

دور التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات

(دراسة في عينة من الشركات العراقية)

The role of E-commerce in the activating of companies

(Applied study in some of Iraq companies)



المستخلص

()

(t- test)

ABSTRACT

Electronic commerce is considered to be one of the most important achievements of the twentieth century and twenty-atheist, as the use of the Internet in transactions makes easy for the customer to select and purchase which differ from the traditional methods, Besides it provide great opportunities for companies to develop and expand their business.

Interested in this Study and analysis of the role of electronic commerce main activities of the companies (think, design, advertising and a customer, evaluation, application, delivery, payment and reimbursement) to demonstrate the contribution of electronic commerce to activate of these activities. This study aimed to identify the concept of electronic commerce and the fields of law, which is organized by all those collaborating with them from consumers and businesses and government institutions. The group used statistical methods ratios ,frequency, and test averages (t-test) to test hypotheses.

The results of this study show that the contributions of different electronic commerce in activating all of the activities of the companies in question. The research provides a set of recommendations that could improve the trade in Iraq to the level of Arab States at least .

المقدمة

Soft ware

Hard ware



()



:

منهجية البحث والدراسات السابقة
أولاً : أهمية البحث

ثانياً : مشكلة البحث

:

"

"

ثالثاً : أهداف البحث :

-



(-) ()



-

)

(

(t -test)

رابعاً: فرضيات البحث

:

- .
- .
- .
- .
- .
- .
- .

-
-
-
-
-
-
-

خامساً: حدود البحث

/

سادساً : أنموذج البحث

/)

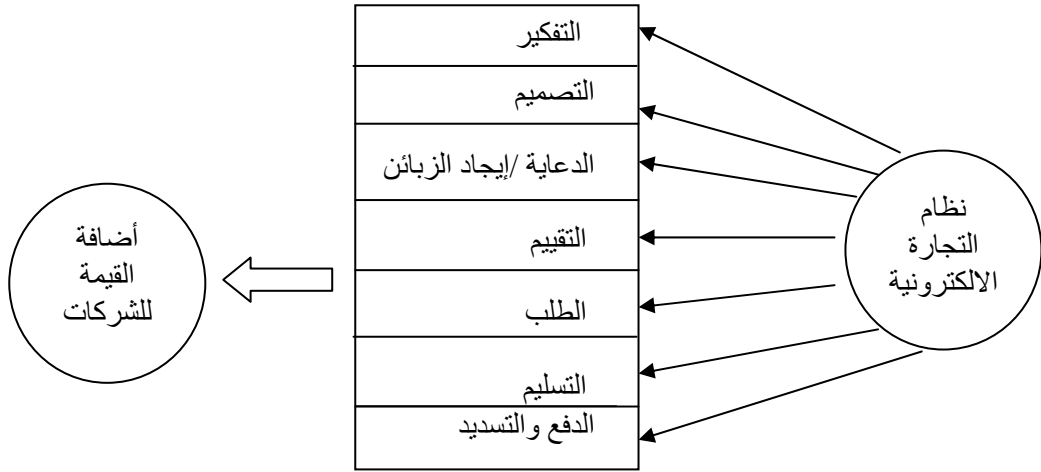




()

()

شكل رقم (١) نموذج البحث



:

سابعاً : أساليب جمع البيانات وتحليلها

-

()

-

() () ())

(()

()

:

-

:

-

(-) ()



(t -test)

الدراسات السابقة

) () -

(

)

(

)

(

)

-

.(

(:) -

.(:)

)

(

A Strategic Plan for the) (Ronald,Wolak) -
Implementation of E - Commerce at American Axle and
Manufacturing)





()



الاطار النظري

:

.()

Wolak

. (Wolkan. R.G,1999,p 4)

(Zwass)

. ()

Seddon

: (Seddon,1997,p3)

.Electronic data processing (EDP)

- ●

- ●

management information system (MIS)

- ●



(-) ()

Organization for economic (OECD)

cooperation and development

Mirchandani and .()

Motwani

(Online)

()

.()

:





()



.()

:()

.()

-
-
-
-
-
-

:

: -

: -

: -

: -

/



(-) ()
: -

" " Secure Socket Layer

HTTP

SHTTP

:

:

Electronic Data Interchange (EDI)

.Electronic Funds Transfer(EFT)

.()

:()

.Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC)

(EDI)

Advanced research projects agency (ARPA)

.ARPANET





()



Minittel

•

ARPANET

•

•

Bobkhan Vinton Cerf ,

•

)

) Transmission Control Protocol/ Internet Protocol(TCP/IP)

(/

Internet

ARPANET

WWW

•

.CERN

•

•

))

•

((



(-) ()



)

.(

-

% ,

-

:

(

)

جدول رقم (١)

تطور عدد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم خلال الفترة من ٢٠٠٠-٢٠٠٣ (بالآلاف)

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | % | , | - | |
| % | | % | | |

-

-



()



جدول رقم (٢)

مقارنة تطور عدد مستخدمي الانترنت بين الدول المتقدمة والدول النامية

خلال المدة ٢٠٠٠-٢٠٠٣ بالآلاف

| المنطقة | ٢٠٠٠ | ٢٠٠١ | معدل النمو | ٢٠٠٢ | معدل النمو | ٢٠٠٣ | معدل النمو |
|----------------|-------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|
| الدول المتقدمة | ٨٥٤٨٠ | ٣٣٩٤٢٧ | %١٩ | ٣٨٨٧٤٦ | %١٥ | ٣٩٦٧٥٤ | %٢,٠٦ |
| الدول النامية | ٩٤٣٥٢ | ١٣٩٣١٧ | %٤٨ | ٢٠٩٥٥٦ | %٥٠ | ٢٤٦٢٩٠ | %١٧,٥٣ |

% ,

% ,

.()

)

(

جدول رقم (٣)

عدد المستخدمين حسب كل عشرة آلاف نسمة في دول عربية مختارة

| ٢٠٠٢ | ٢٠٠١ | ٢٠٠٠ | الدولة |
|---------|---------|---------|---------------|
| ٢٥١٣,٧٢ | ٢١٥٤,٩٣ | ٦٢٧,٣٥ | البحرين |
| ٢٢٥,٣٥ | ١١٥,٩٤ | ٦٦,١٨ | مصر |
| ١٠,٤٢ | ١٧,٥٠ | | العراق |
| ٤٤١,٥١ | ٤٥١,٥٥ | ١٩٦,٤٥ | الأردن |
| ٩٧٤,٥٨ | ٨٩١,٦٣ | ٦٨٤,٩٣ | الكويت |
| ١٣٤٥,٠٣ | ٩٥٤,٥٥ | ٦٩٧,٦٧ | لبنان |
| ٤٤٢,٨٠ | ٤٥٨,٠٢ | ٣٥٤,٣٣ | عمان |
| ٢٦٦,٦٧ | ١٨١,٢٧ | ١١١,١١ | فلسطين |
| ٧٦٥,١٥ | ٦٦٩,٩٩ | ٥١٨,٩٤ | قطر |
| ٦٨٠,٨٥ | ١٤٠,١٩ | ٩٦,٦٢ | السعودية |
| ١١٦,٩٦ | ٣٦,١٢ | ١٨,٥٣ | سوريا |
| ٣٦٨٧,٥٠ | ٢٧٦٩,٨٩ | ٢٣٨٣,١٨ | الإمارات |
| ٣٠,٦٨ | ٩,٠١ | ٨,٢٧ | اليمن |
| ٣٤٠,٥٤ | ١٩٨,٨٩ | ١٥٢,٧٧ | الاسكوا |
| ٢٥١,٣١ | ١٥٤,٥٩ | ١٠٨,٥٨ | الدول العربية |
| ٩٤٨,٩٦ | ٨١٠,٨٨ | ٦٥٤,٧٥ | العالم |

() ()

Digital Planet

% ,

%



()



() .

() :

() .

رابعاً: ابرز التشريعات والقوانين التي تنظم التجارة الالكترونية:

(-)

()

.....

..

..

UNCITRAL

Model Law on Electronic Commerce

.()

.()

International chamber of commerce (ICC)

:

(E-Terms)

-i

-j

-

-

Certification Service

.()





()



.()

-

.

-

:()

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

()

.

.

.()



(-) ()

.()

خامساً: شبكة الانترنت تنظم العلاقات التجارية بين الشركات:

% ()
.()

.()



()



:()

Business – To- Business ()

Selling Solutions -

)

Business – To- Business Buying Solution (

()

Business – To –Consumer Selling Solution -



(-) ()



Trading Solution Community

-

:()

:() -

: -

: -





جدول رقم (٤)

الفرق في تنفيذ الأنشطة الرئيسية للشركات باستخدام شبكة الانترنت

| نوع النشاط | تنفيذ الأنشطة دون استخدام شبكة الانترنت | تنفيذ الأنشطة باستخدام شبكة الانترنت |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| التفكير | جميع الشركات تضطلع بشكل أو بآخر بالعملية الابتكارية والابداعية وغالبا ماتلجأ الشركات إلى اجراء تقييم لطبيعة الأعمال التي تمارسها، حتى تعيد تحديد ورسم نطاق اعمالها. في العادة تتم هذه العملية من خلال التنقيب في المكتبات، قراءة الكتب والمجلات المتخصصة وكذلك البحث في قواعد البيانات. | هناك العشرات من الشركات التي تقدم عددا لا يحصى من الخدمات من إذ توفير المعلومات عن طريق الانترنت لمن يطلبها. تحتوي الانترنت نفسها على كم هائل من البيانات التي اما ان تكون مجانية أو يتم تقديمها مقابل رسم بسيط، بدءا من مكتبة الكونغرس إلى مئات الجامعات ومراكز الابحاث والأجهزة الحكومية بمعنى ان جميع الجهات التي تقدم المعلومات على الانترنت تسعى للبحث عن طرائق تكون معلوماتها متاحة على الانترنت. |
| التصميم | على الشركة اما تصميم خدمة (مثل التدقيق) أو تعمل على هندسة منتجاتها. في العادة تلجأ الشركات إلى انجح الممارسات التي تعارفت عليها المؤسسات المهنية. ويتم احيانا اللجوء إلى التصميم باستخدام الحاسوب (CAD) computer aided design لتحقيق نتائج على درجة عالية من الجودة والاتقان. | يتوافر على شبكة الانترنت عدد هائل من خدمات الاستشارات والتصاميم والاختبارات، والمختصين في التسويق وشركات تطوير برامج الحاسوب. ومن المؤكد ان عددها سيزداد. |
| ايجاد الزبائن/أو الدعاية | تحتاج جميع الشركات إلى سبيل لايجاد زبائنها ومورديها. ويتم في العادة استخدام الدعاية في المجالات ذات العلاقة أو المجالات الواسعة الانتشار وكذلك الصحف والتلفزيون والإذاعة. | من التحديات المهمة للانترنت هي العثور على المعلومات أو الخدمة التي تكون هناك حاجة اليها. وقد اصبح الان على الانترنت عدد كبير من "خدمات الدليل" للعمل على حل هذه المشكلة. وهذه الخدمات تقدم المعلومات على شكل فئات أو اصناف وتؤمن ربطا مباشرا مع الشركات والأطراف ذات العلاقة باستخدام الشبكة العالمية WWW إذ يمكن الحصول على البيانات. وهذا النوع من خدمات الدليل يؤمن سيلا عالي الكفاءة لتقديم النشاطات الدعائية والاعلانية. |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <p>هذه الوظيفة المهمة تتألف من شقين: مالي وفني. اذ يجب ان يطمئن الزبون إلى ان المركز المالي للشركة سليم وإلى ان لديها القدرة الفنية على تقديم الخدمة المرغوبة أو السلعة المطلوبة. وقد اصبح عن طريق الانترنت يتم انجاز التقييم المالي بشكل الكتروني إلى حد ما وان كانت ماتزال هناك اسئلة عالقة حول المعايير المتبعة وتعددتها.</p> | <p>على الشركة تقييم شريك محتمل للتوصل إلى القدرة المالية للشريك. هناك شركات متخصصة للقيام بهذه المهمة. يجب ان يكون المشتري مقتنعا ان المورد يستطيع تقديم الخدمات أو تسليم السلع بكميات كافية وبنوعية جيدة وفي الموعد المقرر. احيانا تكون الثقة مبنية على الفكرة العامة عن الشركة. تستطيع ان تدرك ان التقييم مهمة ثقيلة إلى درجة ان المشتريين عندما يعثرون على مورد مناسب فأنهم لا يرغبون في الانتقال إلى آخر.</p> | التقييم |
| <p>ساعد انتشار EDI بين الشركات على شهرتها واصبحت معروفة لدى الجميع. وتعد EDI احدى المراحل الأولية للتجارة الالكترونية. غير ان انتشار الانترنت فصح المجال امام نشوء وسائل تبادل للمعلومات متاحة للجميع ولا توجد فيها التعقيدات الفنية التي صاحبت استخدام أنظمة EDI وأنها ميسرة برسوم زهيدة للغاية.</p> | <p>تحتاج الشركات إلى آليات فاعلة موثوقة من اجل اصدار الطلبات واداراتها وتعقب وضعها. في العادة تعتمد الشركات على البنية التحتية التقليدية لتبادل المعلومات : مثل مؤسسات البريد ، الهاتف، (EDI) Electronic data interchange.</p> | الطلب |
| <p>تعد الانترنت الوسيط المثالي لتسليم السلع والخدمات الالكترونية. وهناك الكثير من السلع أو الخدمات يمكن تقديمها بوسائل الكترونية. وقد انتشرت هذه السلع والخدمات انتشارا هائلا. فقد عمدت بعض الشركات مثلا إلى التعامل مع مترجمين عن طريق الانترنت، ويتم تبادل النصوص عن طريق البريد الالكتروني فقد ترسل مادة من النمسا ليتم ترجمتها في البرازيل. وليس من الضروري ان يعرف اصحاب العلاقة بعضهم ببعض التصاميم والمخططات في الدوائر الكهربائية والالكترونية إلى التعامل مع أفراد في مناطق متفرقة من العالم.</p> | <p>تحتاج الشركة إلى وسيلة لتسليم السلع إلى المشتري، اما من خلال منافذ البيع بالمفرق، أو شركات النقل أو عن طريق وسيط الكتروني.</p> | التسليم |
| <p>اصبح بالامكان الان التسديد والقبض باستخدام قنوات الكترونية مأمونة من خلال الانترنت. وهناك شركات متخصصة تطبق برامج بهدف خلق الثقة بين البائع والمشتري، وهي تستخدم أنظمة مختلفة. ويحتاج العديد منها إلى التطوير. وستشهد السنوات القادمة فتحا جديدا في مجال التعاملات المالية الالكترونية</p> | <p>لعل اهم جزء في التعاملات التجارية هو مرحلة الدفع والتسديد. هذه المهمة تقوم بها المصارف عن طريق عدد لا يحصى من مخططات التسويات المالية.</p> | الدفع والتسديد |

تحليل الفرضيات واختبارها ومناقشة النتائج

أولا: المتغيرات الشخصية لأفراد العينة



()



/

() () () () ()

()

(%)

(%)

(%)

(-)

(-)

(%)

(-)

.(%)

(-)

(%)

(%)

(%)

(-)

(%)

.(%)

جدول رقم (٥)



(-)

()

.....

..

..

يبين توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

| الرقم | المتغير | الفئة | التكرار | النسبة |
|-------|---------------|------------------|---------|--------|
| ١ | فئة الجنس | الذكور | ٣٨ | %٧٦ |
| | | الاناث | ١٢ | %٢٤ |
| ٢ | العمر | ٣٠-٢٥ | ١٠ | %٢٠ |
| | | ٣٥-٣١ | ١٢ | %٢٤ |
| | | ٤٠-٣٦ | ١٤ | %٢٨ |
| | | ٤٥-٤١ | ٥ | %١٠ |
| | | ٥١ فأكثر | ٩ | %١٨ |
| | | أعدادية | ٧ | %١٤ |
| ٣ | المؤهل العلمي | دبلوم | ١٨ | %٣٦ |
| | | بكلوريوس | ٢٥ | %٥٠ |
| | | شهادة عليا | - | - |
| | | ادارة اعمال | ٧ | %١٤ |
| ٤ | التخصص العلمي | محاسبة | ١١ | %٢٢ |
| | | مالية ومصرفية | ٥ | %١٠ |
| | | اقتصاد | ٤ | %٨ |
| | | حاسوب | ١٠ | %٢٠ |
| | | اللغة الانكليزية | ٥ | %١٠ |
| | | أخرى* | ١٠ | %٢٠ |
| | | ٥ سنة فأقل | ١٢ | %٢٤ |
| | | ٦-١٠ سنة | ١٨ | %٣٦ |
| ٥ | الخبرة | ١١-١٥ سنة | ١١ | %٢٢ |
| | | ١٦-٢٠ سنة | ٣ | %٦ |
| | | ٢١-٢٥ سنة | ٦ | %١٢ |
| | | ١٠-١٦ سنة | ٣ | %٦ |
| | | ١١-١٥ سنة | ١١ | %٢٢ |

:

*

ثانياً: تحليل آراء أفراد العينة وتصوراتهم حول دور التجارة الالكترونية في تفعيل أنشطة الشركات

/)

(

-: ()

جدول رقم (٦)



**آراء وتصورات أفراد العينة حول مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات**

| الرقم | الغرات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | انقوس تماما | النسبة | اتفق | النسبة | محايد | النسبة | لا اتفق | النسبة | لا اتفق تماما | النسبة |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|-------------|--------|------|--------|-------|--------|---------|--------|---------------|--------|
| 1- | أولاً: نشاط التفكير: هل يتوفر الغرات التقنية للأفراد تظهر حالة التنافس والإبداعي بين العاملين في الشركة | 2.34 | 0.60 | 1 | 0.02 | 36 | 0.72 | 5 | 0.1 | 7 | 0.14 | 0 | 0 |
| 2- | هل تطبيق الأعمال الإلكترونية يخلق حالة من التعاون وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات بين الأفراد. | 2.32 | 0.55 | 1 | 0.02 | 35 | 0.7 | 8 | 0.16 | 5 | 0.1 | 0 | 0 |
| 3- | هل البرامج الجديدة الجاهزة والنظم الحديثة تسهم في التفكير بتطبيق التجارة الإلكترونية. | 2.48 | 0.63 | 1 | 0.02 | 30 | 0.6 | 12 | 0.24 | 6 | 0.12 | 0 | 0 |
| 4- | هل يتوفر نظام للاستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل | 2.96 | 0.67 | 0 | 0 | 18 | 0.36 | 17 | 0.34 | 14 | 0.28 | 0 | 0 |
| 5- | هل بتطبيق التجارة الإلكترونية تستقطب الشركة أصحاب الخبرة والكفاءة لانجاز الأعمال. | 2.8 | 0.72 | 1 | 0.02 | 20 | 0.4 | 16 | 0.32 | 12 | 0.24 | 0 | 0 |
| 1- | ثانياً: نشاط التصميم: هل تساهل الشركة بتصميم نظام معلومات تسويقي متكامل. | 3.4 | 0.64 | 0 | 0 | 6 | 0.12 | 19 | 0.38 | 23 | 0.46 | 1 | 0.02 |
| 2- | هل تسمح برمجيات خدمة الشركة بتصميم وعرض منتجاتها. | 3.26 | 0.57 | 0 | 0 | 7 | 0.14 | 24 | 0.48 | 18 | 0.36 | 0 | 0 |
| 3- | هل تمتلك الشركة صفحة رئيسة جذابة تدفع إلى متابعة صفح الموقع. | 2.72 | 0.82 | 4 | 0.08 | 18 | 0.36 | 14 | 0.28 | 13 | 0.26 | 0 | 0 |
| 4- | هل ترى أن التجارة الإلكترونية تعمل على إعادة هندسة الأعمال لتبسيط الإجراءات والتخلص من الخطوات الضرورية بين الوحدات والأقسام. | 2.66 | 0.70 | 1 | 0.02 | 23 | 0.46 | 16 | 0.32 | 9 | 0.18 | 0 | 0 |
| 5- | هل كون الشركة تتعامل مع أطراف خارجية كالمجهزين فأنها تخلق لديهم انطباع جيد باستخدامها التجارة الإلكترونية. | 2.88 | 0.59 | 1 | 0.02 | 14 | 0.28 | 23 | 0.46 | 11 | 0.22 | 0 | 0 |
| 1- | ثالثاً: نشاط الاعابة : هل تفضل عرض منتجات الشركة وخدماتها على شبكة الانترنت. | 3.16 | 0.57 | 0 | 0 | 10 | 0.2 | 23 | 0.46 | 16 | 0.32 | 0 | 0 |
| 2- | هل تستخدم الشركة أجهزة اتصال حديثة عند التخطيب مع الزبائن. | 3.3 | 0.71 | 0 | 0 | 10 | 0.2 | 14 | 0.28 | 25 | 0.5 | 0 | 0 |
| 3- | هل تستخدم الشركة أساليب استطلاع وبحث لتحديد المجهزين الجيدين. | 3.44 | 0.63 | 0 | 0 | 6 | 0.12 | 16 | 0.32 | 27 | 0.54 | 0 | 0 |
| 4- | هل تستخدم الشركة الانترنت للأنشطة الترويجية كالإعلان. | 3.52 | 0.58 | 0 | 0 | 4 | 0.08 | 16 | 0.32 | 29 | 0.58 | 0 | 0 |
| 5 | هل تتوفر إمكانية الربط الإلكتروني بمخازن الشركة ومعارضها. | 3.8 | 0.39 | 0 | 0 | 1 | 0.02 | 10 | 0.2 | 37 | 0.74 | 1 | 0.02 |
| 1- | خامساً: نشاط الطلب : هل تستخدم الشركة الوثائق الإلكترونية بأشكالها المختلفة في تعاملاتها. | 3.64 | 0.52 | 0 | 0 | 1 | 0.02 | 18 | 0.36 | 29 | 0.58 | 1 | 0.02 |
| 2- | هل تستطيع الخدمة البرمجيات معالجة الطلبات الأولية ذات السمات المختلفة. | 3.6 | 0.55 | 0 | 0 | 2 | 0.04 | 18 | 0.36 | 28 | 0.56 | 1 | 0.02 |
| 3- | هل عملية تعقب الطلبات متوافرة. | 3.64 | 0.72 | 1 | 0.02 | 2 | 0.02 | 18 | 0.36 | 20 | 0.4 | 8 | 0.16 |
| 4- | هل يتوفر نظام لطلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها إلكترونياً. | 3.38 | 0.73 | 0 | 0 | 8 | 0.16 | 19 | 0.38 | 18 | 0.36 | 4 | 0.08 |
| 5- | هل التجارة الإلكترونية تسهم في تحسين | 3.16 | 0.89 | 3 | 0.06 | 12 | 0.24 | 8 | 0.16 | 26 | 0.52 | 0 | 0 |

| الخدمات بين المجهزين والشركة. | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------|------|---|---|----|------|----|------|----|------|---|------|
| سادساً: نشاط التسليم : | | | | | | | | | | | | | |
| 1- | هل يتم تسليم الطلبات بسرعة تامة وبالأزمن الحقيقي. | 3.22 | 0.75 | 0 | 0 | 13 | 0.26 | 13 | 0.26 | 23 | 0.46 | 0 | 0 |
| 2- | هل يتم الربط الإلكتروني من خلال الموقع مع المورد عين. | 3.58 | 0.50 | 0 | 0 | 1 | 0.02 | 18 | 0.36 | 30 | 0.6 | 0 | 0 |
| 3- | هل تتابع الشركة مواصفات التجهيز والتسليم من خلال الانترنت. | 3.68 | 0.48 | 0 | 0 | 1 | 0.02 | 15 | 0.3 | 32 | 0.64 | 1 | 0.02 |
| 4- | هل تحصل الشركة على منافع تجهيزية جيدة من استخدام أجهزة اتصالات متقدمة. | 3.64 | 0.60 | 0 | 0 | 3 | 0.06 | 16 | 0.32 | 27 | 0.54 | 3 | 0.06 |
| 1- | سابعاً: نشاط الدفع والتسديد : | 3.68 | 0.71 | 0 | 0 | 5 | 0.1 | 14 | 0.28 | 23 | 0.46 | 2 | 0.04 |

(-) ()



(,)

): () ()
) (
(,) (,) (

() (,)

):
(,) ()
()





()

()

() (t – test)

جدول رقم (٧)

اختبار t – test لبيان دور التجارة الالكترونية تجاه أنشطة الشركات

| النشاط | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | t المحسوبة |
|----------------|-------------------|---------------|------------|
| التفكير | ٠,٣٩٨٥ | ٢,٥٨٠٠ | -٧,٤٥ |
| التصميم | ٠,٥١٨٨ | ٢,٩٨٤٠ | -٠,٢٢ |
| الدعاية | ٠,٣٣٨٨ | ٣,٤٤٤٠ | ٩,٢٧ |
| التقييم | ٠,٤٠٦٧ | ٢,٩٥٦٠ | -٠,٧٧ |
| الطلب | ٠,٣٨٥٦ | ٣,٤٨٤٠ | ٨,٨٧ |
| التسليم | ٠,٣٨٦٨ | ٣,٥٣٠٠ | ٩,٦٩ |
| الدفع والتسديد | ٠,٤١٩٤ | ٣,٢٧٢٠ | ٤,٥٩ |

(,) (,)
 (,) t (- ,) t (,)
)) :

H1 : M < 3 , H0 : M ≥ 3

(,) (,)
 (,) t (- ,) t
 H1 : M < 3 , H0 : M ≥ 3. (()) :

(,) (,)
 (,) t (,) t
)) :

(-) ()
 ((

. H1 : M < 3 , H0 : M ≥ 3

: -

(,) (,)
 t (- ,) t (,)

H0 : M < 3, Ha : M ≥ 3 . (()) :

: -

(,) (,)
 t t (,) (,)

. (())

. H1 : M < 3 , H0 : M ≥ 3

: -

(,) (,)
 (,) t (,) t

H1 : M < 3, H0 : M ≥ 3 . (()):



(-)

()

.....

..

..



التوصيات

-

-

-

-

-

-

-

المصادر:

:

-

-

-

-

/



()

. Seddon P., Defining Electronic Commerce,1997, WWW. disunimelb .Edu/staff/peter/ internetera. HTML .p3.

.Wolkan. R.G, A strategic Plan American Axle and Manufacturing , July ,1999 ,p1, Nova Southeastern University.

ثانياً:الدوريات

- : -
- () -
- () () -
- () () -
- () -
- () -
- () -
- () -
- () () -

ثالثاً:الانترنت

-

() ()
.....



-

-

-

-

-

()

رابعاً: الأطاريح

-

()

المحور الأول/ المعلومات العامة:

١- فئة الجنس : ذكر أنثى.....

٢- لفئات العمرية :

من (٢٥-٣٠) من (٣١-٣٥) من (٣٦-٤٠) من (٤١-٤٥) من (٥١-فأكثر).....

٣-التحصيل الدراسي:

اعدادية.....، دبلوم.....، بكالوريوس.....، شهادة عليا.....

٤-التخصص العلمي:

ادارة اعمال.....

محاسبة.....

علوم مالية ومصرفية.....

اقتصاد.....

علوم حاسبات.....

هندسة حاسبات.....

اللغة الانكليزية.....

أخرى.....

٥- سنوات الخدمة في المركز الوظيفي الحالي:



()

- من ٥-١ سنة.....
من ٦-١٠ سنة.....
من ١١-١٥ سنة.....
من ١٦-٢٠ سنة.....
من ٢١-٢٥ سنة.....
من ٢٦ فأكثر.....

المحور الثاني/ بيانات حول تفعيل أنشطة الشركات باستخدام التجارة الإلكترونية:

| ت | الفقرة | اتفق تماما | اتفق | محايد | لا اتفق | لا اتفق تماما |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|-------|---------|---------------|
| التفكير | | | | | | |
| ١ | هل بتوفير القدرات التقنية للأفراد تظهر حالة التنافس والتحدي الابداعي بين العاملين في الشركة. | | | | | |
| ٢ | هل تطبيق الأعمال الإلكترونية يخلق حالة من التعاون وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات بين الأفراد. | | | | | |
| ٣ | هل أن البرامج الجديدة الجاهزة والنظم الحديثة تسهم في التفكير بتطبيق التجارة الإلكترونية. | | | | | |
| ٤ | هل يتوفر نظام للاستعلام المباشر عن اية معلومات يحتاجها العميل. | | | | | |
| ٥ | هل بتطبيق التجارة الإلكترونية تستقطب الشركة اصحاب الخبرة والكفاءة لانجاز الأعمال | | | | | |
| التصميم | | | | | | |
| ١ | هل تحاول الشركة تصميم نظام معلومات تسويقي متكامل. | | | | | |
| ٢ | هل تسمح برمجيات/ خدمة الشركة بتصميم وعرض منتجاتها. | | | | | |
| ٣ | هل تمتلك الشركة صفحة رئيسة جذابة تدفع إلى متابعة تصفح الموقع. | | | | | |
| ٤ | هل التجارة الإلكترونية تعمل على اعادة هندسة الأعمال لتبسيط الاجراءات والتخلص من الفعاليات غير الضرورية بين الوحدات والاقسام. | | | | | |
| ٥ | هل كون الشركة تتعامل مع اطراف خارجية كالمجهزين فأنها تخلق لديهم انطباع جيد باستخدامها التجارة الإلكترونية. | | | | | |

(-)

()

.....

..

..

| | | | | | ايجاد الزبائن/ الدعاية |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| | | | | هل تفضل عرض منتجات الشركة وخدماتها على شبكة الانترنت. | ١ |
| | | | | هل تستخدم الشركة اجهزة اتصال حديثة عند التخاطب مع الزبائن. | ٢ |
| | | | | هل تستخدم الشركة اساليب استطلاع وبحث لتحديد المجهزين الجيدين. | ٣ |
| | | | | هل تستخدم الشركة الانترنت للانشطة الترويجية كالاعلان. | ٤ |
| | | | | هل تتوفر امكانية الربط الالكتروني بمخازن الشركة ومعارضها. | ٥ |
| | | | | | التقييم |
| | | | | هل يتم تدقيق المعلومات بسرعة وسهولة،أي يتم استخدام نقرة واحدة مثلا أو يتم الاستعانة بالحقيبة الالكترونية. | ١ |
| | | | | هل تستخدم الشركة برمجيات حديثة تمكن من تأكيد مشتريات الزبون وتسهل ارسال رسالة اعلام له. | ٢ |
| | | | | هل التجارة الالكترونية تسهم في تقليص التكاليف المترتبة على انجاز الأعمال. | ٣ |
| | | | | هل التجارة الالكترونية تسهم في تقليل الحركة داخل الشركة وبالتالي تقلل من الوقت الضائع في الاتصالات والزيارات. | ٤ |
| | | | | هل هناك عقد للرد واضح ومفهوم. | ٥ |



()

| | | | | | الطلب |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | | ١ هل تستخدم الشركة الوثائق الالكترونية بأشكالها المختلفة في تعاملاتها. |
| | | | | | ٢ هل تستطيع الخدمة/ البرمجيات معالجة الطلبات الدولية ذات العملات المختلفة. |
| | | | | | ٣ هل عملية تعقب الطلبات متوفرة. |
| | | | | | ٤ هل يتوفر نظام لطلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها الكترونيا. |
| | | | | | ٥ هل التجارة الالكترونية تسهم في تحسين الخدمات بين المجهزين والشركة. |
| | | | | | التسليم |
| | | | | | ١ هل يتم تسليم الطلبات بسرية تامة وبالزمن الحقيقي. |
| | | | | | ٢ هل يتوفر نظام الربط الالكتروني من خلال الموقع مع الموزعين. |
| | | | | | ٣ هل تتابع الشركة مواصفات التجهيز والتسليم من خلال الانترنت. |
| | | | | | ٤ هل تحصل الشركة على منافع تجهيزية جيدة من استخدام اجهزة اتصالات متقدمة. |
| | | | | | الدفع و التسديد |
| | | | | | ١ هل يتوفر نظام الدفع الالكتروني أي تسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان . |
| | | | | | ٢ هل تحسب البرمجيات/ الخدمة نسبة الضرائب بشكل تلقائي. |
| | | | | | ٣ هل تحصل الشركة على منافع في الوقت والجهد والسرعة في الانجاز من خلال استخدام اجهزة وادوات حديثة. |
| | | | | | ٤ هل تستخدم الشركة اجهزة الفاكس والهاتف في معاملاتها المختلفة . |
| | | | | | ٥ هل تتوفر امكانية الربط الالكتروني بمواقع أخرى ذات فائدة العميل . |