

### 1.5 E-commerce Scenarios:

Let us examine some scenarios to see how e-commerce is changing our daily lives.

**توضيح:** بعض الأمثلة الواقعية على مفهوم التجارة الإلكترونية (مجالات مزاولة نشاط التجارة الإلكترونية)

#### 1.5.1 Retailing:

In the main form of traditional retailing, when we want to buy something, we need to visit physical shops. Very often, we may not be able to buy the best product in the market because we can visit only a few shops near our home or our office. With e-commerce, shopping can be done at any time by using our fingertip instead of our feet. Furthermore, a shop located in another country and a shop next to your home are both “one finger-click” away. By using search engines, we can quickly select and compare different brands of products around the world. For some products such as software and music, we can even download the goods instantly.

**البيع بالتجزئة:** ان المفهوم السائد لتجارة التجزئة التقليدية يكون عبر الذهاب بشكل فعلي الى الأسواق او البقالة وشراء الاحتياجات المتاحة (وليس أفضلها) والتي غالبا ما تكون هذا الاسواق قريبة من المنزل او مكان العمل. اما في التجارة الإلكترونية، ف بإمكان الفرد من الشراء في وقت وفي أي مكان باستخدام تقنيات الاتصال وبكبسة زر، حيث يمكن للفرد طلب أي منتج ومن أي دولة وايصاله بشكل مباشر الى محل اقامته. باستخدام محركات البحث، بالإضافة لذلك يمكن للزبون من الاطلاع على مختلف الماركات لمنتج معين واختيار الأنسب.

#### 1.5.2 Servicing:

The classified advertisement has always been the most popular channel for selling used items (e.g. used car). This type of selling items through classified advertisements may have the following headache, which is: Tens or even hundreds of interested buyers contact you by telephone. As you can communicate with them only one at a time, it is difficult for you to negotiate the best price. Even after all the items have been sold, you may still receive calls from potential buyers. With e-commerce, a more effective channel is emerging: the on-line auction for facilitating this kind of C2C commerce transaction. By means of an on-line auction, not only can the seller reach a large number of potential buyers, but he can also find the best price in the market.

**الخدمات:** تعتبر الإعلانات المبوبة عبر القنوات أحد اهم الطرق لبيع الأدوات المستخدمة واكثرها شيوعا. تسبب هذا الطرق عدد من الإشكالات منها كثرة الاتصالات من قبل الزبائن والتي تستمر حتى في حالة بيع المنتج. اما في التجارة الإلكترونية، ف القنوات تكون أكثر فعالية باستخدام المزايدات عبر الانترنت حيث تعمل على زيادة عدد المشترين وليس ذلك فقط وانما الحصول على أفضل الأسعار كذلك.

### **1.5.3 Publishing**

The traditional publishing industry is based on a mass production model. Thus, there are only a few newspapers available and the format, layout, and news selection of these are done by the editorial staff. The only choice the reader has is to select a particular newspaper. Once that is done he has to put up with the editorial layout and reporters' choices, even though these might not coincide with his own interests.

E-commerce makes personalization possible at very little extra cost. If we have a web-based newspaper system available. Each reader can specify a favourite newspaper template. Information can then be filled into the personalized template accordingly from the databases. With personalization, electronic newspapers will be published according to customers' preferences (e.g. someone may want to see the headline news on the first page, while others may prefer to see the sports news or entertainment news on the first page). However, in the electronic newspaper scenario, the extra cost of printing a personalized newspaper is very small.

**النشر:** تعتمد التجارة التقليدية على طرق النشر عبر الجرائد والتي تنجز من قبل كادر يعمل على نشر هذه المنتجات حيث تكون محددة حسب محرري هذه الجرائد والتي يمكن ان لا تتواءم مع اهتمامات الزبون. اما في التجارة الالكترونية، حيث بإمكان الزبون اختيار نموذج الجرائد التي تتواءم مع متطلباته حيث تعتمد هذه الجرائد على نشر المحتويات التي تتناسب مع متطلبات الزبائن. في هذا النوع من النشر تكون الكلفة اقل من النشر التقليدي.

### **1.5.4 Supply chain management**

In its most common forms, traditional supply chain management is supply driven. In other words, goods are “pushed” through the supply chain. One disadvantage of this model is that distributors may keep an unnecessary inventory. In order to overcome this, many manufacturers have introduced Just-in-Time(JIT) supply systems. These systems have some element of “pull” in them in the sense that the manufacturer's estimates of his needs for supplies in a short time horizon are used to determine purchases from suppliers, and suppliers must meet these orders within a specified time frame. Even here the manufacturer could easily see a buildup of the inventory of his manufactured products. Moreover, there may be a lot of paper based information involved. With e-commerce, this whole process becomes demand driven as controlled by the end consumer. That means, goods are now “pulled” down

the chain by the customers. Thus, “supply chain management” becomes more “demand chain management.” This makes JIT production management and mass customization possible.

**إدارة عملية التوريد:** في هذا النوع من التجارة يتم تصدير البضائع عبر سلسلة من الموردين يتم خلالها تخزين البضائع في المخازن. أحد عيوب هذه الطريقة ان الموردين قد يحتفظون بمخزون غير ضروري من البضائع. تم التغلب على هذه المشكلة باستحداث أنظمة التوريد في الوقت المناسب (JIT) وبالتالي يمكن معرفة تراكم المخزون من المنتجات وعدم تراكمها. اما في لتجارة الإلكترونية، فتكون هذه العملية بأكملها حسب طلب المستهلك النهائي. وهذا يعني أن السلع يتم سحبها مباشرة الى المستهلك بدون تراكمها في المخازن وبذلك تحويل العملية الى سلسلة إدارة الطلب بدلا من سلسلة إدارة التوريد.

#### 1.6 Advantages Of E-commerce: فوائد التجارة الالكترونية

- بيع وشراء Buying/selling a variety of goods and services from one's home or business البضائع والخدمات من المنازل او أماكن العمل
- Anywhere, anytime transaction التحويل باي وقت واي مكان
- Can look for lowest cost for specific goods or service البحث عن اقل الأسعار للمنتجات
- Businesses can reach out to worldwide clients - can establish business partnerships بإمكان الشركات التعامل مع العملاء من جميع العالم
- Order processing cost reduced انخفاض كلفة معالجة الطلبات
- Electronic funds transfer faster سرعة في التحويلات المالية
- Supply chain management is simpler, faster, and cheaper using ecommerce سلسلة إدارة الطلبات تكون اسهل واسرع

#### 1.7 Disadvantages Of E-commerce: مساوئ التجارة الالكترونية

- Electronic data interchange using EDI is expensive for small businesses كلفة مرتفعة لعملية تبادل البيانات بالنسبة للشركات الصغيرة
- Security of internet is not very good - viruses, hacker attacks can paralyse e-commerce. الأمنية الضعيفة التي يعاني منها الانترنت بسبب الفيروسات والمخترقين والهجمات
- Privacy of e-transactions is not guaranteed . عدم ضمان الخصوصية في عملية التعاملات المالية
- E-commerce depersonalises shopping فقدان متعة التسوق