



ملخص ادارة الاعمال الالكترونية

٢٠١٦-١٤٣٨

اعداد :

ميووش ٢

هديل

الملاذ

أحلام اليقظة

المحاضرة الأولى

مقدمة لإدارة الأعمال الإلكترونية

التجارة الإلكترونية E-commerce :

التجارة الإلكترونية: هي عملية البيع والشراء بواسطة الأجهزة الإلكترونية مثل (الحاسب والجوال).

ولها نشاطات تجارية مثل : عمليات البيع والشراء، والدعاية التي تعقد من خلال الانترنت.

وتعتبر التجارة الإلكترونية بشكل عام : الجانب الذي يمثل مبيعات الأعمال الإلكترونية.

وتتكون أيضا من : تبادل البيانات لتسهيل الأمور المالية كالتحويل والدفع للمعاملات التجارية الخاصة بالأعمال الإلكترونية.

إدارة الأعمال الإلكترونية E-business :

إدارة الأعمال الإلكترونية هي :

دمج تقنية المعلومات في عمليات الأعمال لتقليل التكلفة وزيادة الكفاءة والإنتاجية وتعميق العلاقة مع العملاء والشركاء.

هذا المفهوم أوسع من التجارة الإلكترونية حيث تشمل إدارة الأعمال الإلكترونية كافة النشاطات والمعاملات الإلكترونية داخل المنظمة وخارجها وتشمل كالتالي :

١/عمليات البيع والشراء أو التجارة الإلكترونية **e-commerce**.

٢/إدارة العلاقات مع الزبائن **(CRM) customer relations management**.

٣/التعاون مع الشركاء **business partnerships**.

٤/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 إدارة الأعمال الإلكترونية : كل المعاملات سواء المالية وغير المالية مثل تبادل المعلومات التي تحدث بين المنظمة وأصحاب المصلحة **(stakeholders)**.

أصحاب المصلحة في شركة هم : الأشخاص أو الجهات التي قد يكون لها تأثير أو قد تتأثر بالشركة ومنتجاتها.

تعمل إدارة الأعمال الإلكترونية بشكل وثيق مع: المزودين suppliers وشركاء العمل partners .

تساعد إدارة الأعمال الإلكترونية المؤسسة على : تلبية حاجة وتوقعات العملاء

إدارة الأعمال الإلكترونية **Strategic- focused**

التجارة الإلكترونية جزء من استراتيجية الأعمال الإلكترونية

أشكال الأعمال الإلكترونية (١) :

الإدارة الإلكترونية وتشمل : الأعمال الإلكترونية و الحكومة الإلكترونية.

أولاً : الأعمال الإلكترونية : لها **قسمان** وهي:

- 1- الأعمال الغير التجارية
- 2- التجارة الإلكترونية. تشمل : **B2B** و **B2C** و **C2C** .

ثانياً : الحكومة الإلكترونية وتشمل : **B2G** و **G2G** و **C2G** و **G2B** .



أشكال الأعمال الإلكترونية :

أشكال التجارة الإلكترونية كالتالي أو تنقسم الى عدة أقسام أو فروع :

1/تجارة الكترونية من أعمال إلى مستهلك **Business to consumer (B2C)** مثل : تجارة التجزئة/المفرد الكترونياً.

2/تجارة الكترونية من أعمال الى أعمال **Business to business(B2B)** مثل : العمليات التي تتم بين المصانع ومراكز التسوق.

3/تجارة الكترونية من مستهلك إلى مستهلك **Consumer to Consumer(C2C)** مثل : المزادات الإلكترونية **online Auctions** وموقع الحراج **haraj.com.sa**

4/تجارة الكترونية من الحكومة الى المستهلك **(G2C)E-government** مثل : عملية دفع الضرائب الكترونياً وكافة الخدمات الحكومية مثل تراخيص السيارات ورخص القيادة والتأشيرات والجمارك وغيرها.

عمليات إدارة الأعمال الإلكترونية :

العمليات التي يتم تطويرها عن طريق إدارة الأعمال الإلكترونية :

أولاً: العمليات التي تركز على الإنتاج :

المشتريات، وأمر الشراء والدفع، تجديد المخزون، والمدفوعات، والتواصل مع الموردين، وعملية مراقبة الإنتاج.

procurement, ordering, replenishment of stock, payments, link with suppliers, production control process

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

ثالثًا : العمليات التي تركز على العميل :

الجهود الترويجية والتسويقية، 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 والطاقة ▶ 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: العوامل التي أدت الى نجاح التجارة الإلكترونية هي :

١/ الدعم الكافي من كافة المؤسسات المحلية والدولية. ٢/ استخدام تقنية مفتوحة.

٣/ القياس **Measurement**. ٤/ المرونة **Flexibility**.

٥/ إعادة هندسة سلاسل التوريد **Reengineering supply chains**.

٦/ التركيز على العمليات **Process-centered**. ٧/ توحيد المقاييس والتكامل.

٨/ أساليب مختلفة لتوقيع المستندات. ٩/ توافر مقومات الأمن والخصوصية.

١٠/ توافر مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية.

١١/ توافر خطوط كافية وسريعة لنقل المعلومة وقواعد بيانات ديناميكية.

١٢/ وجود قوانين وتشريعات تحكم عمليات التبادل الإلكتروني وتحديد المسؤولية والحدود القانونية للعقود.

معوقات إدارة الأعمال الإلكترونية : معوقات ادارة الأعمال الإلكترونية هي :

١/ مشكلة اللغة والأمية الرقمية **Digital Divide** (نسبة السعوديين المشتركين في الانترنت ٦٧ %).

٢/ الأخطاء الاستراتيجية وعدم التوافق. ٣/ التغيرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعداء الثقافي وقلة الوعي.

٤/ تكلفة التنفيذ ومشكلة العائد على الاستثمار. ٥/ مشكلة أمن المعلومات وانعدام الثقة وتحول الولاعات.

٦/ انخفاض سرعة الانترنت وعدم وجود علاقة مباشرة بين الأطراف.

٧/ انتشار الغش التجاري وسرقة الهوية وعدم وجود طرق آمنة للتوقيع الالكتروني.

٨/ التغيير المستمر في التكنولوجيا وتطبيقاتها.

٩/ تحديات النمو والاستمرارية والقدرة التنافسية ونماذج الأعمال والتطبيقات المناسبة.

١٠/ قلة التشريعات والسياسات ولا سيما المتعلقة بفض المنازعات والجرائم الالكترونية.

١١/ زيادة المخلفات الالكترونية **e-waste**.

التخصصات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كالاتي :

التسويق – علوم الحاسب – سلوك المستهلك – المالية – الاقتصاد – انتاج (الإمداد والتموين) – الادارة – أنظمة المعلومات – المحاسبة والمراجعة – قوانين وأخلاقيات العمل – الدعاية والاعلان.

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 شهرياً (٢٩٣ مليون دولار) في عام ٢٠١٤م.

يوجد عدد ١٥,٦ مليون مستخدم للإنترنت في السعودية، يُجري ٣,٩ ملايين منهم معاملات عبر الإنترنت.

وحققت المملكة العربية السعودية المرتبة الثالثة عربياً في الحكومة الإلكترونية والمرتبة ٣٦ عالمياً بعد أن كانت في المرتبة الـ ٤١ محققة قفزة مقدارها ٥ نقاط في العامين الماضيين. وتعتبر ضمن الـ ٢٠ دولة الأولى عالمياً في معيار حصول المواطنين على الخدمات الحكومية إلكترونياً.

انخفاض معدلات اختراق البطاقات الائتمانية في السعودية.

تناسب ظروف وطبيعة المجتمع السعودي.

دخولها الأسواق التقليدية مثل التمور وأضاحى العيد. فمثلاً، استحدث منظمو مهرجان **عنيزة** الدولي السادس للتمور أول سوق إلكترونية للتمور في العالم عام ٢٠١٠م (حجم تجارة التمور في المملكة ٢ مليار دولار سنوياً).

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 وخصوصاً عبر الشبكات الاجتماعية تعود لتاجر يعلن من المنزل.

وتعتبر ساعات وجود المجتمع السعودي على الإنترنت وخصوصاً الشركات تستهدف الشباب السعودي لأنه يمكث ٢٠ ساعة أسبوعياً على الإنترنت والفتيات ١٣ ساعة.

أكثر القطاعات هي تذاكر الطيران والإلكترونيات وحجوزات الفنادق بنسبة ٥٦%، وقطاع الموضة ٨%، في والكتب بـ ١١% من المعاملات.

ما هي الفرص الأخرى لقطاع الأعمال الإلكترونية في السعودية ؟

المحاضرة الثانية

تحليل أسواق التجارة الإلكترونية

Marketplace Analysis

عناصر المحاضرة :

مقدمة

التسوق التقليدي

التسوق الإلكتروني

الأسواق الإلكترونية

وظائف السوق

عناصر السوق

أنواع المتاجر في السوق الإلكترونية

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:

١/ رسم استراتيجية الأعمال للشركة المعنية.

٢/ اتخاذ القرارات المتعلقة بالتشغيل والحملات التسويقية والتسعير والتوسعات وإدارة المخزون

٣/ 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

والموقع 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 الإلكترونية	الفواتير ورقية
الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون	الإنتاج شامل وواسع جدا

وظائف السوق :



١/تسهيل التقاء الباعة بالمشتريين وربطهم ببعضهم البعض. (من أهم الوظائف)

٢/تسهيل العمليات التي تتم في السوق. مثل: تدفق المعلومات، انتقال المنتجات والخدمات من البائع إلى المشتري.

٣/السوق بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري.

٤/حيث أن السوق يشكل المكان القانوني النظامي الذي تتم فيه عملية البيع والشراء والدول تحمي المستهلك من الغش.

عناصر السوق :

١/الزبائن **Customers** .

٢/الباعة **Sellers** .

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

٤/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 .

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

٦/ **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.

٧/ **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 .

- ٨/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 .
- ٩/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):

١/الكاتالوج الإلكتروني.

٢/محرك البحث **Search Engine**: وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري للبحث في الكاتالوج عن المنتج المطلوب.

٣/سلة التسوق **Shopping Cart**

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

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

٦/خدمات العملاء **Customer Service**: وتشمل إعطاء معلومات عن المنتج وتسجيل المنتج والضمان والمساعدة بعد شراء المنتج

أنواع المتاجر في السوق الإلكترونية :

١- المجمع التجاري الإلكتروني **E-Mall** :

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

ومن أشهرها: **Choicemall.com**



أنواع المتاجر/المراكز التجارية الإلكترونية :

١/المتجر المركز العام **General**: ليس له طبيعة معينة فهو يبيع كافة أنواع السلع والخدمات

مثل موقع **ebay.com**.

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

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

٤/ المتاجر الإلكترونية: مثل **Pure – online**:

٥/المتاجر المزدوجة: تمزج بين السوق التقليدي والإلكتروني مثل موقع **Click – Mortar**



الأسواق الخاصة والأسواق العامة :

1/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 والبتروول.

2/الأسواق العامة Public Markets:

هي أسواق ربما تكون مفتوحة فيها باعة ومشتررون تدار من قبل طرف آخر.



نماذج شركات التجارة الالكترونية

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 الوسيط بين الشركة والعميل يؤدي ذلك إلى ارتفاع التكاليف

أما إذا كان التعامل مع العميل بدون واسطة فتنخفض التكاليف على العملاء ويستفيدون.

🚩 الشراء من الانترنت يخفض التكاليف على عكس الشراء من السوق التقليدي.



الوسيط الالكترونيون online Intermediaries :

1/ بوابة الكترونية **web portal**: وهي موقع يعرض معلومات من مصادر متعددة مثل بوابات الحكومة لالالكترونية

2/ بلوغرز **Blogs** : ويتم تحديث المحتوى باستمرار وغالبا ما يشمل فيديوهات

3/ محركات البحث: تعتبر أهم وسيط الكرتوني لأهميتها في الوصول الى مواقع الشركات المختلفة. ٩٠% من الزبائن يستخدمونها للبحث عن المنتجات

4/ المزادات الالكترونية: مثل **ebay**

5/ 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 ..

المحاضرة الثالثة

نماذج الأعمال الإلكترونية

من كتاب: إبتكار نموذج العمل التجاري لألكسندر أوسترفالدر، وترجمة إسماعيل صالح

مفهوم نموذج الأعمال :

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

بنود نموذج الأعمال :

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

وسيتم شرح بنود نموذج الأعمال كالتالي :

أولا : القيمة المقترحة value proposition :

✚ تسعى المنشأة الى حل مشكلات العملاء وتلبية حاجاتهم بتقديم

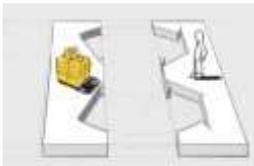
قيمة أو منافع أو خدمات جديدة.

✚ 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 تلي؟

✚ 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، او سعر أقل.



ثانيا : شريحة العملاء المستهدفين :

هذا البند يجب الإجابة على سؤال : لمن نوجد القيمة؟ من أهم عملانا ؟

تنقسم شريحة العملاء المستهدفين الى :

- 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 الى شرائح جديدة.

ثالثا : قنوات التوزيع :

- عبر أي من القنوات ترغب شرائح عملانا أن يتم الوصول إليهم؟ هل قنواتنا متكاملة؟ أي منها يعمل بشكل أفضل؟ أيها الأكثر فعالية بالنسبة إلى كلفتها؟
- إن التوصل إلى المزيج الصحيح من القنوات للاستجابة لرغبة العملاء بالطريقة التي يرونها مناسبة للوصول إليهم أمر غاية في الأهمية في سبيل دفع القيمة 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.
- القنوات الشريكة: فهي قنوات غير مباشرة وتضم مجموعة كبيرة من الخيارات، مثل التوزيع بالجملة وبالتجزئة أو المواقع الإلكترونية المملوكة لشركاء. ومن عيوبها أنها تقلل الأرباح

رابعا : العلاقات مع العملاء :

ما نوع العلاقة التي تتوقع كل واحدة من شرائح عملانا أن نقيمها ونحافظ عليها معهم؟ ما العلاقات التي أسسناها 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:

١/ المساعدة الشخصية (Personal assistance) :

يقوم هذا النوع من العلاقة على أساس التفاعل الإنساني كأن يتحدث المندوب مباشرة 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 بآية وسائل أخرى.

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

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

٤/ 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 بعضاً.

٥/ المشاركة في أداء العمل: شركة أمازون دوت كوم (Amazon.com) تدعو العملاء إلى كتابة مراجعات للكتب، وهي بذلك توجد قيمة مضافة لغشاق الكتب الآخرين. وتقوم يوتيوب بحث العملاء على تقديم محتوى لمشاركته مع الجمهور.

خامسا : الأنشطة الرئيسية للشركة :

ما الأنشطة الرئيسية التي تتطلبها خلق القيم المقترحة الخاصة بمنشأتنا؟ ببادارة قنوتات التوزيع؟ وإدارة العلاقات مع العملاء؟

يمكن تصنيف الأنشطة الرئيسية على النحو التالي:

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

سادسا : الموارد الرئيسية اللازمة لإنتاج القيمة :

ما الموارد الرئيسية التي تتطلبها القيم المقترحة؟

يمكن تصنيفها على النحو التالي:

١/ المادية: تشمل هذه الفئة الأصول المادية مثل مرافق التصنيع والمباني والعربات والآلات والأنظمة وأنظمة نقاط البيع وشبكات التوزيع

٢/ الفكرية: يشمل العلماء والخبراء ورجال المبيعات المهرة.

٣/ المالية: مثل النقد وخطوط الائتمان والأسهم.

٤/ البشرية: العمال والموظفين.

سابعا : هيكل التكاليف :

يجب تحديد أهم التكاليف التي ستحملها المنشأة؟
وهناك منهجين:

١/ مدفوعة بالكلفة **(Cost-driven)**: يهدف هذا النهج إلى تقليل التكاليف إلى أقصى حد.

٢/ مدفوعة بالقيمة **(Value-driven)**: تركز على خلق قيمة مثل الفنادق الفاخرة

وهناك نوعين من التكاليف:

١/ 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.

٢/ تكاليف متغيرة **(Variable costs)**: هي التكاليف التي تتغيرُ يتناسب مع حجم البضائع أو الخدمات المنتجة.

ثامنا : شبكة الشركاء :

يجب أن نجيب عن سؤال من شركاؤنا الرئيسيين؟ ما الموارد والخدمات الرئيسية التي نحصل عليها من شركائنا؟

دوافع تكمن خلف الدخول في شراكات:

١/ تحقيق اقتصاديات الحجم **(Optimization and economy of scale)**

٢/ الحد من المخاطر وعدم التيقن **(Reducing risk and uncertainty)**

٣/ الحصول على موارد وأنشطة معينة

تاسعا : مصادر الإيرادات :

ما هي أهم مصادر الإيرادات للشركة؟ ما طريقة الدفع التي سيفضلها العملاء؟ ما مدى مساهمة كل مصدر من مصادر الإيرادات في الإيرادات الإجمالية؟

هناك عدد من الطرق لتوليد مصادر الإيرادات:

١/ بيع الأصول **(Asset sale)** : إن مصدر الإيرادات الأكثر انتشاراً مستمد من بيع حقوق الملكية

٢/ أجور الاستخدام **(Usage fee)**: يتولّد هذا المصدر من استعمال خدمة معينة. كلما ازداد استعمال الخدمة زاد الأجر.

٣/ الإعارة/ التأجير : يتولّد عن منح شخص حق استخدام أصول معينة مقابل رسم محدد.

٤/ الترخيص **(Licensing)** : يتولّد هذه المصدر من مصادر الإيرادات عن منح العملاء الإذن باستخدام حقوق ملكية فكرية

مخطط نموذج الأعمال التجارية



أهم نماذج الأعمال الإلكترونية : **electronic business models on the Web**

- (١) المصنع **Manufacturer** : مثل شركة ديل عندما تبيع منتجاتها بنفسها.
- (٢) الوسطاء **brokers** : يسهلون التقاء البائع بالمشتري مثل موقع **orbitz** لبيع التذاكر.
- (٣) المزادات الإلكترونية : مثل **eBay**.
- (٤) الاشتراكات **subscription**.
- (٥) مجتمع **community** : مثل جماعات مطوري البرامج مفتوحة المصدر.
- (٦) الدعاية والاعلان : مثل جوجل وياهو و **craigslist**.

المحاضرة الرابعة

إدارة بنية الأعمال الإلكترونية

Managing E-business Infrastructure

الأهداف التعليمية :

١. معرفة أهم الخدمات والتطبيقات التي تحتاجها المنظمة لتأدية
٢. الإلمام بأنواع البرمجيات وأهم خصائصها
٣. معرفة أهم الأجهزة والشبكات ومعايير الاتصالات والفرق بينها
٤. معرفة وسائط التخزين المختلفة بما فيها الحوسبة السحابية
٥. إعطاء نبذة عن محتوى الانترنت وبيانات المستخدمين
٦. تعريف الطالب بأهم المشاكل الإدارية لبنية الأعمال الإلكترونية

مقدمة

تعريف : البنية التحتية للأعمال الإلكترونية هي مجموعة من البرامج والشبكات والأجهزة والتطبيقات والمعايير وقواعد البيانات والمحتوى وقواعد العمل التي تنظم تدفق البيانات والعمل بين أصحاب المصلحة ، سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي للمنظمة.

إدارة البنية الإلكترونية للأعمال :

- هي عمليات تخطيط وتصميم وتطوير وتحسين ومراقبة الشبكات والبرامج والتطبيقات والخدمات الإلكترونية والمحتوى الرقمي في الشركة أو الدولة وذلك بهدف استخدامها لتحقيق مزايا تنافسية.
- من أهم القرارات التي تواجه الإدارة هو تحديد الشبكات والبرامج والأجهزة اللازمة لخدمة الموظفين والعملاء حتى تحقق المنظمة أهدافها؟
- المدراء يجب أن يعرفوا إمكانيات وحدود التكنولوجيا التي تحتاجها الشركات
- المدراء يحتاجون الى استخدام لغة فنية أو متخصصة **Jargon** عند إدارة الأجهزة والبرامج والشبكات
- يجب معرفة أسباب عدم الرد على البريد الإلكتروني وبطء سرعة الانترنت وسياسة الخصوصية
- ما يجب أن يعرفوا وسائل تقليل تكلفة بنية الأعمال الإلكترونية ؟

نموذج للبنية التحتية للأعمال الإلكترونية :

الطبقة	البرامج والأجهزة والشبكات
١ . الخدمات والتطبيقات	تطبيقات العلاقة مع العملاء وسلسلة التوريد والتنقيب عن البيانات وإدارة المحتوى
٢ . برمجيات النظام	نظم التشغيل والمعايير، وبرامج الشبكات وبرامج قواعد البيانات
٣ . طبقة الأجهزة المادية والشبكة	حاسبات وأجهزة إتصالات وأجهزة وكابلات الشبكة ونوع الشبكة وخصائصها
٤ . طبقة تخزين البيانات	وسائط التخزين المختلفة والنسخة الاحتياطي والحوسبة السحابية
٥ . طبقة البيانات والمحتوى	محتوى الموقع الإلكتروني وتبادل البيانات والمواقع الداخلية والخارجية
المصدر: http://psut.jo/sites/raad/eBusiness_notes/Chapter%2003.pdf	

طريقة عمل هذا النموذج:

عندما يريد طالب تسجيل المواد فإنه يريد الوصول الى نظام البانر (طبقة ١) ولكي يصل الى نظام البانر فإنه يحتاج الى برامج مثل ويندوز (نظام تشغيل) وإكسلورر (متصفح للإنترنت) (طبقة ٢) ثم يحتاج الى شبكة معينة إنترنت أو إكسترنت بما فيها موجه بيانات وجدار نارى (طبقة ٣)؛ للوصول الى البيانات المخزنة في قواعد البيانات القبول والتسجيل (طبقة التخزين ٤) ، وبعدها يمكن إدخال بياناته وتسجيل المواد التي يحتاجها (طبقة البيانات والمحتوى ٥)

الخدمات والتطبيقات الإلكترونية :

الخدمات الإلكترونية : هي استخدام تقنية المعلومات لتقديم الخدمات إلكترونياً في التجارة (التجارة الإلكترونية) أو الحكومة (مثل التعليم الإلكتروني) أو قطاع المنظمات غير الهادفة للربح

١/قنوات التوصيل : تشمل شبكة الانترنت والجوال ومراكز الاتصال والتلفاز والجي بي إس وغيرها

٢/على المدراء أن يفاضلوا بين:

a. تطوير البرامج داخل الشركة : تعطى وظائف أفضل ومخصصة ، لكنها مكلفة وتحتاج لخبرة ووقت لتطويرها

b. أو شرائها جاهزه : تم اختبارها لسنوات ، سرعة تنزيلها ، تحكم شركة التقنية في البرنامج

٣/على المدراء أن يفاضلوا بين:

c. تحميل البرنامج على كل جهاز (شبكة الند للند **Peer-to-peer**): الحاسب يعمل كعميل وخادم في نفس الوقت (مثل برنامج سكايبى) ، مناسب لعدد صغير من المستخدمين وقليل التكاليف، والمستخدم يتحكم في الموارد، ويشارك موارده مع الآخرين

d. أو تخصيص خادم له (شبكة الخادم والعميل **Client-server**): العميل يطلب الخدمة والخادم يقدمها (مثل الدخول على نظام البانر) ويتميز بإدارة مركزية للبيانات وأمن المعلومات أفضل

أهم أنواع تطبيقات الأعمال :

تطبيقات الأعمال : تستخدم في زيادة الإنتاجية، تسهيل التواصل، قياس الإنتاجية وأداء الموظفين، ومنها

١. برامج الاتصال : مثل البريد الإلكتروني والفيديو كونفرانس (سكايب) وهاتف الإنترنت وتلفزيون الإنترنت (IPTV)

٢. تطبيقات إدارة الموارد : هدفها تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد مالية أو مخزون أو أولية أو بشرية أو تقنية

٣. لوحات القيادة **Dashboards**: تعرض ملخصات البيانات ومنها لوحات ذكاء الأعمال، لوحات المشاريع

٤. برامج المشتريات **Procurement**: تساعد على أتمتة عملية الشراء من المنظمات

٥. التنقيب عن البيانات: تستخرج وتصنف معلومات عن تفضيلات المستهلك وسلوكه واتجاهاته وخصائصه

٦. برامج إدارة أداء الأعمال (BPM): تصور وتحلل وتقيس وتتحكم وتحسن الأعمال،

٧. برامج إدارة الوثائق: تخزن وتنظم وتدير عدد كبير جداً من المستندات من المعلومات التجارية القيمة.

٨. برامج جدولة الموظفين : تستخدم في إنشاء وتوزيع جداول الموظفين، وكذلك تتبع ساعات عمل الموظفين

٩. معالجة البيانات وتحليلها: تساعد المدراء التنفيذيين في دعم واتخاذ القرار (مثل **HOLAP**، **ROLAP**)

١٠. برمجيات التقارير: تعطي تقارير تمكن المدراء من مباشرة أعمالهم ومراقبتها.

وهناك برامج لإدارة العلاقة مع العملاء وإدارة سلسلة التوريد وإدارة المعرفة وسوف نناقشها لاحقاً

فوائد وتكلفة الخدمات الإلكترونية :

مقاييس جودة الخدمات	عناصر التكلفة	الخدمات الإلكترونية
١-سهولة تصفح الموقع	١-تكلفة شراء أو تطوير التطبيقات	١- الوصول لعدد أكبر من العملاء
٢-المرونة	٢-تكلفة صيانة التطبيقات	٢- توسيع نطاق السوق
٣-سرعة استجابة الموقع	٣-تكلفة اتصال بالإنترنت	٣-تقليل حواجز الدخول الى اسواق جديده
٤-الخصوصية والامن	٤-تكلفة البرامج والاجهزة	٤-تقليل تكلفه الحصول على عملاء جدد
٥-الثقة في الخدمة	٥-مشاكل امنيه وقانونيه	٥-توفير قناة اتصال بديلة للعملاء
٦-الجدارة	٦-تكلفة التدريب	٦-تحسين خدمات للعملاء
٧- معرفة السعر مسبقاً	٧-التغيرات التقنيه السريعه	٧-تعزيز صورة الشركة وسمعتها
٨-درجة الشخصنة		٨-اكتساب مزايا تنافسيه
٩-الكفاءة		٩-امكانيه زيادة المعرفة للعملاء
١٠-سهولة الوصول الى الخدمة		

**المصدر (Lu2001المصدر)

(Zeithami2002)

٢. برمجيات النظام

١. برمجيات النظام : هي برامج تخدم برامج أخرى ومكونات الحاسب المختلفة، وتشمل:
 - نظم التشغيل : وظيفتها ربط التطبيقات بمكونات الجهاز المختلفة (الذاكرة، الفأرة، الميكروفون) ومنها ويندوز ولينوكس (مفتوح) وأندر ويد (مفتوح) وماكينتوش
 - الحوسبة العلمية **Computational science** : تستخدم في حل مشاكل معقدة في الطب والأحياء والفيزياء والاجتماع والإدارة وغيرها. ومن أمثلتها برامج المحاكاة
 - برمجيات أتمته الصناعات : تركز على أتمته الإنتاج ومراقبته والتحكم في الجودة وتدفق الموارد
 - محركات الألعاب **game engines** : تستخدم في تطوير ألعاب الحاسب والجوال
٢. التطبيقات : هي برامج تمكن المستخدمين من كتابة الملفات أو الاستماع للموسيقى أو تحرير الصور أو تصفح الانترنت أو نقل البيانات والوصول إليها
٣. برامج مساعدة : تحسن أداء الحاسب وتحافظ عليه، مثل برامج الحماية من الفيروسات والنسخ الاحتياطي وضغط البيانات وبرامج التشفير وغيرها

البرمجيات مفتوحة المصدر:

- ❖ البرامج مفتوحة المصدر (**Open Source Software**) هي برامج حرة يطورها الأفراد ويوفروها للمستخدمين للتحميل مجاناً من على الشبكة العنكبوتية. ويمكن للأفراد استخدام والاطلاع وتطوير شفرتها البرمجية وتعديلها بخلاف البرامج التجارية الأخرى.
- ❖ تطبيقات المكتب : مثل أوبن أوفيس **Open Office**
- ❖ برامج تصفح الإنترنت : مثل فيرفوكس وجوجل كروم
- ❖ البرامج المضادة للفيروسات : مثل أفاست وإيه في جي وأفيرا (مجانية) ؛ مكافى وكازبر ونورتن
- ❖ فلاتر الانترنت : مثل أوبن دي إن إس **openDNS** و **DNS Angel**

من أهم فوائدها:

١. توفر التكاليف وسرعة الحصول عليها، وتشجع على الابتكار وتوفير الاستقلالية

من أهم الانتقادات:

١. هناك هواجس بخصوص امن المعلومات
٢. من الصعب الحصول على الدعم الفني اللازم
٣. قد لا يوجد فيها كل الخصائص المطلوبة

٣- الشبكات والأجهزة :

العمود الفقري للإنترنت هو الجزء الرئيسي لشبكة الإنترنت وهو عبارة عن مسارات لحزم البيانات التي يتم كبيرة ووظيفته ربط شبكات الكمبيوتر في العالم **Routers** توجيهها باستخدام موجهات

وهناك نوعين رئيسيين:

١. كابلات الألياف الضوئية : عبارة عن تجمع هائل لكابلات الاتصالات الضوئية التي تحمل البيانات وتمر عبر القارات والمحيطات وترتبط بموجهات بيانات (**routers**)
 - مكلفة جدا مما يصعب مدها في المناطق الجبلية والجزر والمناطق النائية
 - تعطى سرعة بيانات أكثر وتعتبر أكثر أماناً مقارنة بالأقمار الصناعية
 - انقطاع أحدها يمكن أن يقطع الإنترنت عن دول وقارات

٢. الأقمار الصناعية:

- توفر اتصالات في كل مكان وهو ما يعرف اصطلاحاً بـ "وفرة الحوسبة" **Ubiquitous Computing**

Computing

- لا تحتاج الحصول على رخص وحقوق إمتياز من الهيئات أو الحكومات أو المجالس المحلية

٣. وهناك نوع ثالث يعتمد على شبكة السيارات اللاسلكية **mobile ad hoc vehicles**

انواع الشبكات :

شبكة الإنترنت internet: عبارة عن شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من شبكات الحاسب المنتشرة في أنحاء كثيرة من العالم ومرتبطة مع بعضها بما يسمى بروتوكول الإنترنت للمشاركة في المعلومات، وتعتبر الشبكة العنكبوتية العالمية (**www**) (**world wide web**) أهم تطبيق على الإنترنت.

شبكة الإنترنت intranet : هي شبكة المنظمة الخاصة التي صممت للعاملين بها 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 الدخول الى خدماتها أو الوصول الى مواردها.

شبكة الاكسترانت extranet : هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات أصحاب المصلحة، بما فيها الزبائن والشركاء والموردين وأصحاب الأسهم، ويتطلب الدخول إليها استخدام قناة افتراضية خاصة كلمة مرور لان الشبكة غير موجهة الى الجمهور العام

شبكات اللاسلكي

- أصبحت شائعة في الفنادق والمطارات والمدارس والمستشفيات والمطاعم والمقاهي
- الواي ماكس والواي فاي والبلوتوث

802.15	802.1 6	802.1 1n	802.1 1g	802.1 1b	802.11 a	
بلوتوث	واي ماكس	واي فاي	واي فاي	واي فاي	واي فاي	الاسم التجاري
2.4	3.5,5.8	2.4,5	2.4	2.4	2.4	Ghz التردد
75	50mil s	250m	140m	140m	120m	مجال التغطية
3	75	248	54	11	54	معدل البيانات MBps
شخصية	واسعة	محلية	محلية	محلية	محلية	نوع الشبكة

مزايا وعيوب شبكات الواى فاى :

المزايا:

١. تمكن الأفراد من مشاركة وصلة الانترنت مع الغير. لكن الولايات المتحدة وجنوب أفريقيا والهند تجرم ذلك.
٢. تناسب الأحياء القديمة والمناطق الوعرة والأماكن الأثرية التي يصعب الحفر ومد كابلات الانترنت فيها.
٣. إنشاءها سهل وسريع وغير مكلف ويمكن زيادة مداها بسهولة عن طريق إضافة المزيد من نقاط الاتصال.
٤. زيادة الإيرادات: تقدم الانترنت اللاسلكي في الفنادق والمطاعم والأماكن العامة مقابل رسم اشتراك معين.
٥. تحسن بيئة الأعمال: توفر لجميع أصحاب المصلحة وسيلة اتصال «لصيقة» **pervasive** وغير مكلفة
٦. تجذب الزبائن: ولاسيما عندما تقدم مجاناً في الفنادق والمطاعم والمقاهي والمطارات والأماكن السياحية.
٧. التكامل مع شبكات الجوال: ولا سيما في المناطق المحرومة من شبكات الاتصالات
٨. توطن التكنولوجيا: تزيد من خبرات ومهارات المواطنين لأنهم يعملون كفنيين ومدراء لها

عيوبها:

مجال التغطية محدود، وضعف الأمن وقلة سرعة البيانات مقارنة بالإنترنت السلكي أو ال دى إس أل. كما أن إشارة اللاسلكي تتداخل مع إشارات الأجهزة الأخرى وتتأثر بالحواجز والظروف الجوية
استخدمتها الحكومات المحلية لإنشاء شبكات البلديات اللاسلكية

Municipal Wireless Network

والجماعات والمنظمات غير الهادفة للربح لإنشاء شبكات المجتمع اللاسلكية أو

Community Wireless Networks

انترنت الأشياء Internet of Things

- تشمل شبكات الاستشعار وشبكات النانو والأجهزة المنزلية الذكية (مثل الغسالات والثلاجات الذكية) والروبوتات وتقنيات تحديد المواقع و الباركود والسيارات الذكية والروبوتات والشرايح 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 والرعاية الصحية والزراعة
- سوف تؤدي الى تلوث في الإشارات كما أن الغبار الذكي يمكن أن يستخدم في التجسس
- الروبوتات والسيارات ذاتية القيادة سوف تنافس العمالة

الشبكات الاجتماعية social networks

هناك الآلاف من شبكات التواصل الاجتماعي أشهرها فيسبوك وتويتر وواتساب وإنستجرام ولينكد إن

فوائد هذه الوسائل:

١ / تحسين وسائل التسويق

٢ / أصبحت الشركات على علاقة بالزبائن في كل وقت وفي كل مكان

٣ / ساعدت في تعميق ولاء الزبون لماركته المفضلة

٤ / الشبكات الاجتماعية تتميز عن التقليدية في:

- توفر للزبائن والموردين فرص التفاعل interaction مع الشركة وبعضهم البعض
- قلة التكاليف
- الوفرة والانتشار ubiquity
- جودة الخدمة
- 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 إحتياجات الزبون

٤. وسائط التخزين :

١. أقل وحدة تخزين هو البت (٠ أو ١) والبايت = ٨ بت

٢. القرص الصلب: هو الأفضل، أقل تكلفة بخصوص تكلفة الـ بت

٣. القرص الصلب الخارجي: يتميز بالمرونة

ويستخدم في النسخ الاحتياطي

٤. مصفوفة الأقراص RAID: تخزين البيانات على

مجموعة من الأقراص وبصورة متكررة

٥. الذاكرة الوميضة: سريعة جدا

٦. مراكز البيانات: مساحة مخصصة حيث لمعظم البنية التحتية

لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تدعم الأعمال. وتشمل الخوادم ووسائط التخزين وغيرها

الحوسبة السحابية Cloud computing

من أهم المشاكل الإدارية الخاصة ببنية الاعمال الالكترونية هي المفاضلة بين الشراء والتأجير. وتعتبر الحوسبة السحابية بديل ناجح لعملية شراء الأجهزة والبرامج ووسائط التخزين.

تعريفها : هي مصطلح يشير إلى استخدام البرامج والخدمات التي توفرها الشركات تحت الطلب والتي يمكن استخدامها عن بعد ويكون سعر الخدمة حسب الاستخدام. فهي مثل استخدام شبكة الكهرباء والمياه والصرف العامة بدل إنشاء الفرد مولد الكهرباء أو بئر المياه أو نظام الصرف الخاص به.

وتشمل:

تخزين البيانات والنسخ الاحتياطية : مثل جوجل درايف، دروب بوكس، آى درايف

برامج متخصصة : مثل برنامج ايكو ساين لتوقيع العقود على الانترنت

خدمة البريد الإلكتروني : مثل جيميل وياهو

استضافة المواقع الالكترونية : ويكس دوت كوم

Yola.com، يولا دوت كوم Wix.com

مزاياها : توفر الأموال وصديقة للبيئة وخدماتها أفضل ومتاحة من أي مكان وتحقق العدالة بين المستخدمين

عيوبها : مشاكل متعلقة بقانونيتها وخصوصية الأفراد والاعتماد على شركة أخرى وجودة خدمة الانترنت

مقارنة بين مقدمي خدمة التخزين السحابية :

	iDrive	CrashPlan	CertainSafe	HighTail	SugarSync	Google Drive	OneDrive	Box (Personal)	Dropbox	Drive
Lowest Price	\$59.50 iDrive	\$59.99 Code42	\$9.00 CertainSafe	\$191.88 HighTail	\$37.49 50% off for PCMag users	Free Google	Free Microsoft	\$5.00 Box	Free Dropbox	Free Apple
Editor Rating	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Area of Specialization	Backup	Backup	Security	E-Signatures and File Delivery	Simplicity, Ease of Use	Collaboration	Collaboration, Microsoft Office 365 Included With TB Purchase	Compatibility With Other Services, Business Use	Compatibility With Other Services	Apple Device Users
File Size Limit	None	None	2GB	250MB With Free Account, 10GB With Professional Account	None	5TB	100GB	250MB With Free Account, 2GB With Starter Account	10GB, Unlimited With Desktop Client	15GB
Free Storage	5GB	0	None	2GB	1GB 90-day free trial	15GB	15GB	10GB	2GB	5GB
File Versioning	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Windows App	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
iOS App	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Android App	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗

محتوى الانترنت وبيانات المستخدمين :

- يقسم محتوى الرقمي الى نصوص وصوت وفيديو وصور وخرائط
- كل نوع من المحتوى يحتاج الى برامج معينة للتعامل معه وله خصائص معينة من حيث سعة التخزين وسرعة البيانات المطلوبة وكذلك درجة تحمله للخطأ **error rate**
- الفيديو يحتاج الى سرعة بيانات أكبر ويتحمل الخطأ
- النصوص لا تحتاج الى سرعة بيانات ولا تتحمل الخطأ وتتحمل التأخير عكس الفيديو الحي أو الصوت
- الخطأ ينتج عندما ترس 0 بدل 1 (تغير محتوى البت)
- أسباب الخطأ في البت هي قدم الموجه أو ظروف جوية أو حواجز أو تداخل الإشارات

- عناصر جودة البيانات: أن تكون كاملة، صحيحة، واضحة، ذات قيمة، مرتبطة بوقت معين، اقتصادية، متسقة

• نظام العد العشري	• نظام العد الثنائي
• 0	• 00000000
• 1	• 10000000
• 2	• 01000000
• 3	• 11000000

٦. المشاكل الإدارية لبنية الأعمال الإلكترونية (١) :

١. إنتاجية التقنية : يحتاج المدراء حساب إنتاجية التكنولوجيا ومعدل العائد على الاستثمار مع مراعاة ان هناك فوائد ملموسة (زيادة الأرباح، توفير التكاليف) وغير ملموسة (زيادة رضا الزبائن، زيادة الثقة في الخدمات الإلكترونية)
٢. اقتناء التكنولوجيا : نموذج تام **TAM** يقول أن الأفراد تقتنى التقنية بناءً على تصورهم عن مدى فوائدها وسهولة استخدامها. وهناك من أضاف تأثير الآخرين، والمتعة المتوقعة، وعلاقتها بالوظيفة، وجوده المخرجات، وقدرتها على تمثيل البيانات، درجة الخبرة وغيرها
٣. دراسات الجدوى وسياسات أمن المعلومات وإدارة التغيير وغيرها

المشاكل الإدارية لبنية الأعمال الإلكترونية (٢)

- ❖ إدارة الانترنت : لا يوجد شخص أو شركة أو هيئة مركزية أو دولة يعينها تدير الانترنت. فالإنترنت تحكمها معايير وسياسات ومواثيق وبرامج وقواعد يتم تحديدها والاتفاق عليها من قبل الحكومات وشركات القطاع الخاص ومجموعات المصالح والهيئات الدولية والجامعات والمجتمع المدني، وهذا ما يعرف بمصطلح إدارة الانترنت **Internet Governance**. وهذه القوانين والقواعد والمواثيق تتعلق بكثير من القضايا ومنها تنظيم عناوين الانترنت ومنها ما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية ومنها ما ينظم خصوصية المستخدمين وكيفية مكافحة الجرائم الإلكترونية وغيرها من المشاكل السياسية والفنية والقانونية.
- ❖ حيادية الانترنت **Net Neutrality**: التعامل مع المستخدمين على قدم المساواة وبدون تمييز على أساس السعر أو المحتوى أو نوع الشبكة أو طريقة الاتصال أو الجهاز المستخدم.
- ❖ الحوسبة الخضراء : يشير الى تصميم وتطوير واستخدام الحاسبات والجوالات والطابعات وأجهزة وبرامج الاتصالات الأخرى بطريقة لا تؤثر على البيئة. وتشمل الحوسبة السحابية وإعادة تدوير الأجهزة.
- ❖ الحاسبات تضر بالبيئة لكن استخدامها بطريقة خضراء يمكن أن يكون لصالح البيئة عندما توفر المواصلات والورق ...

