

الإجابة النموذجية لإمتحان السداسي الأول في مقياس تجارة إلكترونية لطلبة السنة أولى ماستر تخصص مالية وتجارة دولية لقسم العلوم التجارية

أولا - أجب بنعم أو لا مع التعليل على الأسئلة التالية: (10 نقاط)

- 1- كانت البداية الحقيقية لإنتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية قبل دخول الإنترنت إلى المجال التجاري (لا..). كانت البداية الحقيقية مع إستخدام الإنترنت في التجارة وظهور شبكة المعلومات العالمية حيث تزايد عدد تطبيقات التجارة الإلكترونية وتبلور هذا المفهوم بشكله الحالي.
- 2- يعود التطور السريع للتجارة الإلكترونية إلى: تطور تقنيات المعلومات والاتصالات والمنافسة الحادة بين شركات الأعمال (نعم..). وذلك نظرا لتطور شبكات حاسوبية جديدة وبروتوكولات وبرمجيات التجارة الإلكترونية، وزيادة حدة المنافسة مما دفع للبحث عن طرق وأساليب جديدة لتوفير ميزات تنافسية تمكن الشركات من الإستمرار في السوق.
- 3- يمكن تصنيف عمليات التجارة الإلكترونية إلى: تجارة إلكترونية بحتة (لا..). تصنف إلى تجارة إلكترونية بحتة وجزئية، فالأولى يتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني والتعامل مع منتجات وخدمات رقمية يتم توصيلها إلى الجهات المشتريّة بطريقة إلكترونية، أما الثانية يتم من خلالها إنجاز العمليات بشكل إلكتروني، ولكن التعامل يمكن أن يكون مع منتجات وخدمات مادية، وكذلك يتم توصيل المنتجات المادية عبر شركات النقل.
- 4- رافق ظهور الإقتصاد الجديد قبول المفكرين وتأييدهم (لا..). كان هناك العديد من المفكرين وأبرزهم مايكل بورتر يعتبرونه مجرد وهم ويصفونه كظاهرة عابرة واستخدموا فكرة إقتصاد الفقاعة لتفسيره، أما المؤيدون كالمفكر بيتر داركر يرون أنه يمتلك كل مقومات البقاء كإستخدام التكنولوجيا الحديثة والإنترنت وإنخفاض التكلفة والسعر.
- 5- عربات التسوق الإلكترونية هي برامج حاسوبية تقوم بالبحث في قواعد بيانات تتضمن معلومات عن الموارد الموجودة في الإنترنت ويتم البحث وفق معلومات محددة أو كلمات مفتاحية (لا..). عربات التسوق الإلكترونية هي تقنية لمعالجة الطلبات تسمح للزبائن بتجميع المواد التي يرغبون بشرائها خلال تجولهم ضمن الموقع، أما البرامج الحاسوبية التي تقوم بالبحث تسمى محرركات بحث.
- 6- تحتم الشركات التجارية التقليدية أكثر من الشركات الإلكترونية بإسلوب إدارة العلاقة مع الزبون (لا..). إنما الشركات الإلكترونية تهتم أكثر بإسلوب إدارة العلاقة مع الزبون نظرا لتزايد القوة التفاوضية للزبون وذلك لوفرة وسهولة حصوله على المعلومات التفصيلية عن المنتجات والأسعار وإمكانية المقارنة بينها، لذا وجب عليها الإهتمام أكثر بزبائنهم من خلال الإهتمام بالشكاوي وتقديم خدمات ما بعد البيع والإستمرار في الإستجابة لرغباتهم.
- 7- توجد هناك صعوبة كبيرة في فرض القواعد الضريبية المتبعة في التعاملات التجارية التقليدية على التعاملات الإلكترونية (نعم..). نظرا لعدم وجود وثائق ورقية في المعاملات الإلكترونية، وتوسع النشاط التجاري الإلكتروني عبر العالم، وعدم إمكانية تحديد هوية أطراف التعامل، وعدم قدرة السلطات الضريبية على وضع آليات لإخضاع المنتجات الرقمية للضريبة.
- 8- لا يعتمد إزدهار التجارة الإلكترونية على وجود نصوص قانونية تكفل بالحفاظ على سرية المعلومات وأمنها، وكذا حماية حقوق أطراف التعاقد (لا..). يعتمد إزدهار التجارة الإلكترونية على وجود نصوص قانونية صارمة لتنظيم شبكة الإنترنت وإستخدامات تكنولوجيا المعلومات، وكذا توفير الحماية المطلوبة لمستخدميها في حال وقوع التحايل عليهم من قبل الشركات الإلكترونية، والعمل على فرض إستخدام التوقيع الإلكتروني في

ثانيا - عرف المصطلحات التالية: (02 نقاط)

- التجارة الإلكترونية: عمليات تسويق وبيع وشراء، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات الحاسوبية والإنترنت.
- الأعمال الإلكترونية: تقدم الخدمات للزبائن والعمل التعاوني مع شركاء الأعمال والتعليم الإلكتروني وإنجاز العمليات داخل المنظمات بشكل إلكتروني.

ثالثا - أذكر ما يلي: (02 نقاط)

- الفوائد التي تجنيها الشركات من التجارة الإلكترونية: تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر، تخفيف عبئ المصاريف، فتح قنوات للإتصال الفعال مع الشركاء والموظفين والزبائن.
- الفوائد التي يجنيها الزبائن من التجارة الإلكترونية: توفير الوقت والجهد، حرية الاختيار، توفير التكاليف، توفير خدمات أفضل.

رابعا - ضع الترميز المناسب في الفراغ، مع توضيح تسميته (02 نقاط): C to C ، C to B ، B to C ، B to B

- **B to B** الشركة للشركة: قيام منظمات الأعمال بالعمليات التجارية مع بعضها البعض.
- **C to C** المستهلك للمستهلك: يبيع المستهلك لمستهلك آخر بصفة مباشرة.
- **B to C** الشركة للمستهلك: إنشاء المتاجر الإلكترونية واستخدامها من قبل الزبائن للتعرف على المنتجات والخدمات.
- **C to B** المستهلك للشركة: أفراد يبيعون خدماتهم ومنتجاتهم للشركات.

خامسا - أذكر مراحل تنفيذ المعاملات في التجارة الإلكترونية: (04 نقاط):

- البحث عن المنتج في الإنترنت وعن طريق محركات البحث إما من خلال إسمه التجاري أو صورة له؛
- تحديد تكلفة المنتج أو الخدمة المراد شرائها وعند قبول المشتري القيمة يقوم بملاً إستمارة إلكترونية لطلب المنتج أو الخدمة؛
- تحديد وسيلة الدفع الإلكتروني سواء بطاقة إئتمان، شيك إلكتروني أو الدفع النقدي عند الإستلام؛
- عند الإعتماد على أحد وسائل الدفع الإلكترونية يتم نقل بيانات إلى البائع ليقوم بتحرير فاتورة تحتوي على إسم الزبون ورقم بطاقته وقيمة المنتج المشتري ومواصفاته وإرسالها إلى بريد المشتري؛
- يتم التأكد من صحة المعلومات المقدمة من قبل المشتري من خلال بنك البائع، وعند التأكد من صحة المعلومات يتم خصم قيمة المنتج من حساب المشتري ووضعها في حساب البائع؛
- القيام بتوصيل المنتج إلى بيت المشتري إذا كان المنتج ماديا، أما إذا كان رقميا فإنه يتم تقديمه للمشتري فور إنتهاء عملية تحويل الأموال.