصائص المطلوبة

الحوسبة السحابية Cloud computing:

- الحوسبة السحابية هي مصطلح يشير إلى المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوافرة تحت الطلب عبر شبكة الأنترنت والتي تستطيع توفير عدد من الخدمات الحاسوبية المتكاملة دون التقيد بالموارد المحلية بهدف التيسير على المستخدم
- وتشمل:** مساحة لتخزين البيانات والنسخ الاحتياطية وبرامج متخصصة وخدمة البريد الإلكتروني واستضافة المواقع الإلكترونية والطباعة عن بعد
- مزاياها:** توفير الأموال والطاقة والحصول على خدمات أفضل
- عيوبها:** مشاكل متعلقة بالقوانين وخصوصية الأفراد والاعتماد على الغير وسرعة الأنترنت

شبكات الواى فاى والواى ماكس:

- شبكات الواى فاى أصبحت شائعة في الفنادق والمطارات والمدارس والمستشفيات والمطاعم والمقاهي
- شبكات الواى ماكس أصبحت تستخدم في تقديم خدمات الحكومة الالكترونية في كثير من مدن العالم
- يمكن إنشاءها لخدمة منطقة أو مدينة معينة community wireless networks
- الواى ماكس تكلفتها أقل ويمكن أن تغطى 100 كيلو متر وسرعتها تصل الى 100 ميغا بت

أهم مزايا هذه الشبكات:

- أنها تكمل أو تنافس شبكات الجوال ولا سيما في المناطق المحرومة من شبكات الاتصالات
- تعتبر مصدر دخل لمقدم الخدمة سواء كانت منظمة معينة أو جهة حكومية
- تحسن بنية الأعمال
- توطن التكنولوجيا وتزيد من خبرات ومهارات المواطنين
- تساعد على جذب الزبائن

" تم الانتهاء من المحاضرة "