

## الثقة في الأعمال الإلكترونية

- تكمن أهمية الثقة بسبب:
  - أننا نتعامل مع أسواق افتراضية وشركاء وعملاء افتراضيين
  - أن طلبات الشراء والأموال والمعلومات الشخصية تنتقل عن طريق الإنترنت
  - أننا نتعامل مع منتجات وخدمات غير ملموسة من الصعب فحصها أو اكتشاف سرقتها
  - الفشل في الحصول على ثقة الزبائن يقلل معدل التحويل conversion rate
  - تعتبر الثقة أحد أصول بيئة B2C وبيئة C2C على الإنترنت
  - صعوبة فض المنازعات في الأعمال الإلكترونية
- لتحقيق الثقة يجب توثيق المستخدمين وتوفير سلامة المعلومات وسريتها وإتاحتها للمصرح لهم أو المسجلين



جامعة الملك فيصل  
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

[ 3 ]

جامعة الملك فيصل

قسم إدارة الأعمال الإلكترونية

## مخاطر التجارة الإلكترونية

- 1- الهندسة الاجتماعية
- 2- الاصطياد الإلكتروني
- 3- هجوم رجل-في-الوسط
- 4- هجوم إعادة الإرسال
- 5- سرقة بيانات وسائل الدفع المالي.
- 6- هجمات القرصنة والمخترقين
- 7- البرامج الخبيثة وبرامج الدعاية والاعلانات غير المرغوب فيها
- 8- تأخير إرسال معلومات مفيدة أو إعادة إرسالها بعد تغييرها



## وسائل حماية التجارة الإلكترونية

- 1- برامج مضادة للفيروسات ( مثل أفاست) والتجسس (مثل سبای بوت )
- 2- استخدام الجدار الناري وإعداده جيداً
- 3- عمل نسخ احتياطية للملفات
- 4- استخدام بروتوكولات تأمين التجارة الإلكترونية
- 5- إنشاء شبكات افتراضية خاصة ( باستخدام آى بى سىك IPsec)
- 6- استخدام وسائل لاكتشاف ومنع المخترقين مثل ملفات الأنشطة وملفات التدقيق وأنية العسل
- 7- استخدام وسائل التوثيق والتوقيع الإلكتروني
- 8- استخدام وسائل التشفير
- 9- التدريب والتوعية ووضع سياسات لأمن المعلومات



## إدارة التغيير والمعرفة

- التحول الى الأعمال الإلكترونية يحتاج تغيير في المنظمة والإدارة والعمالة والثقافة وطريقة تدفع المعلومات والأوامر وغيرها
- أمثلة لأشكال التغيير:
  - تحديث هيكل المنظمة ويجب مراعاة مراحل تطورها
  - ✓ من أهم أشكالها هو التحول الى المنظمات الافتراضية
  - إعادة هيكلة العمالة وتوظيف مبرمجين ومديري شبكات وأخصائيين في تحليل النظم
  - التعهد: يعتبر أحد أشكال التغيير وهو إسناد بعض الأنشطة لشركات أخرى حتى ينجح
- التغيير يجب الاستماع للآخر وتمليك عملية التغيير للموظفين والزبائن وشرح فوائده ومراعاة البعد الثقافي والاجتماعي والحصول على دعم القيادة العليا واستخدام المنهج الأنسب للتغيير



## مداخل إدارة التغيير

- **تعاوني Collaborative**: يتطلب تعاون جميع الموظفين ويمكن أن ينتج عنه أفكار جديدة ولكنه يحتاج وقت ومجهود
- **استشاري Consultative**: الإدارة تستشير أصحاب الشأن لكنها تأخذ القرار النهائي وهو وسط بين التعاوني والتوجيهي
- **توجيهي Directive**: الإدارة هي التي تتخذ القرارات لذلك يتطلب تواصل دائم وتعويض المتضررين أو من يقاومون التغيير أو نموذج paternal-maternal approach الأب – والأم في الإدارة (الأب يعرف أكثر والأم متعاطفة)
- **قسري Coercive**: الإدارة تتخذ القرارات ويحتاج قوة للتنفيذ، ودور الموظفين محدود جداً وهو صادم وعليه تحفظات أخلاقية لكنه مطلوب عند الضرورة ولا سيما عدم وجود وقت كافي
- ويمكن اتباع بدائل أخرى مثل نقل العامل لفرع ثاني أو الإعلان عن إفلاس الشركة وإعادة إنشائها مرة أخرى بالموظفين المتميزين فقط.



## مستويات التغيير

| المستوى                    | نسبة التحسن المتوقعة               | الفائدة المتوقعة     | المخاطر                |
|----------------------------|------------------------------------|----------------------|------------------------|
| إعادة هندسة عمليات الأعمال | تشمل كل أنشطة وعلميات الأعمال      | 100 % تحسن في الأداء | احتمال الفشل كبير جداً |
| تحسن العمليات              | تشمل إعادة تصميم العمليات الأساسية | 50% تحسن في الأداء   | الخطر متوسط            |
| أتمتة العمليات             | تشمل بعض العمليات                  | 25% تحسن في الأداء   | المخاطر قليلة          |

- **التعهيد outsourcing** هو استخدام واستئجار كفاءات وقوى وأفراد ووسائل وخدمات من مؤسسات أو شركات أو جهات ثالثة (أجنبية أو محلية) للقيام بأحد أنشطة المنظمة. وهو طريقة جديدة لهيكل المنظمة وتقسيم العمل وتوفير المال والطاقة
- **التعهيد** يعوض نقص الخبرات وقد يوفر التكاليف أو الضرائب ويزيد الجودة ويضمن الوصل الى خبرات نادرة لكنه يضر بالعمالة الوطنية.



## إدارة المعرفة في المؤسسة

- المعرفة هي الخبرات والثقافة والوعي والمعلومات لدى الموظفين والزبائن والشركاء والمخزنة في الإرشادات وقواعد البيانات والملفات وغيرها.
- المعرفة لها دور كبير في نجاح التغيير
- يجب على المنظمة أن يكون عندها خطة لتحديد المعرفة المطلوبة وإنتاجها وتخزينها ثم تبادلها مع الموظفين والزبائن والشركاء ثم استخدام هذه المعرفة.
- أهداف إدارة المعرفة تشمل زيادة الأرباح والمحافظة على الخبرات والزبائن وتقليل التكاليف وتطوير منتجات جديدة
- أدوات نقل المعرفة هي التعامل اليومي المباشر والتدريب والايميلات ووسائل التواصل الإجتماعي وقواعد البيانات والفيديو كونفرانس ومراكز المساعدة والنظم المتخصصة
- ويعتبر برنامج **لوتس نوتس** من أشهر برامج تخزين المعرفة



## إدارة سلسلة التوريد إلكترونياً

- سلسلة التوريد هي سلسلة تدفق المواد الخام والأفراد، والمعلومات والخدمات ورأس المال من الموردين الى المصنع ثم المخازن إنتهاءً بالعملاء
- نجاح المنظمة يعتمد على قدرتها في إدارة تدفق الموارد والمعلومات والأموال الى الداخل وبين أقسامها وموظفيها وخارج المنظمة
- سلسلة التوريد الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات في إدارة هذه السلسلة.
- أهدافها: تقليل التكاليف، التوظيف الأمثل للموارد، زيادة المبيعات، زيادة القوة التنافسية، زيادة الابتكار



## مشاكل سلسلة التوريد التقليدية

- تنطبق على السلع المحسوسة بصورة كبيرة
- ارتفاع التكاليف سواء كانت الموارد أو الوقت
- هي سلسلة في اتجاه واحد تركز على دفع المنتج تجاه المستهلك
- من أمثلة نجاح إدارة سلسلة التوريد إلكترونياً نشوء المنظمات الافتراضية
- لا تستفيد من شبكات القيمة value networks
- لا تستفيد من التجارة الإلكترونية التعاونية collaborative EC

## عوامل نجاح عملية إدارة سلسلة القيمة إلكترونياً

- يجب على الشركاء فهم أن التعاون هو أحد الأصول الاستراتيجية للشركة
- تبادل المعلومات والشفافية في كل مراحل سلسلة التوريد
  - تبادل المعلومات مهم لتسعير المنتج، وإدارة المخزون، وتتبع حركة الشحن، وإدارة تدفقات الأموال، ومتابعة أخبار التكنولوجيا
- السرعة وتقليل التكاليف وجودة الخدمة وخدمة العملاء
- تكامل كل مراحل سلسلة القيمة
- تبني التجارة الإلكترونية التعاونية collaborative Commerce
  - هي عملية توظيف الشركاء للتكنولوجيا من لتحقيق التعاون في البحث والتطوير وتخطيط وتصميم وتصنيع وتوزيع المنتج أو الخدمة أو الفكرة

