



إدارة المناهج والكتب المدرسية



الثقافة المالية

الجزء الثاني الصف التاسع

إعداد

وزارة التربية والتعليم

بالتعاون مع

البنك المركزي ومؤسسة إنجاز

الناشر

وزارة التربية والتعليم

إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسر إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال آرائكم وملاحظاتكم على هذا الكتاب على العناوين

الآتية: هاتف: ٤٦١٧٣٠٤/٥-٨ ، فاكس ٤٦٣٧٥٦٩- ، ص.ب: ١٩٣٠ ، الرمز البريدي: ١١١١٨ ،

أو على البريد الإلكتروني: Email: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

قررت وزارة التربية والتعليم وتدرّيس هذا الكتاب في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، بناءً على قرار مجلس التربية والتعليم رقم ٢٠١٧/٩٠، تاريخ ٢٢/٣/٢٠١٧م، بدءاً من العام الدراسي ٢٠١٧/٢٠١٨م.

الحقوق جميعها محفوظة لوزارة التربية والتعليم

عمّان - الأردن / ص.ب: ١٩٣٠

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية:

٢٠١٩/٧/٣٨٥٠

ISBN: 978-9957-84-864-4

التحرير العلمي : فاطمة عريوة العبادي

منال عبد الله أبو السمن

كامل إبراهيم أبو سالم

التحرير اللغوي : نضال أحمد موسى

التحرير الفني : نداء فؤاد أبو شنب

دقق الطباعة وراجعها: فؤاد عيسى محمود

الإنتاج: د. شيماء جودة اسماعيل محمد

منهاجي
متعة التعليم الهادف



١٤٣٨هـ / ٢٠١٧م

٢٠١٩ - ٢٠٢٢م

الطبعة الأولى

أعيدت طباعته

الدرس	الموضوع	الصفحة
-------	---------	--------

الوحدة الثالثة		كيف أكون رياديًا؟
الأول	أنا ريادي	٧
الثاني	صفات الريادي	١٦
الثالث	فكرتي الريادية	٢٩
الرابع	أبعاد الفكرة الريادية	٢٨
الخامس	فريقي	٤٣

الوحدة الرابعة		التجارة الإلكترونية
الأول	نشأة التجارة الإلكترونية	٥٧
الثاني	أنواع التجارة الإلكترونية	٦٦
الثالث	متطلبات التجارة الإلكترونية	٨٢
الرابع	الجرائم الإلكترونية	٨٨
الخامس	التسويق الإلكتروني	٩٤
السادس	الدفع الإلكتروني	١٠٣



كيف أكون رياديًا؟



- هل سمعت يوماً عن ريادة الأعمال؟
- هل تعرف رواد أعمال من الأردن أو إحدى دول العالم؟
- برأيك، ما أهمية ريادة الأعمال في حياتنا؟



الريادة بأنواعها مهمةٌ جدًا لتحقيق التطور والنمو الاجتماعي والاقتصادي؛ ما يجعلها تحظى باهتمام كبير، ولا سيما ما يتعلق منها بالمشروعات الصغيرة أو المتوسطة التي تهدف إلى إيجاد فرص العمل، والتوظيف الأمثل للموارد البشرية والمالية.

ينطبق مفهوم الريادة على الأعمال جميعها التي تختص بإنشاء أعمال حرة تتصف بالإبداع، ويتحلى رائدوها بحب المخاطرة، والرغبة في كسب المهارات الإدارية والمالية لقيادة المشروع الريادي، وتخطي المراحل التي يمرُّ بها. ولا شك في أن قصص النجاح المعروفة محلياً أو عالمياً في مجال المشروعات الريادية تُعدُّ دافعاً وحافزاً للشباب الطموح الذي يؤمن بالابتكار، والأفكار المبدعة، وحب الاستقلالية، واتخاذ القرارات.

يُتوقع من الطالب بعد دراسة هذه الوحدة أن يكون قادراً على:

- تعرّف مفهوم الريادة، ومفهوم الريادي.
- تعرّف قصص نجاح لرواد أعمال في الأردن والعالم.
- استنتاج صفات الشخص الريادي.
- تعرّف مفهومي الإبداع، والابتكار.
- ذكر أمثلة على الإبداع والابتكار.
- تمييز معايير الفكرة الريادية.
- تقييم أفكار لمشروعات ريادية.
- تعرّف أبعاد الفكرة الريادية.
- تعرّف مفهوم الفريق، ومفهوم بناء الفريق.
- تمييز أدوار أعضاء الفريق.
- استخلاص مراحل بناء الفريق.
- تقدير دور الريادة في تنمية المجتمع.

الدرس الأول أنا ريادي

1

في ظلّ التحدياتِ الكثيرةِ التي يعانيتها العالمُ والمنطقةُ العربيةُ عامةً، والأردنُ بوجهٍ خاصٍّ (مثل: البطالة، والفقر، وضعفِ التعليم، ونقصِ الخدماتِ الصحية، وشحِّ المياه، وارتفاعِ فاتورةِ الطاقة)، فقد أصبحَ مفهومُ الريادةِ اليومَ من أكثرِ المفاهيمِ تداولاً في السوقِ، وما انفكَّ البحثُ عن أصحابِ الأفكارِ الرياديةِ والمبادراتِ الشبابيةِ المبتكرةِ، التي تهدفُ إلى إيجادِ حلولٍ جذريةٍ لهذهِ التحدياتِ، الشغلُ الشاغلُ لأصحابِ الشركاتِ والمؤسساتِ؛ لما لأفكارِهِمْ من أثرٍ كبيرٍ في تنميةِ المؤسساتِ التي يعملونَ بها، وابتكارِ الطرائقِ والآلياتِ الجديدةِ التي تعملُ بها هذهِ المؤسساتُ، والتي تُفضي إلى زيادةِ أرباحِها. وعليه، فإنَّ وجودَ هؤلاءِ المبدعينِ في الشركاتِ والمؤسساتِ الخاصةِ والحكوميةِ سيُسهمُ في رفعِ مستوى الاقتصادِ الوطنيِّ.



النشاط (١)

مفهوم الريادة.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم الريادة.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- حدّد أنت وأفراد مجموعتك كاتباً باسم المجموعة.
- دونوا في ورقة بيضاء أكبر قدر ممكن من الكلمات المرتبطة بمفهوم الريادة.
- يكتب كاتب كل مجموعة على اللوح كلمات مجموعته، وذلك في الخانة المخصصة للمجموعة.
- احصر أنت وأفراد مجموعتك أكثر الكلمات تكراراً من تلك التي كتبت على اللوح.
- استخدم أنت وأفراد مجموعتك هذه الكلمات في صياغة تعريف لمفهوم الريادة.
- عرض أنت وأفراد مجموعتك هذا التعريف.
- ناقش المعلم في مفهوم الريادة.



سيساعدك هذا النشاط على تعرف قصص نجاح لرياديين من الأردن والعالم.

الهدف

التعليمات

-اقرأ النص الآتي، ثم أجب عن الأسئلة التي تليه:

بعد عودة الشاب الأردني أحمد من الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠١٠م، أخذ يفكر في كيفية استثمار تجارته وخبرته التي اكتسبها في مجال الإنترنت في بلده الأردن؛ امتثالاً لتوجيهات جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين - حفظه الله - في حث الشباب الأردني على خدمة وطنهم، فوجد أن فكرة إنشاء شركة أو مركز لتسويق المنتجات ذات العلامات التجارية المتداولة عالمياً هي فكرة جديدة لم تُطرح من قبل.

لم تلق هذه الفكرة بادئ الأمر أي استجابة من المستثمرين الأردنيين؛ لاعتقادهم أنها خطوة متقدمة لا يمكن تطبيقها الآن، وأن الإعداد لها يحتاج إلى سنوات عدة. غير أن أحمد أصر على محاولة تحقيق حلمه، فاستأجر مع ستة من الشباب الأردنيين مخزناً في منطقة ببادر وادي السير، برأس مال يُقدر بنحو ٧٠٠٠ دينار، آملين تحقيق ربح مقداره ٦٠٠٠ دينار في الشهر الأول، بيد أن حصيلة الأرباح فاقت توقعاتهم كثيراً؛ إذ بلغت نحو ٦٠٠٠٠ دينار في أول شهر.

حفز هذا النجاح المبدئي أحمد وزملاءه إلى البحث عن مُستثمر يرضى فكرتهم، فحصلوا على دعم من أحد المستثمرين بقيمة ٥٠٠٠٠٠ دينار.

بعد ذلك ازداد نشاط الشركة وامتد ليشمل دول الخليج ولبنان وتركيا وأمريكا، وزادت استثمارات الشركة حتى بلغت اليوم ٢٢ مليون دينار، بعد دخول مستثمرين أردنيين وأجانب، وأصبح لدى الشركة على موقعها الإلكتروني أكثر من مليون عضو.

- ما الذي أعجبك في النص؟
- ما رأيك في فكرة المشروع؟
- ما العقبات التي واجهها أحمد؟
- ما الاسم الذي يُطلق على أحمد؟
- ما تعريفك لمفهوم الريادي؟
- هل تعرف أسماء ريادةيين من الأردن ودول العالم؟ اذكرها.

-ناقش المعلمَ والزملاءَ في إجاباتِ الأسئلةِ السابقةِ.
-اطَّلِعِ أَنْتِ وَزَمَلَاؤُكَ عَلَى قِصَّتِي النِّجَاحِ الرِّيَادِيَّتَيْنِ الْآتِيَتَيْنِ:



جمعية سيدات بني حميدة

أنشئت هذه الجمعية في لواء فقوع جنوبي الأردن، حيث تبنت مجموعة من سيدات تلك المنطقة فكرة إنشاء الجمعية عام ٢٠٠٤م؛ لمساعدتهن على مواجهة أحوالهن المعيشية الصعبة.

يتمثل أبرز أهداف الجمعية في تحسين مستوى المعيشة لسيدات المنطقة، والإسهام في تثقيفهن عن طريق إنشاء مشروعات اقتصادية مُدرة للدخل، وتنظيم دورات تدريب لهن في مجال المهن والأعمال اليدوية، وعقد محاضرات توعوية في مجال الاتصالات وأهمية العمل التطوعي، وذلك بالتعاون مع وحدة تنمية المجتمع المحلي في جامعة مؤتة.

تعمل الجمعية على مساعدة الأسر ودعمها عن طريق تقديم القروض الصغيرة الميسرة لها، فيما يُعرف بالصندوق الدوار (الائتمان المحلي)؛ إذ تُمنح المرأة قرضاً لإقامة مشروع صغير، ثم تُسدّد قيمة القرض على دفعات شهرية، ولا تأخذ الجمعية أيّاً من الأرباح، علماً بأن إيرادات الصندوق مُقدّمة من وزارة التنمية الاجتماعية.

لقد نجحت الجمعية في تنفيذ العديد من المشروعات في مجالات طحن الحبوب والبهارات، والتطريز، وزينة الخيول، وتهذيب غطاء الرأس (الشماغ)، إضافة إلى إنجاز مشروع زراعة الفطر؛ ما أسهم في توفير فرص عمل لسيدات المنطقة.

تسوّق عضوات الجمعية منتوجاتهن شخصياً عن طريق الاتصال المباشر بالسوق المحلي؛ من: أفراد، ومؤسسات حكومية وخاصة، وما زال التعاون بين جمعية سيدات بني حميدة والمؤسسات الحكومية مستمراً؛ إذ تسلّمت الجمعية وحدة إنتاج ألبان من وزارة الزراعة تمهيداً للعمل في مجال إنتاج الألبان ومشتقاتها.



جان كوم (ريادي عالمي).

وُلِدَ جان كوم عام ١٩٧٦م، وقد هاجر من أوكرانيا إلى الولايات المتحدة الأمريكية وهو في سن السادسة عشرة، وكانت عائلته تعاني أوضاعاً بائسة؛ حتى أنها اضطرت إلى استخدام الكوبونات الغذائية في شراء الطعام، وذلك على بُعد بضعة أبنية من مكتب (WhatsApp) الحالي في ماونتن فيو.



في عام ٢٠٠٩م، أطلق جان كوم وبرايين أكتون تطبيق الرسائل الذي حلّ تقريباً محلّ الرسائل القصيرة في مختلف أنحاء العالم. والآن، أصبح لدى شركة (WhatsApp) أكثر من ٦٠٠ مليون مُستخدم. في عام ٢٠١٤م، باع جان كوم شركة (WhatsApp) لشركة فيسبوك بمبلغ ١٩ مليار دولار، وهي الصفقة التي جعلته مليارديراً ولم يتجاوز بعد سن الثامنة والثلاثين.

تذكر

- الريادة: هي تحديد فكرة جديدة لمشروع معين، والبدء به، والتركيز عليه، وتوفير الموارد اللازمة له وتنظيمها، وتحمل المخاطر والعوائد المترتبة على المشروع.

- الريادي: هو مصطلح مشتق من الكلمة الفرنسية (Entrepreneur). وقد بدأ استخدامه عام ١٧٢٣م، ويعني الشخص الذي يبادر إلى تأسيس شركة، أو تنفيذ مبادرة وإدارتها لتحقيق منفعة معينة. ويرتبط هذا المصطلح اليوم بخصائص القيادة والإبداع والابتكار.

نشاط بيتي:



ابحث في شبكة الإنترنت عن قصص نجاح لرياديين أعمال آخرين، ثم انقل تجربة هؤلاء الرياديين إلى أسرتك وزملائك في الصف.



١- وضح المقصود بكل مما يأتي:

أ- الريادة:

ب- الريادي:

٢- تحدث عن قصة نجاح ريادية، موضحاً الفكرة الريادية فيها.

٣- بناءً على قراءتك مجموعة القصص الريادية، ما الدروس المستفادة منها؟



أصبحت ريادة الأعمال اليوم ثقافةً سائدةً في مختلف دول العالم، حتى غدت تُؤثر تأثيراً فاعلاً في المؤشرات الاقتصادية للدول؛ لذا تسعى معظم الحكومات إلى تطوير سوق العمل، وإيجاد بيئة عمل واستثمار مناسبة، في ظل هيمنة الكثير من المفاهيم الإدارية الحديثة، مثل مفهوم ريادة الأعمال. يمكن القول بأن ريادة الأعمال تقوم على فكرة مبدعة لمشروع قد يكون صغيراً في حجمه ورأس ماله.

أما رائد الأعمال فهو إنسان رأس ماله الأساسي الموهبة الشخصية، وقدراته ومهاراته التي تمنحه القدرة على اكتشاف الفرصة السانحة لتكون مشروعاً نافعاً مربحاً، ويحاول تدير الموارد اللازمة لتحويل هذه الفرصة إلى واقع عملي حقيقي.

في ما يأتي بعض الصفات التي يمتاز بها الريادي:

١- القيادة.

٢- السعي وراء الفرص.

٣- الابتكار والإبداع.



سيساعدك هذا النشاط على تعرف صفات القائد الريادي.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- يُوزع المعلم ورقة بيضاء على كل مجموعة.
- دون في الورقة أهم الصفات التي تميز الشخص القائد من وجهة نظرك، ضمن الوقت المخصص لذلك.
- تبادل الأوراق مع المجموعات الأخرى لتتعرف ما دونته من صفات، وتضيف أي صفة أخرى لم تدونها.
- تعيد كل مجموعة الأوراق إلى مجموعاتها الأم (الأولى) للاطلاع على ما أضافته المجموعات الأخرى من صفات.
- ناقش المعلم في ما توصلت إليه المجموعة.

بناءً على صفات القائد التي قدمها لك المعلم، أجب عن الأسئلة الآتية:

- هل أنت قائد؟
- ما الصفات التي تنقصك لتصبح قائداً فاعلاً؟
- ما الصفات الواجب توافرها فيك لتصبح قائداً؟
- ما الإجراءات التي ستقوم بها لتطوير صفاتك القيادية؟

النشاط
(١)

اغتنم فرصتك.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف أهمية السعي وراء الفرص بوصف ذلك
صفة من صفات الريادي.

التعليمات

- ستعمل في هذا النشاط على نحو فردي.
- اطلع على قصة الريادي المدونة في الصندوق.

قصة ريادي

والت ديزني رجل أعمال أمريكي، ومُنْتَج، ومُخْرِج، ومُتَخَصِّص في الرسوم المتحركة، وُلِدَ في الخامس من شهر ديسمبر عام ١٩٠١م. يُعَدُّ ديزني الشخصية المحورية لتاريخ سينما الرسوم المتحركة للأطفال، والأيقونة الثقافية في هذا المجال؛ نظراً إلى إسهاماته المهمة في صناعة الترفيه خلال القرن الماضي، وابتكاره العديد من الشخصيات الكرتونية المشهورة مثل ميكي ماوس.

عانى ديزني كثيراً في بداية حياته؛ إذ لم يُكْتَبْ مسيرته الصحافية النجاح. وبالرغم من أنه كان يملك معملاً خاصاً لبث الأفلام، فإنه لم يُحَقِّق أيضاً النجاح المنشود. وقد استمر على هذا الحال حتى اتجه إلى العمل في مجال الشخصيات الكرتونية والأفلام، فأحرز نجاحاً كبيراً، واستطاع برسومه وشخصياته المبتكرة أن يحظى بشهرة واسعة طالت مختلف أرجاء العالم، وهي شخصيات أحبها الكبار قبل الصغار، مُسْتَمِرّاً حاجة الصغار ولعهم بشخصياته الكرتونية، وانتشار أجهزة التلفاز على مستوى العالم آنذاك.



- أجب عن الأسئلة الآتية:

- هل كان تعثرُ والْت ديزني في بداية مشواره دافعاً له إلى المحاولة وتجاوز التحديات؟
 - ما المجال الذي برز فيه والْت ديزني؟
 - ما الفرص والأحوال التي ساعدته على ريادة هذا المجال؟
- ناقش المعلم والزملاء في أهم إجابات هذه الأسئلة.

ثالثاً: الإبداع والابتكار.



يُمثل الإبداع والابتكار إحدى الضرورات الأساسية في إدارة الأعمال والمؤسسات؛ فالوقت في تسارع وانقضاء، والحاجات والطموحات على اختلاف أنماطها وأنواعها في نمو واتساع، ولم يعد كافيًا أو مرضيًا أداء الأعمال في المؤسسات الروتينية التقليدية؛ لأن الاستمرار بها يؤدي إلى توقُّف عجلة التقدم، ما يعني الفشل، أو التخلف عن الركب المتسارع نحو الأمام. وعليه، فإن المؤسسة لن تكون ريادة مبدعة إلا إذا أصبح الابتكار والإبداع والتجديد أهم السمات المميزة لأدائها وخدماتها.

الإبداع والابتكار.

النشاط
(١)

سيساعدك هذا النشاط على استنتاج الفرق بين الإبداع والابتكار.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.

- شارك أفراد مجموعتك في حل أسئلة ورقة العمل (١-٣): الإبداع والابتكار.



- ناقش أفراد مجموعتك في الإجابات أمام المجموعات الأخرى.
- ناقش المعلم في الفرق بين الإبداع والابتكار.
- استنتج أنت وأفراد مجموعتك مفهوم كل من الإبداع والابتكار.
- اعرض أنت وأفراد مجموعتك النتائج التي توصلتم إليها على المجموعات الأخرى.
- ناقش المعلم في هذه النتائج.

تأمل الأفكار الآتية، ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:

- فكرت منال في صنع محفظة أقلام (مقلمة) من عبوات العصائر البلاستيكية.
- فكر عادل في صنع سيارة تسير فوق الماء.
- فكر خليل في صنع طاولة مستديرة من إطار (عجلة) سيارة.
- فكرت سندس في صنع مركبة تحلق فوق الجسور.
- فكر سامر في صنع كرسي متحرك يمكن ذوي الاحتياجات الخاصة من صعود الدرج.
- برأيك، هل الأفكار السابقة جميعاً متشابهة؟ لماذا؟
- أيها تمثل فكرة مستحدثة لم يسبق لها مثيل؟ أيها تعدُّ مطورة من شيء موجود؟
- ما الفرق بين الفكرة المستحدثة والفكرة المطورة؟
- أي هذه الأفكار تعدُّ إبداعية؟ أيها تعدُّ ابتكارية؟
- هل يوجد فرق بين الإبداع والابتكار؟ وضح إجابتك.

ورقة العمل (٣-١): الإبداع والابتكار.

النشاط (٢)

توليد الأفكار الإبداعية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على توليد الأفكار الإبداعية.

التعليمات



- ستعمل ضمن مجموعة.
- تسلّم من المعلم ورقة العمل (٢-٣): توليد الأفكار الإبداعية.
- شارك أفراد مجموعتك في حلّ سؤالي ورقة العمل.
- ناقش المعلم والزملاء في إجابة السؤالين.

اكتب أكثر عدد من استخدامات قلم الرصاص باستثناء الكتابة	اكتب أكثر عدد من الأسئلة التي تكون إجاباتها الشمس

ورقة العمل (٢-٣): توليد الأفكار الإبداعية.

النشاط (٣)

فكرتي أصيلة.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على إيجاد فكرة أصيلة.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- تسلّم من المعلم ورقة العمل (٣-٣): فكرتي أصيلة.
- شارك أفراد مجموعتك في حلّ سؤال ورقة العمل.
- ناقش المعلم والزملاء في إجابة السؤال.

يعاني الأردن شحاً في موارده المائية. تخيل نفسك موظفاً في وزارة المياه والري، وطلب إليك التفكير في حلول إبداعية لتوفير مصادر أخرى للمياه في الأردن.

المطلوب:

إيجاد حلول أصيلة (جديدة غير مألوفاً) لتوفير مصادر للمياه في الأردن.

ورقة العمل (٣-٣): فكرتي أصيلة.

النشاط (٤)

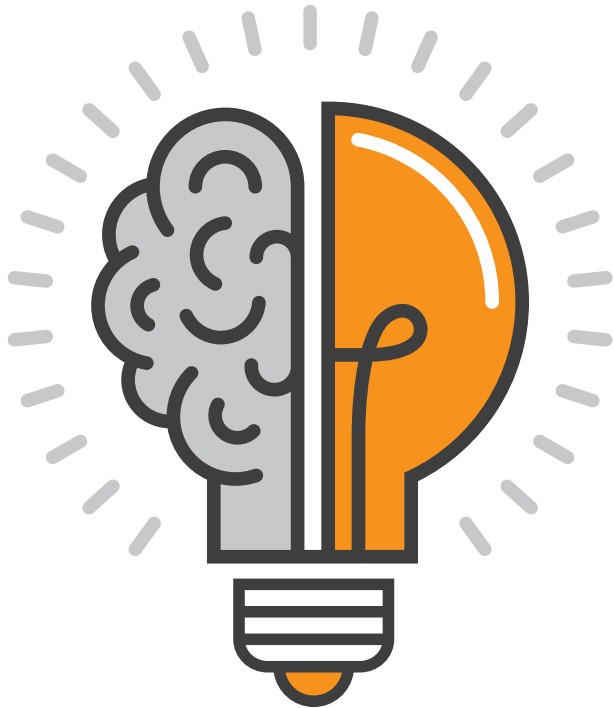
مرونة التفكير الإبداعي.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على التحلي بالمرونة في أثناء التفكير الإبداعي.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- تسلّم من المعلم ورقة بيضاء، ثم شارك زملاءك في تقطيعها إلى قصاصات صغيرة.
- تخيل أنّ هذه القصاصات هي شظايا زجاج مكسور.
- شارك أفراد مجموعتك في تجميع هذه الشظايا لصنع منتج مبتكر.
- اعرض أنت وزملاؤك في المجموعة ما توصلتم إليه أمام المجموعات الأخرى.
- ناقش المعلم والزملاء في ما توصلتم إليه.



- القيادة: هي عملية تهدف إلى التأثير في سلوك الأفراد، وتنسيق جهودهم لتحقيق أهداف معينة؛ فإنجاز أي عمل بصورة صحيحة، بدءًا بالتخطيط ثم التنفيذ فالتقييم، يتطلب قيادةً حكيمةً، وهي مهمة يضطلع بها القائد الذي ينظم العمل ويديره وفق أسس شخصية ومؤسسية. صحيح أن القائد هو أحد أفراد المجتمع، غير أنه يمتلك مجموعة من المهارات والصفات التي تميزه عن غيره، والتي تجعله أهلاً لتسيير شؤون مجموعة محددة من الأفراد؛ سواءً أكانت كبيرة أم صغيرة. تُقسّم هذه الصفات إلى ثلاثة أقسام، هي:

- الصفات الذاتية (الفطرية): هي الصفات التي تبرز القائد مُفكراً، ومُخطّطاً، ومُبدعاً، وقادراً على استشراف المستقبل.

- الصفات الإنسانية (الاجتماعية): هي الصفات التي تبرز القائد متصلاً مُحفّزاً.

- الصفات الفنية (التخصصية): هي الصفات التي تبرز القائد قادراً على حلّ المشكلات، واتخاذ القرارات.

- من صفات القائد:

- الاستماع إلى وجهات النظر المختلفة.
- المشاركة في اتخاذ القرار.
- القدرة على كسب ثقة الأفراد.
- تعرف صفات الأفراد، واستثمار طاقاتهم.
- الحرص على اللقاءات الفردية، والمصارحة في جو من الطمأنينة.
- المواظبة على الاحتكاك بالقياديين، والاستفادة من خبراتهم.
- المتابعة الجيدة المستمرة لمجريات الأحداث.
- تفويض الصلاحيات والسلطات.
- وضع البدائل في محاور العمل كلها.

- نصائح لاغتنام الفرص:

- سارع إلى اغتنام الفرص، ولا تجلس مُنتظرًا إياها؛ فقد يطول انتظارك من دون تحقيق مبتغاك.
- لا تهمل الفرصة انتظارًا لغيرها، أو ترددًا في أهميتها؛ فقد تكون هي آخر الفرص أو أفضلها.
- اغتتم وقت الفرصة؛ لأنَّ زمنها محدود، ووقتها غير ممدود، ولكنَّ تحلَّ بالحكمة؛ فلا تستعجل التصرف قبل أوانها، ولا تتوان عن اغتنامها.

- الإبداع: هو القدرة على رؤية ما لا يراه الآخرون بطريقة غير مألوفة؛ لإيجاد حلول للمشكلات المختلفة بأساليب مميزة جديدة، بناءً على عناصر موجودة أصلاً.

- الابتكار: هو إيجاد شيء جديد لم يسبق استحداثه من قبل، أو تطوير شيء موجود أصلاً بإعادة تصنيعه، وهيكلته بطريقة جديدة مختلفة تمامًا عن القديمة.

- الإبداع والابتكار (على اختلافهما) هما من الأدوات الأساسية لتطوير الأعمال والمؤسسات؛ فالإبداع قد يُثري المشروع بأفكار مختلفة غير مألوفة؛ أي لم يسبق لها مثيل، أما الابتكار فإنه كفيل بعمل ثورة في المنتجات أو الخدمات التي تطرحها الشركة عن طريق إعادة تصميم بيئة العمل الحالية لإدخال تعديلات على المنتج، أو ابتكار منتج جديد من المواد والأدوات الموجودة أصلاً. فمثلاً، التفكير في إنتاج سيارة تعمل بوقود غير تقليدي يُعدُّ إبداعاً من دون شك، فإذا كان المنتج النهائي (السيارة) قابلاً للتطبيق العملي والبيع بسعر يقبله السوق، فإنَّ هذا الإبداع يصير ابتكاراً أيضاً. وهذا يعني أنَّ الابتكار يمتاز عن الإبداع من حيث القدرة على التطبيق العملي.

- من سمات التفكير الإبداعي:

- الأصالة: هي القدرة على ابتكار الأفكار الفريدة النادرة غير المألوفة، مثل: إيجاد حلول لمشكلة ما، أو ظاهرة معينة، مثل: الفقر، والبطالة، وانخفاض الدخل.

- الطلاقة: هي القدرة على الإتيان بأكثر قدر ممكن من الأفكار الإبداعية في وقت قصير نسبياً، مثل: توليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي على وزن (حصان) في دقيقتين، وتوليد أكبر قدر ممكن من الكلمات التي تتألف من أربعة أحرف، والتي تبدأ بحرف الجيم مثلاً.
- المرونة: هي القدرة على تغيير الحالة الذهنية بتغيير الموقف، مثل: التعبير عن حالة معينة بطريقة مختلفة، من مثل: التعبير بكلمات محددة عن الحياة على سطح المريخ، أو التعبير بكلمات غير مألوفة عن ظاهرة التجمد.



نشاط بيتي:



يوجد في الأردن العديد من المؤسسات التي تُعنى بالإبداع والأفكار الريادية، مثل جائزة الملكة رانيا العبدالله للمعلم المتميز. تصفح الموقع الإلكتروني لجائزة الملكة رانيا العبدالله للمعلم المتميز، وأطلع على قصص النجاح فيها، ثم اختر إحدى هذه القصص، مبيِّناً سبب إعجابك بها دون غيرها، ثم شارك المعلم والزملاء في ذلك.



١- عرّف المفاهيم الآتية:

أ - القيادة:

ب - الإبداع:

ج - الابتكار:

٢- اذكر ستاً من صفات القائد.

٣- هاتِ مثالاً واحداً على سمات التفكير الإبداعي الآتية:

أ - المرونة:

ب - الطلاقة:

ج - الأصالة:



التفكيرُ والفكرُ نعمةٌ إلهيةٌ وهبها اللهُ بُني البشرِ دونَ غيرِهِمْ
 مِنْ مخلوقاته، وهو يُمثِّلُ أعقدَ أشكالِ السلوكِ الإنسانيِّ. وقدَّ
 جعلَ اللهُ تعالى الإنسانَ خليفتهُ على الأرضِ، وميَّزَهُ بالعقلِ عنَّ
 بقيةِ المخلوقاتِ، وكلفَهُ بتحمُّلِ أعباءِ المسؤوليةِ، وحثَّهُ على النظرِ
 في ملكوتهِ بالتفكيرِ وإعمالِ العقلِ والتدبيرِ. قالَ تعالى: ﴿وَهُوَ
 الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ
 جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغْشِي اللَّيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ
 يَتَفَكَّرُونَ﴾ (سورة الرعد، الآية ٣).



سيساعدك هذا النشاط على استنتاج الفرق بين الفكرة الريادية والفكرة التقليدية من حيث المفهوم.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- شارك أفراد مجموعتك في ذكر كلمات للمعلم تتعلق بمفهوم الفكرة الريادية.
- شارك أفراد مجموعتك في صياغة تعريف للفكرة الريادية.
- عرض أنت وزملاؤك في المجموعة هذا التعريف.
- ناقش أفراد مجموعتك في الفرق بين الفكرة الريادية والفكرة التقليدية.
- أطلع المجموعات الأخرى على النتائج التي توصلت إليها المجموعة.
- ناقش المعلم في مفهومي الفكرة الريادية، والفكرة التقليدية، والفرق بينهما.
- ناقش المعلم في ما يأتي:

الأفكار الريادية لا تتبادر إلى ذهن صاحبها فجأة، وإنما تكون غير واضحة بادئ الأمر، ثم تتضح شيئاً فشيئاً. وهذا النوع من التفكير حث عليه الدين الإسلامي؛ ففي القرآن الكريم آيات كثيرة جداً تدعو إلى التأمل في مخلوقات الله، وإلى طلب العلم، وتقصي المعرفة القائمة على الاستنتاج والاستكشاف.

إن الفكرة الريادية لا تلمع في ذهن صاحبها عن طريق الوراثة؛ فليس الأمر فطرياً، وإنما هو مكتسب يأتي بالتعلم والتدريب. فكم من ربيدي في العالم عاش في ظروف بيئية قاسية، أو كان مصاباً بإعاقة في بدنه، أو لم يتلق تعليماً كافياً، أو تعرض لمواقف سيئة فرضها عليه المجتمع، لكن هؤلاء جميعاً تحدوا هذه العوائق البيئية، وفكروا في طريقة مختلفة، وتجاوزوا المحن والتحديات، وحولوا أوجاعهم إلى طموحات ونجاحات، وصاروا رواداً بعد ما أضافوا قيمة جديدة إلى عالمنا هذا.

النشاط (٢)

طرائق توليد الفكرة الريادية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف طرائق توليد الفكرة الريادية.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة ثنائية.
- شارك أفراد مجموعتك في كتابة أهم الطرائق التي تساعد على توليد أفكار إبداعية، مثل استخدام الرسم.
- بعد انتهاء الوقت المخصص لذلك، شارك مجموعة ثنائية أخرى في هذه الأفكار.
- بعد انتهاء الوقت المخصص للمجموعات، تعمل كل مجموعة رباعية على مشاركة مجموعة رباعية أخرى في أفكارها، وتنظيم نقاش بخصوصها.
- ناقش المعلم في الأفكار التي توصلت إليها مجموعتك.



النشاط (٣)

اختيار الفكرة الريادية وتقييمها.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على اختيار الفكرة الريادية وتقييمها.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- استعن أنت وأفراد مجموعتك بالطرائق المتعلمة في النشاط السابق لاختيار فكرة ريادية.
- قيّم أنت وأفراد مجموعتك هذه الفكرة بناءً على المعايير المبينة في الجدول (١-٣).



الجدول (٣-١): معايير تقييم الفكرة الريادية.

الرقم	معايير التقييم	النقاط (٤-١)	ملاحظات
١	مستوى الإبداع والتجديد في الفكرة.		
٢	مدى وضوح الفكرة والأهداف.		
٣	مدى قابلية الفكرة للتنفيذ.		
٤	مدى إسهام الفكرة في خدمة المجتمع.		
٥	مدى توافق الأسعار مع السلع أو الخدمات البديلة.		
٦	مدى توافر مدخلات المشروع (العناصر الإنتاجية).		
٧	مستوى العائد المالي.		
٨	مدى محافظة السلع أو الخدمات على البيئة.		
٩	مدى توافر أسواق للمشروع.		
١٠	مدى القابلية لزيادة الإنتاج.		
	المجموع		
	المعدل النهائي (المجموع ÷ عدد معايير التقييم)		

-ناقش المعلم في ما يأتي:

الأفكار الريادية قد تكون غير مألوفة، وتوصف بالجنون؛ فكم من فكرة اتهمها الجميع - حين ولدت - بالجنون، ولما أرسلت قواعدها، وأثبتت ذاتها، وأصبحت واقعاً ملموساً، أصبح الجنون هو عدم استخدامها. خذ مثلاً صاحب اختراع الطائرة (عباس بن فرناس) الذي فكر خارج حدود المعقول، وواتته فكرة مجنونة. وبالرغم من أنه لم يفكر آنذاك في صنع طائرة، فإن مجرد تساؤله: لماذا لا أطيّر مثل الطيور؟ يعدّ ضرباً من الجنون، وفكرة غريبة مستهجنة يستحيل تصديقها، ولكن بعد استخدام الطائرة أصبح السفر إلى بلاد بعيدة من دونها هو الجنون نفسه.

خلق الله - عز وجل - الإنسان لحكمة عبادته، وتعمير الأرض، وتحقيق الخلافة فيها، وهذا كله إنما يكون فقط بالأفكار الريادية. ولنتذكر دائماً هذه المقولة: «لن تكون القيادة إلا لأصحاب الريادة»؛ لذا كن مختلفاً في تفكيرك تكن قائداً في مجال تخصصك، وتكن لك بصمة على الأرض شاهدة على طموحك. ولا شك في أن الفكرة الريادية ستراوح مكانها إذا لم تنفذ على أرض الواقع، فكونها حبيسة الذهن لا يجعلها تُصنّف ضمن الأفكار الريادية؛ لأنها لا تضيف شيئاً جديداً إلى الحياة.

تذكر

- الفكرة الريادية: يُقصدُ بها إنتاج ممارسات أفضل لطقوسنا اليومية، وإيجاد فكرة جديدة، أو تطوير فكرة قائمة؛ تلبيةً لحاجات المستهدفين.
- الفكرة التقليدية: هي فكرة تكون في إطار ما هو معتاد، ويتمسك صاحبها بالموروثات القديمة من دون إضافة قيمة جديدة، أو قيمة تطويرية.
- من طرائق توليد الأفكار الإبداعية:
 - الأسئلة، بصرف النظر عن مدى منطقيتها. اسأل ما تريد، وابدأ أسئلتك حول الفكرة الوليدة مُستخدماً أدوات الاستفهام الممكنة جميعها، مثل: هل، كيف، لماذا، أين؛ فهذه الأسئلة هي المساعد الكبير لبلورة الفكرة.
 - إذا كنت ضمن مجموعة من الناس، فابدؤوا عملية عصف ذهني. ويُمكنك فعل ذلك وحدك، واستجلاب خواطرِكَ في مكان هادئ، ولو مدة نصف ساعة يومياً.
 - قد تكون قوة تفكيرك خاملة نوعاً ما، ولكنها حقاً موجودة. فأنت تحتاج فقط إلى دفعة لتنشيطها، ويُمكنك فعل ذلك بسؤال نفسك: هل حلت مشكلة اليوم؟
 - القراءة والإبحار في بحور العلم والمعرفة، مع التحليل والمقارنة لما بين السطور، قد يُضيء لك فكرة عميقة.

- عملية الانتقاء مهمة؛ فقد تحضرك العديد من الأفكار المهمة وغير المهمة، والمنطقية وغير المنطقية. دونها جميعاً، ثم انتق منها الفكرة الريادية.
- إذا انبثقت فكرة ما في ذهنك فاكتبها فوراً أينما كنت، وبأي طريقة متوافرة؛ فقد رأيت أشخاصاً يدونون أفكارهم الفجائية على ورق المناديل، وآخرون يكتبون فكرةً خطرَتْ لهم فجأةً على أيديهم. فالإلهام قد يأتيك من دون أن يترقب بابك، وأنت في أي مكان، وعلى أي حال؛ فقد تكون في بداية خلودك إلى النوم، أو في طريقك إلى العمل، أو تهمُّ بقيادة السيارة، دون بالطريقة المتاحة لديك.
- التدريبات الذهنية تساعد على شحن طاقة التفكير؛ لذا درب ذهنك يومياً، وتذكر أن هذه التدريبات موجودة في الكتب التي تتناول هذا الموضوع، أو في المواقع الإلكترونية التي تُعنى بهذا الأمر.

- معايير تقييم الفكرة الريادية:

- مستوى الإبداع والتجديد في الفكرة.
- مدى وضوح الفكرة والأهداف.
- مدى قابلية الفكرة للتنفيذ.
- مدى إسهام الفكرة في خدمة المجتمع.
- مدى توافق الأسعار مع السلع أو الخدمات البديلة.
- مدى توافر مدخلات المشروع (العناصر الإنتاجية).
- مستوى العائد المالي.
- مدى محافظة السلع أو الخدمات على البيئة.
- مدى توافر أسواق للمشروع.
- مدى القابلية لزيادة الإنتاج.

نشاط بيتي:



عرّف أسرتك بما درستَه عن الأفكار الريادية، مُحاولاً استخلاص أمثلة على أفكار إبداعية ريادية في حياتهم، ثمّ شارك المعلمَ والزملاء في ما تتوصّل إليه.



١- وضح الفرق بين الفكرة الريادية والفكرة التقليدية.

٢- اذكر ثلاث طرائق لابتداع الفكرة الريادية.

٣- علل ما يأتي:

توصف الأفكار الريادية بأنها قد تكون مجنونة.

الدرس الرابع أبعاد الفكرة الريادية

يجب أن تكون الفكرة الريادية مبدعة، ولكن يتعين على أي شركة عند اختيار هذه الفكرة الوعي بتأثير



الشركة الإيجابي في البيئة والمجتمع المحيط، والحرص على التخفيف من أي آثار سلبية تُسببها عمليات الشركة، وذلك بتبني المبادرات التي تُراعي أهم ثلاثة مقومات للتنمية، وهي: المجتمع، والبيئة، والاقتصاد، في ما يُعرف بالاستدامة (Sustainability) التي تفضي إلى الحفاظ على نوعية الحياة؛ بالتكيف مع البيئة عن طريق استثمار الموارد الطبيعية أطول وقت ممكن يكفل المحافظة على استمرار الحياة.

أبعاد الفكرة الريادية.

النشاط (١)

سيساعدك هذا النشاط على تعرف أبعاد الفكرة الريادية.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- اطلع أنت وأفراد مجموعتك على ورقة العمل (٣-٤): دراسة حالة.
- ناقش المعلم والزملاء في ما توصلت إليه مجموعتك من إجابات.

- السيارة الكهربائية: تتجه شركات صناعة السيارات اليوم إلى إنتاج سيارات كهربائية، تعتمد تصاميمها على محرك يعمل بالكهرباء، ونظام تحكم كهربائي، وبطارية قوية يمكن إعادة شحنها، مع المحافظة على خفض وزنها، وجعل سعرها في متناول المشتري. تعد السيارة الكهربائية أفضل من سيارات محرك الاحتراق الداخلي من حيث المحافظة على البيئة؛ إذ لا ينبعث منها أي مخلفات ضارة بالبيئة.

- الدواصة الكهربائية: هي طريقة جديدة لإنتاج الطاقة باستخدام الكم الهائل من السيارات التي تسير على شوارع المدن كل يوم؛ إذ يتيح هذا المشروع إنتاج طاقة كهربائية نظيفة من مرور السيارات فوق الدواصة، واستخدام الطاقة المنتجة في إنارة المرافق العامة والمباني.

- الجامعة الهاشمية: تقدم الجامعة الهاشمية خدمات تعليمية عالية المستوى للطلبة لقاء الرسوم التي يدفعها هؤلاء الطلبة والجهات المانحة. وقد تمكنت الجامعة من خفض التكلفة المرتفعة للطاقة بتوليد الكهرباء عن طريق تركيب لوحات شمسية في مختلف كليات الجامعة ومرافقها، فضلاً عن تسخير جميع المرافق لخدمة المجتمع المحلي، وتقديم الدورات التأهيلية المتنوعة لربات البيوت في المجتمع المحلي المحيط بالجامعة.

أجب أنت وأفراد مجموعتك عن الأسئلة الآتية:

- ما الآثار الإيجابية للسيارة الكهربائية؟
- كيف أسهمت الدواصة الكهربائية في تحسين أحوال المدن؟
- كيف أسهمت الجامعة الهاشمية في خدمة طلبتها والمجتمع المحلي؟
- ما الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الحالات السابقة؟

ورقة العمل (٣-٤): دراسة حالة.

- الاستدامة (Sustainability): هي نظرة الشركات الإيجابية إلى البيئة والمجتمع المحيطين بها، وحرصها على التخفيف من أي آثار سلبية ناجمة عن عملياتها؛ وذلك بتبني المبادرات التي تراعي أهم ثلاثة مقومات للتنمية: المجتمع، والبيئة، والاقتصاد.
- أبعاد الاستدامة: تركز الاستدامة على ثلاثة أبعاد رئيسية لا يستقيم الحال إلا بمراعاة متغيراتها، وهي:
 - البعد الاقتصادي: يتمثل هذا البعد في زيادة الإنتاج ورأس المال، بما يحقق الرفاهية، ويحسن أداء المؤسسة المالي.
 - البعد المجتمعي: يركز هذا البعد على العدالة الاجتماعية عن طريق الإسهام في بناء مجتمع عادل متكاتف يتميز بالمساواة في الحقوق، والفرص الاقتصادية، والصحة، والتعليم، والتدريب، والثقافة، وتوفير فرص عمل جديدة، والقضاء على الفقر والبطالة.
 - البعد البيئي: يتمثل هذا البعد في مختلف القطاعات التنموية والاقتصادية الساعية إلى تحقيق أمن الموارد الطبيعية، واستخدامها استخداماً غير جائر، والاستغلال الأمثل لها، والاستثمار فيها، بما يكفل حقوق الأجيال القادمة فيها، ويعمل على تنويع مصادر الإنتاج والأنشطة الاقتصادية، إلى جانب توفير بيئة نظيفة صحية آمنة.
 - الاقتصاد الأخضر (green economy): هو الاقتصاد الذي يُوفّر للإنسان الرفاهية والعدالة الاجتماعية، والذي يحدُّ كثيراً من المخاطر، وضعف الموارد البيئية؛ فهو يعدُّ مفكرةً للتنمية المستدامة، فضلاً عن توفيره فرص عملٍ محترمةً.

نشاط بيتي:



ناقش والديك وأفراد عائلتك في أبعاد الاستدامة الثلاثة، واستعلم منهم عن أسماء مؤسسات وشركات تراعي هذه الأبعاد في أعمالها، ثم شارك المعلم والزملاء في ما تتوصل إليه.



أسئلة الدرس

١- عرّف ما يأتي:

أ - الاستدامة:

ب - الاقتصاد:

٢- وضّح أبعاد استدامة الفكرة الريادية الآتية، مع ذكر مثالٍ على كلِّ بُعدٍ منها:

أ - البُعدُ الاقتصاديُّ:

ب - البُعدُ المجتمعيُّ:

ج - البُعدُ البيئيُّ:

لا يُمكنُ للإنسانِ أنْ يحيا وحدهُ على هذهِ الأرضِ منْ دونِ مساعدةِ الآخرينَ؛ فاليدُ الواحدةُ لا تُصَفِّقُ أبداً. وقدَ فطرَ اللهُ تعالى الإنسانَ على حُبِّ العملِ والتعاونِ، والسعيِ معَ أخيهِ الإنسانِ إلى استثمارِ خيراتِ الأرضِ، وتطويعها لخدمةِ البشريةِ، ولا سيَّما أنَّ كلَّ إنسانٍ يختلفُ عنْ غيرهِ في صفاتهِ وقدراتهِ وإمكاناتهِ؛ ما يعني تسخيرُ الناسِ بعضهمُ بعضاً لتستمرَّ عجلةُ الحياةِ في الدورانِ.



سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم الفريق.

الهدف

التعليمات



- ستعمل ضمن مجموعة.
- شارك أفراد مجموعتك في إجابة الأسئلة الآتية:
 - هل تحب العمل ضمن فريق؟ لماذا؟
 - ماذا تعرف عن فريق العمل؟
 - متى يلزم العمل في فريق؟ لماذا؟
 - ما أهمية العمل مع الفريق؟
 - برأيك، هل يكون اختيار أعضاء الفريق مخططاً له أم عشوائياً؟ لماذا؟
 - ما الأسماء التي تطلق على أعضاء الفريق؟
 - ما مهمة كل عضو من أعضاء الفريق الواحد؟
- استنتج مع أفراد مجموعتك تعريفاً لمفهوم فريق العمل، وتعريفاً لمفهوم عملية بناء الفريق.
- أطلع المجموعات الأخرى على ما توصلت إليه مجموعتك من إجابات ونتائج.
- ناقش المعلم في هذه الإجابات والنتائج.

النشاط (٢)

مراحل بناء الفريق.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف مراحل بناء الفريق.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة مكوّنة من خمسة طلبة.
- يُطلق على هذه المجموعات اسم المجموعات الأمّ.
- يُوزع المعلم على الطلبة في المجموعات الأمّ بطاقات الأرقام (١-٥).
- تُكوّن كل مجموعة من الطلبة الذين يحملون الرقم نفسه مجموعة فرعية، وتُسمى هذه المجموعات الفرعية المجموعات الخبيرة، وفيها يُمثّل الطلبة الذين يحملون الرقم (١) المجموعة الأولى، والطلبة الذين يحملون الرقم (٢) المجموعة الثانية، والطلبة الذين يحملون الرقم (٣) المجموعة الثالثة، والطلبة الذين يحملون الرقم (٤) المجموعة الرابعة، والطلبة الذين يحملون الرقم (٥) المجموعة الخامسة.
- تُوزع على المجموعات بطاقات الخبراء على النحو الآتي:
 - المجموعة الأولى: بطاقة الخبير (١): مرحلة التكوين.
 - المجموعة الثانية: بطاقة الخبير (٢): مرحلة الصراع.
 - المجموعة الثالثة: بطاقة الخبير (٣): مرحلة وضع القواعد.
 - المجموعة الرابعة: بطاقة الخبير (٤): مرحلة الأداء.
 - المجموعة الخامسة: بطاقة الخبير (٥): مرحلة الإنهاء.
- اطلع أنت وأفراد مجموعتك على بطاقة الخبير الخاصة بالمجموعة.
- اقرأ أنت وأفراد مجموعتك هذه البطاقة في (١٠) دقائق.

أيها الخبراء، يتعين عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة التكوين

هي أولى خطوات التحول من الفردية إلى الجماعية، بحيث يصير الفرد الوحيد المستقل عضواً فاعلاً مشاركاً. يسود هذه المرحلة خليط من شعور الفرد بالفرح لعضويته في الجماعة، والتفاؤل بقدرته على النجاح، وتوقع النتائج الممكنة، والفخر لاختياره، والقلق والخوف من الفشل، والشك في المهمة وفي أعضاء الفريق، والانجذاب نحوهم، والتعامل رسمياً معهم، ومحاولة فهم المهمة المطلوبة، وتعرف طرائق الإنجاز، والبحث عن مصادر للمعلومات، ومحاولة تعرف المشكلات المحتملة، وسبل مواجهتها.

بطاقة الخبير (١): مرحلة التكوين.

أيها الخبراء، يتعين عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعاتكم الأم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة الصراع

هي أصعب المراحل في عملية إنشاء الفريق؛ إذ يبحث فيها كل عضو عن مكانه، وتبدو الأهداف معقدة أو يستحيل تحقيقها، وقد ينفذ صبر أعضاء الفريق، فيجادلون، ويعترضون، ويدب النزاع بينهم، وقد يترك بعضهم الفريق.

بطاقة الخبير (٢): مرحلة الصراع.

أيها الخبراء، يتعين عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعتكم الأم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة وضع القواعد

يبدأ في هذه المرحلة تقبل الأعضاء بعضهم بعضاً، وقبولهم المهام المنوطة بهم. وهي تمتاز بانخفاض حدة النزاع، وبدء التعاون الفعلي، والاتفاق بين أعضاء الفريق على تحقيق الهدف المشترك، بحيث توضع القواعد للعلاقات والمعاملات بينهم، ليصبح الهدف هو الرباط أو العقد غير المكتوب الذي يجمعهم. أما سلوكهم في هذه المرحلة فهو العمل على تسوية الخلافات، وتبادل المعلومات، والتخلي بالصراحة، والتعبير عن المشاعر، وتكوين العلاقات الاجتماعية والشخصية.

بطاقة الخبير (٣): مرحلة وضع القواعد.

أيها الخبراء، يتعين عليكم دراسة الموضوع الآتي، ومناقشة تفاصيله، لنقل خبرتكم إلى مجموعتكم الأم؛ لذا احرصوا على استثمار الوقت المخصص للنشاط في تحليل المعلومات التي بين أيديكم، والإفادة منها جيداً.

مرحلة الأداء

يبدأ الأعضاء في هذه المرحلة أداء المهام المنوطة بهم، بعد ما يتعرف كل منهم مهمته ومهام الآخرين، ويعي جيداً أوجه القوة والضعف لديه ولدى الآخرين. يلي ذلك تفكير أعضاء الفريق في طرائق الإنجاز وزيادة الفاعلية، في حين يعمل القائد موجهاً ومُدرباً وناصحاً، ويساعد الأعضاء على تقييم أدائهم.

عندئذ يسود شعور بالرضا، فتبدأ خطوات التقدم ونتائجها تظهر للعيان، ويسود أيضاً شعور بالثقة بالآخرين؛ إذ تكون الأمور قد استقرت، وتعرف الأعضاء إلى بعضهم بعضاً، فتزيد قدرتهم على التنبؤ بالمشكلات، والرغبة في تجنبها أو علاجها، وتحمل المخاطرة في سبيل تحقيق الهدف.

بطاقة الخبير (٤): مرحلة الأداء.

أيُّها الخبراء، يتعيَّن عليكمُ دراسةُ الموضوع الآتي، ومناقشةُ تفاصيله، لنقلِ خبرتكمُ إلى مجموعتكمُ الأمّ؛ لذا احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكمُ، والإفادةِ منها جيداً.

مرحلةُ الإنهاء

ينتهي أعضاءُ الفريقِ في هذه المرحلة من أداءِ المهامِّ المنوطة بهم، بغضِّ النظر عن النتائج؛ فقد ينجحون في تحقيقِ الأهدافِ المرسومة أو يفشلون، لذا يجبُ على القائد أن يدرسَ معَ الأعضاءِ العواملَ التي أدَّتْ إلى النجاحِ أو الفشلِ، ويستخلصَ الدروسَ المستفادة، ويتعرَّفَ كيفيةَ عرضِ النتائجِ عليهم، والتقييمِ الكليِّ للأداءِ.

يكونُ شعورُ الأعضاءِ في حالةِ النجاحِ هوَ الفخرَ والبهجةَ والمرحَ والاعتزازَ، وأحياناً الحزنَ لحلِّ الفريقِ. أمَّا في حالةِ الفشلِ فيسودُ شعورٌ بالإحباطِ والغضبِ والعجزِ، وربما الحزنُ لانتهاجِ العملِ معَ الفريقِ.

بطاقةُ الخبرِ (٥): مرحلةُ الإنهاء.

- ستعملُ داخلَ مجموعتِك الأمِّ على:

• نقلِ الخبرةِ التي اكتسبْتها - في أثناءِ عملِكِ خبرياً ضمنَ المجموعاتِ الخبيرة - إلى زملائِكِ في المجموعةِ الأمِّ.

• مناقشةِ أعضاءِ مجموعتِكِ في المعلوماتِ التي توصلتَ إليها.

• الإجابة عن الاستفساراتِ والتساؤلاتِ التي يطرحُها زملاؤك في المجموعةِ الأمِّ.

- يمنحُ المعلمُ كلَّ خبرٍ (٣) دقائق لنقلِ خبرتهِ إلى أعضاءِ المجموعة، وتوضيحِ اللازمِ لهم، بدءاً بخبراءِ المجموعةِ الأولى الذين أسندتَ إليهمُ مهمةَ مناقشةِ بطاقةِ الخبرِ (١)، ثمَّ خبراءِ المجموعةِ الثانيةِ الذين أسندتَ إليهمُ مهمةَ مناقشةِ بطاقةِ الخبرِ (٢)، وهكذا حتى يكملَ باقي الخبراءِ نقلَ خبراتهمُ، وتكتملَ الموضوعاتُ داخلَ المجموعاتِ الأمِّ.

- سيناقشُكُ المعلمُ في أهمِّ المعلوماتِ التي توصلتَ إليها.

- فريق العمل: هو مجموعة أفراد لهم هدف مشترك يعملون معاً على تحقيقه بما لديهم من مهارات وخبرات متنوعة.
- بناء الفريق: هو عملية مخططة تهدف إلى إنشاء جماعة متعاونة ملتزمة قادرة على أداء مهام معينة، وتحقيق أهداف محددة بتنفيذ جملة من الأنشطة التفاعلية.
- أعضاء الفريق: يتألف الفريق من: قائد، ومنسق، وباحث عن المصادر، ومبتكر، ومدون، ومؤقت محفز. أما مهمة كل عضو فيوضحها الجدول الآتي:

المهمة	العضو
تقريب وجهات نظر الأعضاء، وحل النزاعات بينهم، وترؤس جلسات النقاش البناء وإدارتها، وتذكير الأعضاء بالهدف المنشود.	القائد الميسر
ترتيب الاجتماعات، ووضع جدول الأعمال، والتحقق من الالتزام به، واحترام حق كل عضو في التعبير عن رأيه، ومتابعة نتائج الاجتماعات.	المنسق
تزويد أعضاء الفريق بالمعلومات والحقائق الموثوق بها اللازمة لاتخاذ القرارات، وإنجاز العمل.	الباحث عن المصادر
توليد الأفكار والمقترحات الجديدة للمشكلات التي تواجه أعضاء الفريق، وإيجاد بدائل وطرائق لأداء العمل بصورة أفضل.	المبتكر

المهمة	العضو
المدون المسجل	تدوين قرارات الفريق والنتائج المستخلصة، والتذكير بها، وضبط مسار الفريق وتوجيهه نحو الهدف المنشود، والتحقق من عدم انحرافه.
المؤقت المحفز	متابعة تنفيذ المهام ضمن الوقت المحدد، وتوفير مناخ إيجابي داخل الفريق، وتعزيز المقترحات، والثناء على الأعضاء، ورفع الروح المعنوية للفريق، وإثارة الحماس بين الأعضاء حتى في حال وجود معوقات.

- مراحل إنشاء الفريق:

- مرحلة التكوين.
- مرحلة الصراع.
- مرحلة وضع القواعد.
- مرحلة الأداء.
- مرحلة الإنهاء.

نشاط بيتي:



ابحث في شبكة الإنترنت عن أهم الفروق بين المجموعة والفرق، ثم شارك المعلم والزملاء في ما تتوصل إليه.



١- وُضِّحِ المَقْصُودَ بِكُلِّ مِمَّا يَأْتِي:

فَرِيقُ العَمَلِ:

عَمَلِيَّةُ بِنَاءِ الفَرِيقِ:

٢- عِلِّ ما يَأْتِي:

تُعَدُّ مَرِحَلَةُ الصِّراعِ أَكْثَرَ المَراحِلِ صَعُوبَةً في بِناءِ الفَرِيقِ.

٣- تَمَرُّ عَمَلِيَّةُ بِناءِ الفَرِيقِ بِخَمْسِ مَراحِلَ، اذْكُرْها.

- أ - _____
- ب - _____
- ج - _____
- د - _____
- هـ - _____

١- ضع إشارة (√) إزاء العبارة الصحيحة، وإشارة (X) إزاء العبارة الخطأ في ما يأتي:

أ - تمكين الطلبة والشباب، وبناء قدراتهم الريادية والقيادية، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات والأدوات اللازمة؛ سيساعدهم - لا محالة- على الخروج بأفكار مبتكرة تُعالج تحديات اجتماعية مختلفة، أو تسد حاجة تعذر تلبيتها في المجتمع. ()

ب - يرتبط مصطلح الريادة اليوم بخصائص القيادة والمبادرة والابتكار. ()

ج - لا تُعد القيادة مهمة وضرورية لإنجاز أي عمل من خطواته الأولى. ()

د - استطاع والت ديزني الولوج في عالم الشخصيات الكرتونية والأفلام، وكان نجاحه عاديًا. ()

هـ - الإبداع والابتكار هما من الأدوات الأساسية لتطوير الأعمال والمؤسسات. ()

و - من التوجيهات التي تُسهم في رفع مستوى المهارات القيادية: التعامل مع القياديين، والإفادة من خبراتهم. ()

١- ما الصفات التي تُميز القائد من أعضاء الفريق؟

- أ -
- ب -
- ج -

٢- اذكر أهم النصائح التي تساعد على اغتنام الفرص.

-
-
-
-
-
-

٣- يوجد العديد من المعايير التي تساعد على تقييم الفكرة الريادية، اذكر ثلاثة منها.

- أ-
- ب-
- ج-

٤- وضح مهام القائد (الميسر) ضمن الفريق.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

٥- تمر عملية بناء الفريق بخمس مراحل، تحدث عن اثنتين منها.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

التجارة الإلكترونية



- هل جرّبت يوماً شراء شيء ما إلكترونياً؟
- هل سمعت بمفهوم التجارة الإلكترونية؟
- هل لديك رغبة في التعامل التجاري إلكترونياً؟

تعدُّ شبكةُ الإنترنتِ التي غزَّتِ العالمَ على نحوٍ غيرِ مسبوقٍ أحدَ أهمِّ اختراعاتِ هذا العصرِ؛ إذ استطاعتِ الرِبطَ بينَ دولِ العالمِ حتى بدا أشبهَ بقريّةٍ صغيرةٍ، وأصبحنا نعيشُ في عالمٍ لا تفصلُ بينَ أنحاءِهِ أيُّ حدودٍ جغرافيةٍ، فكانَ لزامًا علينا استيعابُها بصورةٍ سريعةٍ فاعلةٍ؛ للإفادةِ منها على النحوِ الأمثلِ. وقد تَبَعَ ذلكَ ظهورُ الكثيرِ مِنَ التقنياتِ الحاسوبيةِ، وطرائقِ التعاملِ متعددةِ الأشكالِ والأغراضِ، إضافةً إلى ابتكارِ أدواتٍ وتطبيقاتٍ جديدةٍ تُسهِّلُ عملياتِ التواصلِ الاجتماعيِّ، وتبادُلِ المعلوماتِ، والانفتاحِ على العالمِ في مختلفِ مجالاتِ الحياةِ. وتعدُّ آليّةُ التجارةِ الإلكترونيّةِ إحدى الطرائقِ الحديثةِ التي أفرزتها شبكةُ الإنترنتِ.

واليومَ نجدُ أنّ مفهومَ التجارةِ الإلكترونيّةِ قد صارَ متداولًا بصورةٍ كبيرةٍ في سوقِ العملِ، وأصبحَ لزامًا على رجالِ الأعمالِ وأصحابِ الشركاتِ والمؤسساتِ اتِّباعَ سياساتِ هذهِ التجارةِ وتطبيقاتِها، وهو ما جنبَهُمُ مشقّةَ السفرِ للقاءِ شركائِهِمُ وعملائِهِمُ، وغدوا قادرينَ على توفيرِ الوقتِ والمالِ بترويجِ بضائِعِهِمُ وعرضِها في الأسواقِ الإلكترونيّةِ. أمّا الزبائنُ فهمَ غيرُ مُلزمينَ بالتنقُّلِ كثيرًا لشراءِ ما يريدونَ، أو الوقوفِ في طابورٍ طويلٍ، أو حتى استخدامِ النقودِ التقليديةِ؛ إذ يكفيهِمُ اقتناءُ جهازِ حاسوبٍ، واستخدامِ مُتصفحٍ للإنترنتِ، وعملُ اشتراكٍ للاتصالِ بشبكةِ الإنترنتِ.

يُتَوَقَّعُ مِنَ الطالِبِ بعدَ دراسةِ هذهِ الوحدةِ أن يكونَ قادرًا على:

- تعريفِ مفهومِ التجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تحديدِ مُعَوِّقاتِ التجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تقديرِ أهميةِ التجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تمييزِ أنواعِ التجارةِ الإلكترونيّةِ.
- استنتاجِ أهميةِ الإدارةِ في التجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تعرُّفِ البنيةِ التحتيّةِ للتجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تحديدِ متطلّباتِ إنشاءِ موقعٍ للتجارةِ الإلكترونيّةِ.
- تعرُّفِ الجرائمِ الإلكترونيّةِ.
- تعرُّفِ مفهومِ التسويقِ الإلكترونيِّ.
- تطبيقِ عمليّةِ التسويقِ الإلكترونيِّ.
- تحديدِ مُكوّناتِ الدفعِ الإلكترونيِّ.
- تمييزِ أدواتِ الدفعِ الإلكترونيِّ.

الدرس الأول نشأة التجارة الإلكترونية

نظرًا إلى التطورات الهائلة في عالم التكنولوجيا والاتصالات؛ فقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتمامًا متزايدًا بالتجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)، حيث استُخدمت شبكة الإنترنت وسيطًا لاستكمال أعمال التجارة بشكلها الحديث المعاصر، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا ملموسًا في ظل البيئة الحالية.

فما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ ما أهميتها؟ ما فوائدها للأفراد والشركات والمجتمعات؟ ستتعرفُ إجابات هذه الأسئلة وغيرها بعد تنفيذ أنشطة هذا الدرس.



الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم التجارة الإلكترونية.

التعليمات

- ادرس الموقف الآتي:

«ذهبت سارة في زيارة إلى صديقتها لبنى، وما إن وصلت المنزل حتى أبدت لبنى إعجابها بالمعطف الذي ترتديه سارة، فسألتها: من أين اشتريته؟ فأجابت سارة: لقد اشتريته من مدينة دبي، وذلك عن طريق المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية في شبكة الإنترنت. عندئذ سألت لبنى: وكيف ذلك؟ أجابت سارة قائلة: أحرص على تصفح المواقع الإلكترونية باستمرار، وأقارن بين الملابس المعروضة. وبعدما أقرر ما أريد شراءه أتواصل مع القائمين على إدارة موقع الملابس بوساطة شبكة الإنترنت، وأتفق معهم على السعر، وطريقة الدفع، وموعد التسليم. راقبت الفكرة للبنى فقالت مستفسرة: وما التجارة الإلكترونية؟ كيف يمكنني التعامل معها؟».

سنساعد لبنى على تعرف مفهوم التجارة الإلكترونية، وذلك بتنفيذ النشاط على النحو الآتي:

- ستعمل ضمن مجموعة.
- شارك أفراد مجموعتك في صياغة تعريف لمفهوم التجارة الإلكترونية.
- اعرض هذا التعريف على المجموعات الأخرى.
- ناقش المعلم في الأسئلة الآتية:
 - كيف بدأت التجارة الإلكترونية؟
 - ما العمليات التي تتضمنها التجارة الإلكترونية؟
 - برأيك، هل تشمل التجارة الإلكترونية على جميع الأعمال والأنشطة التي تتم عن طريق الإنترنت؟ لماذا؟

النشاط (٢)

مناظرة.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على استنتاج أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها.

التعليمات

- ادرس الموقف الآتي:

«يقطن سامرٌ ومرادٌ في مدينة معان التي تقع جنوبي الأردن، وقد فكّرا في شراء هدية لوالديهما بمناسبة عيد ميلاده، واتفقا على أن تكون الهدية ساعة يد. بعد نقاشٍ مستفيضٍ، اهتدى سامرٌ إلى فكرة شراء ساعة يدوية من أحد المواقع الإلكترونية في شبكة الإنترنت، فأخذ يبحث في هذه المواقع حتى وجد متجراً في مدينة الزرقاء يعرض أنواعاً مختلفة من الساعات اليدوية ذات الجودة العالية بأسعار مناسبة، فأخبر مراداً عن ذلك، لكنه لم يحبذ فكرة الشراء من الإنترنت، واقترح على سامرٍ شراء ساعة من أحد المحال التجارية في مدينة معان ليتمكن من تفحص الساعة قبل شرائها، ومفاوضة البائع على السعر. عندئذٍ أخبره سامرٌ أن عملية الشراء عن طريق الإنترنت سهلة جداً، وأنها توفر الكثير من الوقت والجهد، ولا سيما أن المتجر يتكفل بإيصال الساعة إليهما تبعاً للاتفاقية بين المشتري والبائع، ولكن مراداً ظل في حيرة من أمره».

لنساعدك كلاً من سامرٍ ومرادٍ على التوصل إلى قرارٍ حاسمٍ بخصوص شراء الساعة. بدايةً، سنعمل على بيان الأمور التي يرى سامرٌ أنها تعزز قراره في الشراء عن طريق الإنترنت، ثم نبيين الأمور التي يعتقد مرادٌ أنها تدعم قراره في الشراء التقليدي، وذلك بتنظيم مناظرة تتناول وجهات النظر المختلفة وفق التعليمات الآتية:

-ستعملُ ضمنَ مجموعةٍ منَ ثلاثِ مجموعاتٍ.

-لتعرّف أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها، تُعقدُ مناظرةً بسيطةً تُناقشُ فيها المجموعاتُ الفروقَ بين التجارة الإلكترونية عبر المواقع الإلكترونية والتجارة التقليدية التي تتمُّ بالطرائق التقليدية، وذلك على النحو الآتي:

- المجموعة الأولى: مناقشة أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها، وذكر الأدلة والبراهين التي تُعزز ذلك، والتي تدحض الحجج الداعمة للتجارة التقليدية من وجهة نظرها.
- المجموعة الثانية: مناقشة أهمية التجارة التقليدية وفوائدها، وذكر الأدلة والبراهين التي تُعزز ذلك، والتي تدحض الحجج الداعمة للتجارة الإلكترونية من وجهة نظرها.
- المجموعة الثالثة: متابعة أداء المجموعتين: الأولى والثانية، والاستماع إلى ما تعرضانه من براهين وأدلة تُعزز وجهة النظر لكل منهما، وتدوين الملاحظات، ثم رصد النتائج النهائية لأداء المجموعتين، وإعلان المجموعة الفائزة.

-بعد انتهاء الوقت المُخصَّص للنقاش، تختارُ كلُّ مجموعةٍ مُناظرًا منها يُمثّل المجموعة.

-يُقدّمُ مُناظرُ المجموعة الأولى أدلتهُ لمُناظرِ المجموعة الثانية.

-يُقدّمُ مُناظرُ المجموعة الثانية أدلتهُ لمُناظرِ المجموعة الأولى.

-اعمل أنت وأفرادُ مجموعتك على تشجيع الطالب المُناظرِ للمجموعة؛ وذلك بتدوين الملاحظات على قُصاصاتٍ ورقيةٍ تُمرّرُ إلى المُناظرِ بصمتٍ في حالِ خطرِ ببالِ أحدكم فكرةً جديدةً تُؤيّدُ وجهة نظر المجموعة.

-بعد ذلك، شارك المعلم في المعلومات التي توصلتُم إليها.

تذكّر

- التجارة الإلكترونية (e-commerce): هي مجموعة متكاملة من عمليات البيع والشراء والتسويق للمنتجات والخدمات عن طريق شبكة الإنترنت.

- تطوّر التجارة الإلكترونية.

بدأ نشاط التجارة الإلكترونية بالتحويلات الإلكترونية للأموال بين المؤسسات التجارية الكبيرة، ثمّ امتدّ ليشمل تبادل البيانات الإلكترونيّ (EDI-Elrctronic Data Interchange)؛ ما أسهم في انتشار هذا النوع من التجارة، وتوسيع نطاقه بدلاً من الاقتصار على التحويلات المالية، ليشمل عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات المتنوعة.



تعدّ التجارة الإلكترونية جزءاً من الأعمال الإلكترونية التي تتضمن تسيير الأعمال عن

طريق شبكة الإنترنت، والتي لا تقتصر فقط على عمليات البيع والشراء كما هو الحال في التجارة الإلكترونية، وإنما تشمل خدمة الزبائن، والتعاون مع الشركاء، والعمل على إنجاز المعاملات الإلكترونية.

أسهمت التجارة الإلكترونية بفاعلية في العمل التجاري، بحيث أصبح ممكناً الربط بين الشركات والزبائن على نحو سريع سهل.

- يمكن إجمال أهمية التجارة الإلكترونية في ما يأتي:

- ترويج المنتجات وإيصالها إلى أكبر شريحة ممكنة من العملاء والزبائن.
- الانفتاح على الأسواق العالمية.
- توفير الوقت والكلفة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية والإلكترونية.



- فوائد التجارة الإلكترونية للبائع.



في ما يأتي أبرز فوائد التجارة الإلكترونية للبائع:

- التسويق الواسع، والأرباح الوفيرة؛ ذلك أن تسويق المنتجات يستمر على مدار العام، ويصل إلى مختلف أنحاء العالم.
- تقليل التكاليف؛ ذلك أن تكلفة إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية وصيانتها قليلة.

- التواصل الفاعل مع الشركاء والعملاء؛ ذلك أن انفتاح قنوات التواصل العالمي الإلكتروني وفّر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات مع الشركاء، والتواصل معهم بكل سهولة ويسر.

- فوائد التجارة الإلكترونية للمشتري.

للتجارة الإلكترونية مزايا عدة يستفيد منها المشتري، وهذه أهمها:



- توفير الوقت والجهد؛ ذلك أن الخدمة متوفرة على مدار الساعة، وأن شراء أحد المنتجات إلكترونياً لا يتطلب سوى الضغط على اسم المنتج أو شكله، ثم تحديد طريقة الدفع المناسبة.

- حرية الاختيار؛ ذلك أنه يمكن الاطلاع على الأسواق الإلكترونية جميعها، والمقارنة بين المنتجات، واختيار أفضلها.

- خفض الأسعار؛ إذ إن السلع الإلكترونية منخفضة السعر مقارنةً بسلع المتاجر التقليدية؛ ذلك أن التسوق عن طريق الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف التي تُتفق في حال التسوق التقليدي، ما يعود بالنفع على الزبائن.

- نيل رضا المستخدم؛ إذ تُوفّر شبكة الإنترنت خدمات التواصل والتفاعل مع الزبائن، فتعمد شركات السوق الإلكتروني (e-market) إلى الاستفادة من هذه الخدمة في الإجابة عن استفسارات الزبائن على نحو سريع يلبي حاجاتهم، ويُوفّر لهم المنتجات المطلوبة بصورة

تتأل رضاهم.

- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع.

لا شك في أنّ التجارة الإلكترونية تعودُ بالنعف على المجتمع أيضًا. وفي ما يأتي أبرزُ فوائدها في هذا المجال:

- التقليل من الازدحام والضوضاء؛ ذلك أنّه أصبح بمقدور الأفراد الاطلاع على المنتجات وهم في بيوتهم من دون حاجة إلى التنقل والسفر؛ ما خفّف من الازدحامات المرورية والضوضاء، وحدّ من التلوّث.
- تحسين مستوى المعيشة؛ وذلك بتوفير المنتجات بأقل الأسعار والتكاليف.

- مَعوّقات التجارة الإلكترونية.

- بالرغم من الفوائد العديدة للتجارة الإلكترونية، فإنّها تواجهُ مَعوّقات عدّة تحول دون انتشارها على نطاق واسع. وفي ما يأتي أبرزُ هذه المَعوّقات:
- ضعف إمكانات الأفراد المادية، وفرض رسوم على الاتصال بشبكة الإنترنت، فضلًا عن عدم قدرة بعض الأشخاص على شراء جهاز حاسوب.
 - افتقار بعض الأفراد إلى المهارات اللازمة لاستخدام شبكة الإنترنت، وتصفّح المواقع الإلكترونية؛ ما يقلّل من فرصة دخولهم الأسواق الإلكترونية، وإتمام المعاملات التجارية.
 - عدم القدرة على مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا، والإنترنت، وبرمجيات التجارة الإلكترونية.
 - افتقار بعض الزبائن للعادات والتقاليد والسلوكيات المتعلقة بعمليات البيع والشراء، مثل: لمس السلعة ومعاينتها قبل الشراء، والاستمتاع بالتسوّق، والتعامل مع البائع وجهًا لوجه.
 - عدم ثقة الأفراد بالخدمات الإلكترونية، ولا سيّما البائعين غير المعروفين في المواقع الإلكترونية.
 - تزايد حالات النصب والاحتيال في التجارة الإلكترونية باستخدام الإنترنت؛ ما أدّى إلى نفور الكثيرين منها.

نشاط بيتي:



ابحث في شبكة الإنترنت عن أحد مواقع التجارة الإلكترونية، ثم اكتب تقريراً عنه يتضمن اسم الموقع، وماهية السلعة أو الخدمة التي يُقدِّمها، وطريقة التواصل مع القائمين عليه، وآلية الدفع المُعتمَدة، مُبيِّناً رأيك فيه، وإذا كنت تُفضِّلُ الشراء منه، مُبرِّراً إجابتك، ثم شارك المعلم والزملاء في ما تتوصَّلُ إليه.



١- وضح المقصود بمفهوم التجارة الإلكترونية.

٢- عدد ثلاثاً من فوائد التجارة الإلكترونية لكل من:

أ - البائع:

ب - المشتري:

ج - المجتمع:

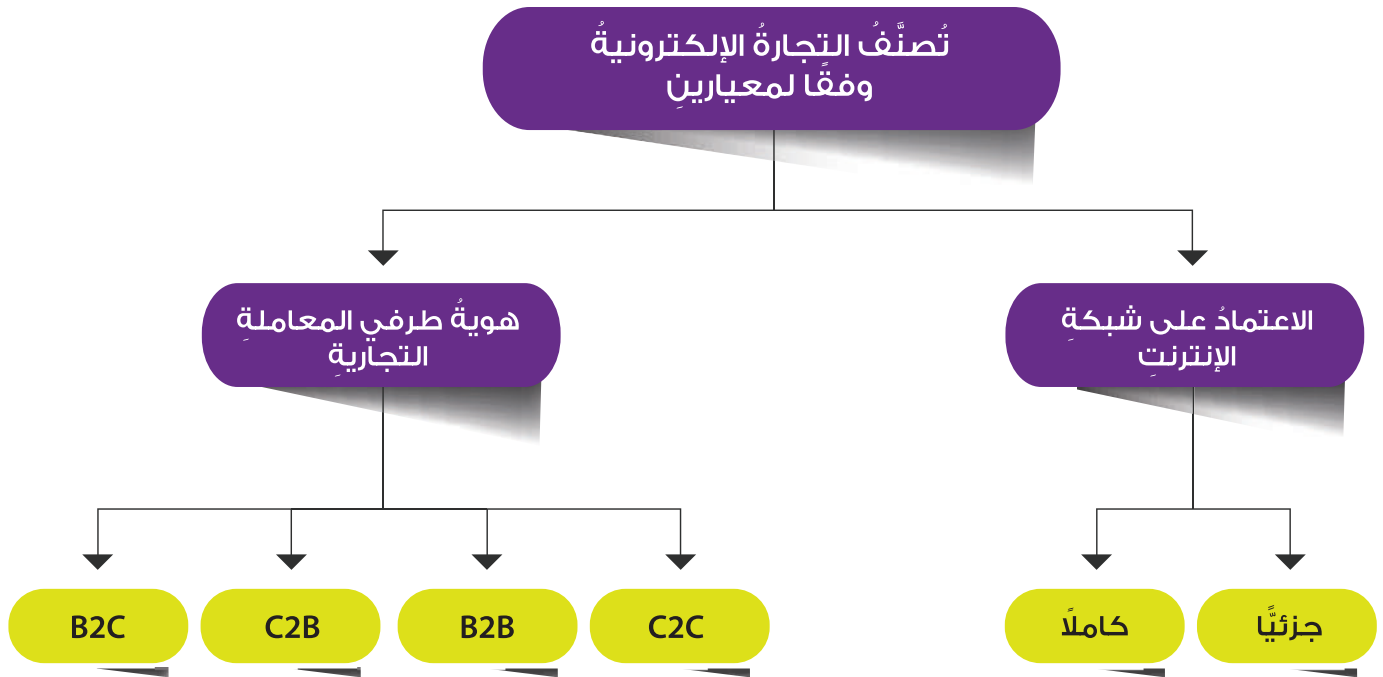
٣- اذكر ثلاثة معوقات للتجارة الإلكترونية.

٤- برأيك، لماذا يفضل بعض الأشخاص الشراء بالطرائق التقليدية، ويحجمون عن استخدام مواقع التجارة الإلكترونية؟

الدرس الثاني

أنواع التجارة الإلكترونية

تُصنَّف التجارة الإلكترونية تبعاً لمعيارين، هما: درجة اعتمادها على شبكة الإنترنت، وهوية طرفي المعاملة التجارية، انظر الشكل (١-٤).



الشكل (١-٤): أنواع التجارة الإلكترونية.

أولاً: درجة اعتماد التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

النشاط
(٢)

تصنيف التجارة الإلكترونية من حيث
استخدام الإنترنت.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تمييز نوع التجارة الإلكترونية تبعاً لاستخدام الإنترنت.

التعليمات

ادرس الموقف الآتي:

«اشترت السيدة لميس برنامجاً تعليمياً للغة الإنجليزية من أحد مواقع التجارة الإلكترونية، واتفقت مع البائع على أن يرسل إليها البرنامج عن طريق بريدها الإلكتروني، وأن تكون عملية الدفع إلكترونية. بعد أسبوع، تمت العملية بنجاح؛ إذ حصلت السيدة لميس على البرنامج لقاء دفعها الثمن إلكترونياً عن طريق الإنترنت، من دون حاجة إلى الذهاب إلى أي مكان».

لاحظ هنا أن عملية الشراء والبيع بين الطرفين تمت كاملةً بوساطة شبكة الإنترنت؛ ما يعني أن عملية تسلّم المنتج ودفع الثمن حدثت كلها عن طريق شبكة الإنترنت.

ادرس الموقف الآتي:

«اشترى السيد أحمد حقيبة سفر من أحد مواقع التجارة الإلكترونية، واتفق مع البائع على إيصال الحقيبة إلى مكان سكنه بإحدى وسائل الشحن البرية، ودفع ثمن الحقيبة إلكترونياً. بعد أسبوع، تمت العملية بنجاح؛ إذ حصل السيد أحمد على الحقيبة لقاء دفعه الثمن إلكترونياً عن طريق الإنترنت، من دون حاجة إلى الذهاب إلى أي مكان».

لاحظ هنا أنّ عملية الشراء والبيع بين الطرفين لم تحدث كاملةً بوساطة شبكة الإنترنت؛ ما يعني أنّ التواصل بين البائع والمشتري كان عن طريق شبكة الإنترنت، وأنّ عملية التسليم والتسليم للمنتج تمت بصورة تقليدية.

لتعرّف الفروق بين النوعين، نفذ النشاط على النحو الآتي:

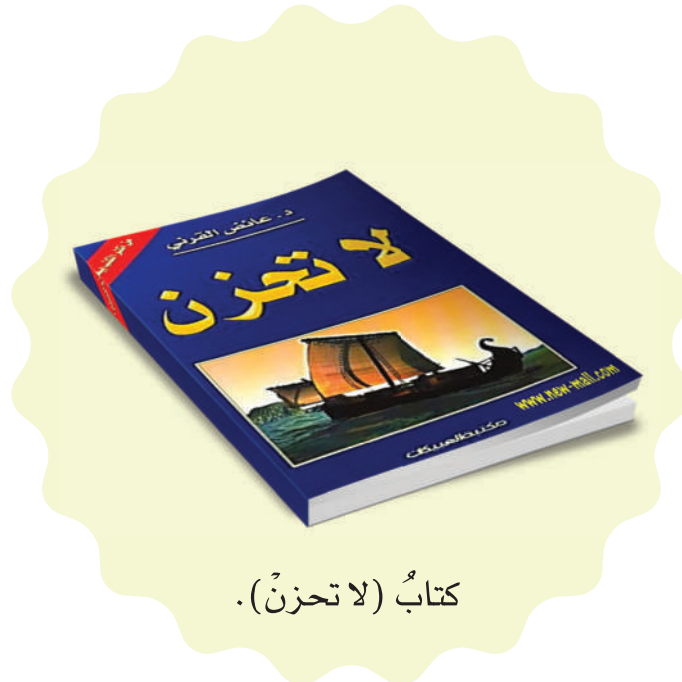
- ستعمل ضمن مجموعة.
- يكتب المعلم على اللوح كلمة (كامل) في عمود، وكلمة (جزئي) في عمود آخر.
- تسلّم أنت وأفراد مجموعتك من المعلم بطاقتين من بطاقات المنتجات.
- شارك أفراد مجموعتك في تصنيف المنتج الموجود في البطاقة تبعاً لمدى استخدام الإنترنت في إتمام عملية الشراء والبيع، ثمّ ألصقها على اللوح في عمود (كامل) إذا تمت العملية كلها عن طريق الإنترنت، أو في عمود (جزئي) إذا حدثت عملية الشراء والبيع جزئياً عن طريق الإنترنت.
- ناقش المعلم في النتائج التي تتوصل إليها.

بطاقات المنتجات



كعكة عيد الميلاد.

بطاقة المنتج (١).



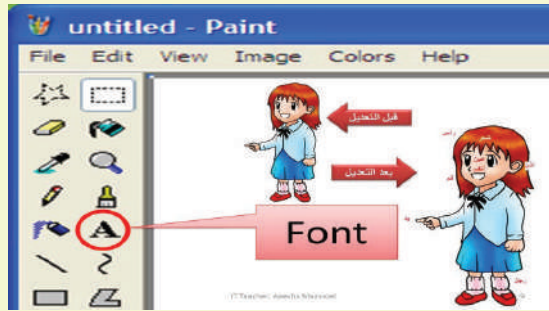
كتاب (لا تحزن).

بطاقة المنتج (٢).



لعبة تركيب الصور.

بطاقة المنتج (٣).



برنامج الرسام.

بطاقة المنتج (٤).



قرص مدمج لبرنامج تعليمي.

بطاقة المنتج (٥).



لعبة إلكترونية.

بطاقة المنتج (٦).



برنامجُ تلوينِ الرسومِ الجاهزةِ.

بطاقةُ المنتجِ (٧).



ملابسُ أطفالٍ.

بطاقةُ المنتجِ (٨).

ثانياً: التجارة الإلكترونية بحسب هوية طرف العملية التجارية.

تُصنّف التجارة الإلكترونية تبعاً لهوية طرف العملية التجارية - التي يمثّلها البائع والمشتري - إلى أنواعٍ عدّة، منها:

- ١- مُستهلك إلى مُستهلك (Consumer to Consumer)، ويُرمزُ إليها بالرمز (C2C).
- ٢- مُستهلك إلى شركة (Consumer to Business)، ويُرمزُ إليها بالرمز (C2B).
- ٣- شركة إلى مُستهلك (Business to Consumer)، ويُرمزُ إليها بالرمز (B2C).
- ٤- شركة إلى شركة (Business to Business)، ويُرمزُ إليها بالرمز (B2B).

النشاط (١)

التمييز بين أنواع التجارة الإلكترونية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تمييز أنواع التجارة الإلكترونية بعضها من بعض.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة من أربع مجموعات.
- اطّلع أنت وأفراد مجموعتك على بطاقة المعلومات التي توضح أنواع التجارة الإلكترونية مصنفةً بحسب هوية طرف المعاملة التجارية، والتي يوزّعها عليكم المعلم كالاتي:
 - المجموعة الأولى: البطاقة رقم (١): من مُستهلك إلى مُستهلك.
 - المجموعة الثانية: البطاقة رقم (٢): من مُستهلك إلى شركة.
 - المجموعة الثالثة: البطاقة رقم (٣): من شركة إلى مُستهلك.
 - المجموعة الرابعة: البطاقة رقم (٤): من شركة إلى شركة.

- أَعِدُّ أَنْتَ وَأَفْرَادُ مَجْمُوعَتِكَ مَشْهَدًا تَمَثِيلِيًّا يُبَيِّنُ نَوْعَ التِّجَارَةِ الإِلِكْتَرُونِيَّةِ الْخَاصَّ بِمَجْمُوعَتِكُمْ؛ عَلَى أَنْ يَتَضَمَّنَ مَا يَأْتِي:

- تحديدهُ طرْفِي العَمَلِيَّةِ التِّجَارِيَّةِ (المُشْتَرِي والبَائِعِ).
- وَسِيْلَةُ الاتِّصَالِ والتَّوَاصُلِ بَيْنَ الطَّرْفَيْنِ.
- كَيْفِيَّةُ تَعْرِفِ الْمُنْتَجِ الْمُرَادِ شِرَاؤَهُ.
- تحديدهُ الْمُنْتَجِ الْمُرَادِ شِرَاؤَهُ.
- الإِجْرَاءَاتُ اللَّازِمَةُ لِضْمَانِ حَقُوقِ كُلِّ مِنَ الْمُشْتَرِي والبَائِعِ.
- طَرِيقَةُ تَوْصِيلِ الْمُنْتَجِ إِلَى الْمُشْتَرِي.
- طَرِيقَةُ الدَّفْعِ.

- شَارِكْ أَفْرَادَ مَجْمُوعَتِكَ فِي عَرْضِ الْمَشْهَدِ التَّمَثِيلِيِّ أَمَامَ الْمَجْمُوعَاتِ الْآخَرَى.

- نَاقِشِ الْمَعْلَمَ فِي تَفَاصِيلِ الْمَشْهَدِ التَّمَثِيلِيِّ.

مُسْتَهْلِكٌ إِلَى مُسْتَهْلِكٍ (C2C)

يَمْتَازُ هَذَا النُّوعُ مِنَ التِّجَارَةِ الإِلِكْتَرُونِيَّةِ بِبَيْعِ الْمُنْتَجَاتِ مِنَ الْمُسْتَهْلِكِ (البَائِعِ، وَهُوَ هُنَا الطَّرْفُ الَّذِي قَدَّمَ الْمُنْتَجَ) إِلَى الْمُسْتَهْلِكِ (المُشْتَرِي، وَهُوَ هُنَا الطَّرْفُ الَّذِي اسْتَفَادَ مِنَ الْمُنْتَجِ)؛ أَيَّ إِنَّ عَمَلِيَّةَ التَّبَادُلِ التِّجَارِيِّ تَتِمُّ بَيْنَ الْمُسْتَهْلِكِينَ بِصُورَةٍ مَبَاشِرَةٍ. وَيُعَدُّ الْمَوْقِعُ الإِلِكْتَرُونِيُّ (ebay) مَثَالًا عَلَى هَذَا النُّوعِ مِنَ التِّجَارَةِ.

البطاقة (١): مِنْ مُسْتَهْلِكٍ إِلَى مُسْتَهْلِكٍ.

مُستهلكٌ إلى شركة (C2B)

يكونُ الطرفُ البائعُ هنا هو المُستهلكُ، والطرفُ المشتري هو الشركة، وقد تستفيدُ الشركةُ منَ الأفكارِ التي يُقدِّمها لها المُستهلكُ في إنتاجِ المنتجاتِ. ويُعدُّ الموقعُ الإلكتروني (Priceline.com) مثالاً على هذا النوعِ منَ التجارةِ.

البطاقةُ (٢): منَ مُستهلكٍ إلى شركةٍ.

شركةٌ إلى مُستهلكٍ (B2C)

هو أكثرُ أنواعِ التجارةِ الإلكترونيةِ شيوعاً، وفيه تعملُ الشركةُ على تقديمِ مُنتجاتِها للمُستهلكِ إلكترونياً، وهي تُمثّلُ الطرفَ البائعَ، في حين يُمثّلُ المُستهلكُ الطرفَ المشتريَ. وأشهرُ مثالٍ على هذا النوعِ منَ التجارةِ موقعُ شركةِ أمازون (Amazon) المُتخصِّصُ في بيعِ الكتبِ والمجلاتِ. وقد وسَّعتِ الشركةُ مجالَ عملِها ليشملَ بيعَ مُنتجاتٍ جديدةٍ، مثل: الأدواتِ المنزليةِ، والملابسِ.

البطاقةُ (٣): منَ شركةٍ إلى مُستهلكٍ.

شركة إلى شركة (B2B)

وفيه يكون التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى. ويُقصدُ هنا بالتبادل التجاري جميعُ التعاملات التي تحدثُ بينَ شركتين تجاريتين بغضِّ النظر عن نوع المنتجات، مثلُ توريدِ إحدى الشركتين موادَّ أوليةً إلى الشركة الأخرى. ويعدُّ الموقع الإلكتروني (Dell) مثالاً على هذا النوع من التجارة؛ وهو موقعٌ مُتخصِّصٌ في بيع الشركات أجهزةً عن طريق نظام المشتريات والطلبات الإلكترونية.

البطاقة (٤): من شركة إلى شركة.



- تنقسم التجارة الإلكترونية بحسب اعتمادها على استخدام الإنترنت إلى قسمين، هما:

- التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً كاملاً على استخدام شبكة الإنترنت: وفيها يتفق المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتُعقد الصفقة، ويحدد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، ويتم تسليم السلعة إلكترونياً، مثل: الكتب والمجلات الإلكترونية، والبرمجيات، وبرامج الألعاب المتنوعة.

- التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً جزئياً على استخدام شبكة الإنترنت: وفيها يتفق المشتري والبائع على السلعة وسعرها عن طريق الإنترنت، وتُعقد الصفقة، ويحدد وقت التسليم وطريقة الدفع إلكترونياً بوساطة الإنترنت، ولكن تسليم السلعة يكون بوسائل النقل التقليدية، مثل: الملابس، والأغذية، والبضائع المتنوعة.

- تُصنّف التجارة الإلكترونية بحسب هوية طرف العملية التجارية إلى الأنواع الآتية:

- **مُستهلك إلى مُستهلك (C2C):** يمتاز هذا النوع من التجارة الإلكترونية ببيع المنتجات من المُستهلك (البائع، وهو هنا الطرف الذي قدّم المنتج) إلى المُستهلك (المشتري، وهو هنا الطرف الذي استفاد من المنتج)؛ أي إن عملية التبادل التجاري تتم بين المستهلكين بصورة مباشرة. ويُعدّ الموقع الإلكتروني (ebay) مثالاً على هذا النوع من التجارة.

- **مُستهلك إلى شركة (C2B):** يكون الطرف البائع هنا هو المُستهلك، والطرف المشتري هو الشركة، وقد تستفيد الشركة من الأفكار التي يُقدّمها لها المُستهلك في إنتاج المنتجات. ويُعدّ الموقع الإلكتروني (Priceline.com) مثالاً على هذا النوع من التجارة.

- **شركة إلى مُستهلك (B2C):** هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعًا، وفيه تعمل الشركة على تقديم منتجاتها للمستهلك إلكترونيًا، وهي تمثل الطرف البائع، في حين يُمثل المُستهلك الطرف المشتري. وأشهرُ مثالٍ على هذا النوع من التجارة موقع شركة أمازون (Amazon) المُتخصّص في بيع الكتب والمجلات. وقد وسّعت الشركة مجال عملها ليشمل بيع مُنتجاتٍ جديدة، مثل: الأدوات المنزلية، والملابس.
- **شركة إلى شركة (B2B):** وفيه يكون التبادل التجاري الإلكتروني بين شركةٍ وأخرى. ويُقصدُ هنا بالتبادل التجاري جميع التعاملات التي تحدث بين شركتين تجاريتين بغض النظر عن نوع المُنتجات، مثل توريد إحدى الشركتين موادَّ أوليةً إلى الشركة الأخرى. ويُعدُّ الموقع الإلكتروني (Dell) مثالًا على هذا النوع من التجارة؛ وهو موقعٌ مُتخصّص في بيع الشركات أجهزةً عن طريق نظام المشتريات والطلبات الإلكترونية.

نشاط بيتي:



ابحث في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت عن أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية (تبعاً لطريقة العملية التجارية) لم يعرض لها الدرس، مُحاولاً اكتشاف طريقة تطبيقها، واذكر أمثلة توضيحية لها، ثم شارك المعلم والزملاء في ما تتوصل إليه.



١- عدد أنواع التجارة الإلكترونية تبعاً لهوية طرفي العملية التجارية.

٢- وضح المقصود بكل من المفهومين الآتيين:

أ - التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً كاملاً على استخدام شبكة الإنترنت.

ب - التجارة الإلكترونية التي تعتمد اعتماداً جزئياً على استخدام شبكة الإنترنت.

٣- صنّف عمليات التجارة الإلكترونية الآتية تبعاً لهوية طرفي العملية التجارية:

أ - تُقدّم شركة فؤاد لتصنيع أجهزة الحاسوب خدمات إلكترونية لشركة هونداي للسيارات.

ب - تُقدّم مؤسسة الضمان الاجتماعي خدمات إلكترونية للعاملين في المجالات المختلفة.

ج - تعمل السيدة نجاح على تطوير بعض الملابس التي تُنتجها مؤسسة الأحمدى السياحية،

وتبيعها للسائح إلكترونياً.

د - يعمل السيد أحمد على تدريب طلبة الجامعات على مهارات القيادة الإلكترونية لقاء رسوم

مخفضة.

٤- صنّف عمليات التجارة الإلكترونية الآتية تبعاً لمدى استخدام الإنترنت:

- أ - اشترت الأُنسُ فرحَ عطرها المُفضَّلَ عن طريق أحد مواقع التواصل الاجتماعيّ.
- ب - تمكّن زيادٌ من تحميل لعبة الكلمات المتقاطعة من أحد المواقع الإلكترونية مجاناً.
- ج - اشترت ريمًا بعض الملابس لأطفالها من أحد مواقع التواصل الاجتماعيّ.
- د - تمكّن أنسٌ من تحميل برنامج الصور المتحركة من الإنترنت على جهاز الحاسوب الخاصّ به.
- هـ - اشترت إيناسٌ قرصاً مدمجاً لبرنامج تعديل الصور.
- و - اشترى أحمدُ الذي يسكنُ في مدينة العقبة ساعةً يدويةً بمبلغ ٦٠ ديناراً من شركة النخبة التي مقرّها مدينة إربد، وقد تمَّ إيصالُ الساعةِ إلى مكانِ عملِ أحمدٍ في مدينة العقبة.

الدرس الثالث

متطلبات التجارة الإلكترونية

دخلت التجارة الإلكترونية سوق العمل على نطاق واسع، فصار لزاماً على الشركات والأفراد اتباع سياساتها وتطبيقاتها؛ لمواكبة سوق العمل، ومجاراة المنافسين الذين تميزوا في مجال التجارة الإلكترونية، والبيع والشراء الإلكترونيين، فما متطلبات هذه التجارة؟ دعونا نتعرف إجابة هذا السؤال بتنفيذ النشاطين الآتيين.

النشاط (١)

المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة من أربع مجموعات.
- شارك أفراد مجموعتك في مناقشة الحالة الآتية:
- «يعمل رائد في مجال تأليف قصص الأطفال وبيعها، ويرغب أن تصل مبيعاته إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص؛ لذا قرّر أن يتعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية، ويعرض عليها منتجاته من القصص. وحين سأل أحد المتخصصين عن ذلك أجابه بضرورة توفير بعض التجهيزات والأدوات الأساسية ليتمكن من إتمام عمليات البيع والشراء عن طريق الإنترنت.»
- برأيك، ما الأدوات والتجهيزات الأساسية التي تلزم رائداً للتعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية؟
- اعرض ما توصلت إليه المجموعة على المجموعات الأخرى.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تحديد متطلبات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة.
- شارك أفراد مجموعتك في مناقشة الحالة الآتية:
«لدى سعيد وتامر وسلوى معمل صغير يصنعون فيه قوالب الحلوى على صورة شخصيات الرسوم المتحركة للأطفال. قرّر أصحاب المعمل الترويج لمنتجاتهم عن طريق الإنترنت لجذب الزبائن، وذلك بإنشاء متجر إلكتروني يتيح لهم عرض منتجاتهم، والتواصل مع الزبائن بسهولة ويسر، فأخذوا يستفسرون عن المتطلبات اللازمة لإنشاء هذا المتجر».
- لمساعدة أصحاب المعمل على تعرف متطلبات بناء متجرهم الإلكتروني، شارك أفراد مجموعتك في عمل ما يأتي:
 - تخيلوا أنفسكم أصحاب شركة لمنتجات معينة تعمل في مجال التجارة الإلكترونية.
 - قدموا تصورًا واضحًا لشكل الموقع الإلكتروني الخاص بترويج المنتج الذي ستسوقونه.
 - ارسموا مخططًا يبين شكل هذا الموقع.
- دون أنت وأفراد مجموعتك أهم المتطلبات اللازمة لإنشاء موقع التجارة الإلكترونية بناءً على التصور السابق.
- ناقش المعلم في ما توصلت إليه المجموعة.

- المكوّنات الأساسية للتجارة الإلكترونية:

- الشبكات (Networks): تُعرّف الشبكات بأنها سلسلة من الحواسيب التي يتصل بعضها ببعض، والتي تسمح بتبادل المعلومات، وإجراء الاتصالات في ما بينها إلكترونياً، وذلك بوساطة الألياف، أو خطوط الهاتف، أو الأقمار الصناعية.
- أسهمت الشبكات في تسهيل عملية تشارك المعلومات، وإيجاد روابط قوية جداً بين مستخدمي الشبكات في مختلف أنحاء العالم. وهي تمتاز بنقل البيانات بصورة سريعة، وتكلفة قليلة بغض النظر عن حجمها؛ ما ساعد على تسهيل عملية التواصل بين الأفراد.
- برمجيات التجارة الإلكترونية: هي برمجيات خاصة بالتجارة الإلكترونية تُسهّل عملية التواصل مع المستهلكين، مثل: البرمجيات الخاصة بعرض صور المنتجات، والبرمجيات الخاصة بالمستهلكين التي تتيح لهم اختيار المنتج، وتحديد طريقة الدفع.
- الأجهزة والمعدات الطرفية:
 - الأجهزة الذكية: تتطلب التجارة الإلكترونية استخدام جهاز ذكي مثل الحاسوب أو الهاتف الذكي ضمن مواصفات معينة.
 - المودم: هو جهاز يصل بين أجهزة الحاسوب الخاصة بالمستخدمين وشبكة الإنترنت عن طريق قنوات الاتصال.
 - قنوات الاتصال: يقصد بها وسائل الاتصال التي تتيح نقل البيانات بين أجهزة الحاسوب المختلفة، مثل خطوط الهاتف.
- الموارد البشرية: أدى استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة في عالم الأعمال عامةً، والتجارة الإلكترونية بوجه خاص إلى الاستغناء عن بعض الوظائف، ولكنه أسهم - بالمقابل - في إيجاد العديد من الوظائف وفرص العمل، مثل: خدمة المستهلكين الإلكترونية، والتصميم الجرافيكي، والتسويق الإلكتروني، ومتابعة طلبات الزبائن إلكترونياً.

- متطلّباتُ إنشاءِ موقعٍ للتجارةِ الإلكترونيّةِ:

يتطلّبُ إنشاءُ موقعٍ للتجارةِ الإلكترونيّةِ توافراً ما يأتي:

- الموقعُ الإلكترونيُّ: هو مساحةٌ إلكترونيّةٌ تُصمّمُ باستخدامِ برمجياتٍ مُتخصّصةٍ تحوي تصاميمَ جاذبةً، وواجهاتٍ أماميّةً تُستخدَمُ فيها لغاتٌ مختلفةٌ لجذبِ الزبائنِ.
- المنتجُ المرادُ تسويقهُ: يُصمّمُ دليلٌ للمنتجِ يتضمّنُ معلوماتٍ تفصيليّةً عنه، مثل: نوعه، وطبيعته، وسعره، فضلاً عن وضعِ صورٍ له.
- موقعُ الإعلاناتِ التجاريّةِ الإلكترونيّةِ: هو موقعٌ يعرّضُ إعلاناتٍ ومعلوماتٍ عامّةً عن المنتجِ؛ بغيةَ الترويجِ له في المواقعِ التجاريّةِ الإلكترونيّةِ، وتعريفِ أكبرِ عددٍ ممكنٍ منَ المُستهلكينَ به.
- طلبُ الشراءِ: يقصدُ به استخدامُ نماذجِ إلكترونيّةٍ، أو سلّةِ مشترياتٍ إلكترونيّةٍ لتأكيدِ طلبِ شراءِ منتجٍ مُعيّنٍ.
- تحديدُ طريقةِ الدفعِ: يُحدّدُ مالكُ موقعِ المتجرِ الإلكترونيِّ كيفيةَ الدفعِ بإحدى طرائقِ الدفعِ الإلكترونيِّ.

نشاط بيتي:



تملكُ سارةً متجرًا صغيرًا لبيع الإكسسوارات المتنوعة، وهي تستخدمُ الطريقةَ التقليديةَ في التعاملِ مع الزبائن وبيع المنتجات. هل تنصحُ سارةَ باستخدام التجارة الإلكترونية للتعامل مع الزبائن، وبيع المنتجات عن طريق الإنترنت؟ لماذا؟



١- ما المُكوّناتُ الأساسيّةُ للتجارةِ الإلكترونيّةِ؟

٢- اذكرُ متطلّباتِ إنشاءِ موقعٍ للتجارةِ الإلكترونيّةِ.

٣- برأيك، هلُ يجبُ أن يكونَ موقعُ الإعلاناتِ التجاريّةِ الإلكترونيّةِ منُ متطلّباتِ إنشاءِ الموقعِ الإلكترونيّ؟

نظرًا إلى طبيعة التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم أساسًا عن طريق شبكة الإنترنت؛ فإنه يصعب وضع الضوابط التنظيمية والقانونية التي تضمن الاستخدام الأمثل لشبكة الإنترنت، والمعاملات الإلكترونية التي تحدث خلالها؛ ما جعل المجتمعات الإلكترونية تعاني في الآونة الأخيرة انتهاكات للحقوق والخصوصيات الإلكترونية، وذلك في ظل انتشار الجريمة الإلكترونية، وهو ما دفع الدول إلى تكثيف جهودها للحد من انتشار هذه الجرائم التي تلحق الضرر بالأفراد، عن طريق التوعية، واستخدام الوسائل والتقنيات الأمنية، حيث لجأت الجهات الرسمية وغير الرسمية فيها إلى حماية منظومتها المعلوماتية بأنظمة حماية متطورة .

النشاط (١)

مفهوم الجريمة الإلكترونية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف مفهوم الجريمة الإلكترونية.

التعليمات

- شارك زملاءك في ذكر كلمات لها علاقة بمفهوم الجريمة الإلكترونية، ثم عرضوها على المعلم.
- شارك زميلك في صياغة تعريف لمفهوم الجريمة الإلكترونية، باستخدام الكلمات التي كتبت على اللوح.
- صغ أنت وزملاؤك جميعًا تعريفًا موحدًا لمفهوم الجريمة الإلكترونية.

الهدف

سيساعدك هذا النشاط على تعرف الجرائم الإلكترونية، وسبل مكافحتها.

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة من أربع مجموعات.
- تقف كل مجموعة في صف طويل.
- يتسلم الطالب الأول من كل مجموعة بطاقة معلومات من المعلم، ثم يقرأ المعلومات المدونة فيها، ثم يعيد البطاقة إلى المعلم.
- يخبر الطالب الأول من كل مجموعة الطالب الثاني الذي يليه في الصف بتلك المعلومات من دون أن يسمع بقية الطلبة، ثم ينقل الطالب الثاني هذه المعلومات إلى الطالب الثالث في مجموعته، وهكذا حتى تصل المعلومات إلى آخر طالب في كل مجموعة.
- يكتب آخر طالب من كل مجموعة هذه المعلومات في الدفتر الخاص بمجموعته.
- يجلس الطلبة جميعاً على مقاعدهم.
- شارك أفراد مجموعتك في مناقشة المعلومات خاصتها، ثم تبويبها كالآتي:
 - البند الأول: الجرائم الإلكترونية.
 - البند الثاني: مثال على الجرائم الإلكترونية.
- شارك أفراد مجموعتك في عرض ما توصلتم إليه على المجموعات الأخرى.
- ناقش المعلم في ما توصلتم إليه.
- شارك المعلم في مناقشة السؤالين الآتين:
 - هل يمكن سرقة جميع المعلومات والبيانات الخاصة بالأفراد، أو اختراقها؟ برّر إجابتك.
 - كيف يمكن حماية خصوصية الأفراد من الانتهاك والسرقة؟

- الجرائم الإلكترونية: هي جرائم تُستخدم فيها أجهزة حاسوبٍ موصولةً بشبكة الإنترنت لاختراق الشبكات، أو تخريبها، أو لأغراض التحريف، والتزوير، والسرقة والاختلاس، والقرصنة، وسرقة حقوق الملكية الفكرية.

- صور الجرائم الإلكترونية:

- سرقة البيانات وبيعها، مثل: السرقة العلمية للكتب والبحوث العلمية الأكاديمية، وسرقة الاختراعات.

- انتهاك الخصوصية، ونشر بيانات شخصية عن الأفراد، أو اختراق حساباتهم الإلكترونية، ونشر بيانات عنها، أو نشر بيانات عن سيرة الأفراد، وتزوير البيانات، واختراق الأنظمة التعليمية،

- التجسس الذي يتضمّن اعتراض البيانات، ومحاولة معرفة ما يقوم به الأفراد.

- قرصنة البيانات بغرض استخدامها في المعاملات المالية والسرقة والاحتيال، وسرقة الأرقام، والمتاجرة بها.

- القنابل البريدية التي تشمل إرسال فيروسات لتدمير البيانات بوساطة رسالة إلكترونية.

- وسائل مكافحة الجرائم الإلكترونية:

- تعريف الأفراد بماهية الجرائم الإلكترونية، ومخاطرها.

- الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالعناوين الإلكترونية، مثل: الحسابات البنكية، والبطاقات الائتمانية.

- عدم الكشف عن كلمة السرّ ألبتة، وتغييرها بصورة مستمرة، واختيار كلمات سرّ معقّدة.

- تجنب تخزين الصور الخاصة بالأفراد في مواقع التواصل الاجتماعيّ وأجهزة الحاسوب.

تذكّر

- الامتناع عن تحميل أيّ برنامج، أو فتح أيّ رسالة إلكترونية مجهولة المصدر.
- الاستمرار في تحديث برامج الحماية الخاصة بأجهزة الحاسوب.
- الحرص على استعمال رموز وكلمات سرّ للبرامج المخزنة في جهاز الحاسوب.
- عدم ترك جهاز الحاسوب مفتوحًا.
- فصل جهاز الحاسوب عن شبكة الإنترنت في حال عدم الاستخدام.

نشاط بيتي:



ابحث في شبكة الإنترنت عن بعض القوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، ثم لخص أهم القوانين التي تراها ضرورية، والتي لم يتضمنها القانون الأردني، ثم شارك المعلم والزملاء في ما تتوصل إليه.



١- برأيك، لماذا تسعى الدول إلى حماية منظومتها المعلوماتية بأنظمة حماية فاعلة؟

٢- صنّف الأحداث الآتية إلى أنواع الجريمة الإلكترونية التي تمثلها:

أ - إنشاء شركة الاتحاد موقعا وهمياً لبيع الأحذية.

ب- إصدار شركة إيمان تراخيص لمجموعة من المحال التجارية، تتضمن معلومات غير صحيحة.

ج - تقديم شركة بلال معلومات تخص أحد عملائها إلى شركة النخبة.

أولاً: مفهوم التسويق الإلكتروني.

يُعدُّ التسويق أهمَّ عوامل النجاح والانتشار للمنتجات والمعلومات، وقد أصبح التسوق عن طريق شبكة الإنترنت، أو ما يُعرف بالتسويق الإلكتروني متاحاً للجميع، بحيث يُمكن للمستهلك اختيار ما يرغب من المنتجات التي يبحث عنها في دقائق معدودات، وطلبها لتصل إليه في أسرع وقت، وأسهل طريقة. وبالمثل، فقد أخذت الشركات تستخدم التسويق الإلكتروني في الترويج لمنتجاتها؛ ما أسهم في الانتشار السريع لهذه المنتجات في مختلف أنحاء العالم، وقد ساعدها على ذلك انخفاض تكلفة هذا النوع من التسويق الذي مكنها من دخول أسواق كثيرة، وجذب مُستهلكين جدد.

التسويق الإلكتروني.

النشاط (١)

سيساعدك هذا النشاط على تعرف التسويق الإلكتروني.

الهدف

التعليمات

- ستعمل في هذا النشاط على نحو فردي.

- ادرس الحالة الآتية:

«تعمل فاطمة في محل صغير مُتخصِّص في تنسيق الأزهار للمناسبات والأفراح. وبالرغم من رضا الزبائن الذين يتعاملون معها، وثنائهم المستمر على جودة منتجاتها، فإن عددهم كان قليلاً. خطرت لفاطمة فكرة يمكنها جذب عدد أكبر من الزبائن؛ إذ عمدت إلى تصوير بعض التنسيقات التي جهزتها سلفاً، ثم

نشرتْها على صفحتها في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (facebook)؛ تسويقًا لمنتجاتها إلكترونيًا، ورغبةً في وصولها إلى أكبر عددٍ من الأشخاص. وقد كتبت عباراتٍ جاذبةً بيّنت فيها أنّها تتسوّق الأزهار بطريقةً جميلةً، وتبيّعها بأسعارٍ مناسبةً.

بعد وقتٍ قصيرٍ، لاحظتْ فاطمةٌ أنّ الإقبالَ على منتجاتها قد زاد أكثرَ من ذي قبل، فأخذتْ تُقدّم عروضًا متنوعةً لجذبِ زبائنٍ أكثر، وقد اشتملتِ العروضُ على شراءِ تنسيقٍ واحدةٍ من الأزهار ذاتِ الحجمِ الكبيرِ بمبلغِ ١٥ دينارًا، والحصولِ على واحدةٍ أخرى صغيرةٍ مجانًا، أو شراءِ تنسيقتينِ اثنتينِ من الأزهارِ ذاتِ الحجمِ الكبيرِ بمبلغِ ٢٥ دينارًا بدلًا من ٣٠ دينارًا. وفي نهاية المطاف، استطاعتْ فاطمةٌ جذبَ الكثيرِ من الزبائنِ من مختلفِ مناطقِ المملكة، وعملتْ على توسيعِ محلّها، وتوظيفِ بعضِ الأفرادِ لمساعدتها في أعمالِ تسويقِ الأزهارِ، وتوزيعها على الزبائنِ.

- أجبَ عن الأسئلة الآتية:

- ما مجالُ عملِ فاطمة؟
- هل كان لديها زبائنٌ كثيرون؟ وماذا؟
- فيمَ فكّرتْ فاطمةٌ لجذبِ الزبائنِ؟
- ما المقصودُ بالتسويقِ الإلكترونيِّ؟
- ما فوائدُ التسويقِ الإلكترونيِّ؟
- ما الطرائقُ التي استخدمتها فاطمةٌ في عرضِ منتجاتها إلكترونيًا؟
- هل توجدُ طرائقُ أخرى يُمكنُ استعمالها لعرضِ المنتجاتِ إلكترونيًا؟
- اذكرْ ما تعرفه من أدواتِ التسويقِ الإلكترونيِّ، مُبيّنًا آلياتِ التسويقِ بهذه الأدوات.
- والآن، ستعملُ ضمنَ مجموعةٍ من أربعِ مجموعات.
- شاركْ أفرادَ مجموعتكِ في استنتاجِ أكبرِ قدرٍ ممكنٍ من أدواتِ التسويقِ الإلكترونيِّ، مُوضّحينَ طرائقَ التسويقِ بهذه الأدوات.
- اعرضْ ما توصلتَ إليه المجموعةُ على المجموعاتِ الأخرى.

ثانياً : خطواتُ الشراءِ الإلكترونيِّ.

أسهمَ التسوُّقُ الإلكترونيُّ في توفيرِ الوقتِ والجهدِ على المُستهلكينَ، وساعدهمُ على تعرُّفِ نوعيةِ المُنتجاتِ المطروحةِ في السوقِ. وهو يقومُ على جملةٍ من المتطلِّباتِ التي يجبُ توفيرُها؛ ليتمكَّنَ المُستهلكُ من التعاملِ الأمثلِ مع هذا النوعِ من التسوُّقِ، إلى جانبِ مجموعةٍ من النصائحِ الخاصةِ بالتسوُّقِ التي يتعيَّنُ عليه الالتزامُ بها؛ ليتمكَّنَ من إتمامِ عمليةِ الشراءِ الإلكترونيِّ بصورةٍ صحيحةٍ، بعيداً عن المخاطرِ والمعوقاتِ.

الشراءُ الإلكترونيُّ.

النشاطُ (١)

سيساعدُك هذا النشاطُ على تعرُّفِ خطواتِ الشراءِ الإلكترونيِّ.

الهدفُ

التعليماتُ

- ستعملُ ضمنَ مجموعةٍ.
- شاركُ أفرادَ مجموعتكِ في ترتيبِ خطواتِ الشراءِ الإلكترونيِّ المبينةِ أدناه في الشكلِ (٤-٢).
- اعرضُ ما توصَّلتَ إليه المجموعةُ على المجموعاتِ الأخرى.
- شاركُ أفرادَ مجموعتكِ في مناقشةِ الإجراءاتِ المتعلقةِ بكلِّ خطوةٍ من خطواتِ الشراءِ الإلكترونيِّ.
- ناقشِ المعلمُ في النتائجِ التي توصَّلتَ إليها المجموعةُ.



الشكل (٤-٢): خطوات الشراء الإلكتروني.

- التسويق الإلكتروني: هو طريقة لترويج المنتجات إلكترونياً باستخدام شبكة الإنترنت بهدف الوصول إلى العملاء الذين تقدم لهم هذه المنتجات.

- فوائد التسويق الإلكتروني:

- استقطاب الزبائن: يساعد انتشار شبكة الإنترنت في معظم أنحاء العالم على جذب زبائن جدد.
- خفض التكاليف: يشمل ذلك تقليل عدد الموظفين، والحد من تكاليف السفر والطباعة.
- تعزيز التنافس بين الشركات: يتيح التسويق الإلكتروني للزبائن حرية الاطلاع على مختلف المنتجات، واختيار أفضلها؛ ما يزيد حدة التنافس بين الشركات المنتجة على جذب الزبائن.
- رضا العملاء: يسعى البائعون إلى تحقيق رغبات العملاء إلكترونياً، وتلبية حاجاتهم، والإجابة عن استفساراتهم سريعاً.
- خفض سعر المنتج: يعزى ذلك إلى عوامل عدة، أهمها تخفيض التكاليف في الأسواق الإلكترونية، ممثلة في تكاليف الإنتاج، وتكاليف التسويق والنقل، وتكاليف الطباعة والتغليف والسفر.
- استحداث قنوات توزيع جديدة: لما كان التفاعل بين طرفي عملية التبادل يتم من دون وسطاء، فقد ظهرت شركات تعمل على تسهيل عملية التبادل بين البائعين والمشتريين. ويطلق على هذه الشركات اسم وسطاء الأسواق الإلكترونية؛ إذ يتولون تحديد أهم الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني لكل من الشركات والعملاء.

- أدوات التسويق الإلكترونيّ:

- التسويق بواسطة محركات البحث: يُمكن للمُستهلك أن يبحث عن المُنتجات باستخدام محركات البحث التي أشهرها: جوجل (Google.com)، وياهو (Yahoo.com).
- التسويق عن طريق شبكات التواصل الاجتماعيّ: يُمكن للبائع استقطاب العملاء والزبائن باستخدام المنتديات، وموقعه الإلكترونيّ في وسائل التواصل الاجتماعيّ، مثل: فيسبوك (Facebook.com)، ولينكد إن (LinkedIn.com).
- التسويق الإلكترونيّ بواسطة التناقل الإلكترونيّ: يُقصد بذلك نقل الرسائل التسويقية تلقائيًا عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ، بمجرد الضغط مثلًا على خصيصتي إعجاب (Like)، ومشاركة (Share) في موقع التواصل الاجتماعيّ فيسبوك (facebook).
- التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونيّة: تمتاز هذه الأداة بالفاعلية والتكلفة القليلة، وقد تتضمن النصوص، والصور، ومقاطع الفيديو والصوت، وغير ذلك.
- التسويق بواسطة الهاتف المحمول: يُقصد بذلك إيصال المعلومة المتعلقة بمنتج ما إلى الزبائن عن طريق مراسلتهم عبر هواتفهم المحمولة باستخدام التقنيات المتوافرة، مثل إرسال الرسائل النصية والرسائل الصوتية عن طريق تطبيق واتس آب (Whatsapp).

- خطواتُ الشراءِ الإلكترونيّ:

- إعدادُ نموذجِ (طلبِ) الشراءِ: يجبُ توفيرُ نموذجٍ لطلبِ الشراءِ حتى يتسنى للمشتري طلبُ المنتجِ الذي نالَ إعجابَهُ لحظةَ اختيارِهِ لَهُ.
- ملءُ نموذجِ الشراءِ أو التسجيلِ: يملأُ المشتري النموذجَ الذي يُعرِّفُهُ بطرائقِ الدفعِ والشحنِ والتوصيلِ، ويختارُ طريقةَ الدفعِ التي تناسبُهُ، أو التسجيلِ في المتجرِ الإلكترونيِّ المرادِ الشراءَ مِنْهُ، ثمَّ القيامَ بعمليةِ الشراءِ عن طريقِ حسابِهِ الذي فتحَهُ في المتجرِ الذي يمتلكُ السلعةَ المختارةَ.
- بياناتُ الدفعِ الإلكترونيِّ: تكتملُ عمليةُ دفعِ المشتري لثمنِ المنتجِ الذي اختارَهُ لحظةَ إدخالِهِ بياناتِ بطاقةِ الائتمانِ، أو استخدامِهِ أيِّ وسيلةٍ دفعٍ إلكترونيةٍ يُوفِّرُها المتجرُ الإلكترونيُّ.



- إرسالُ النموذجِ إلى شركةِ الشحنِ: يجري تصديرُ طلبِ المشتري إلى شركةِ الشحنِ التي اختارَها.

- إرسالُ المنتجِ إلى المستهلكِ: تُرسلُ شركةُ الشحنِ المنتجَ إلى المكانِ الذي يُحدِّدُهُ المشتري، وتُسلِّمُهُ إِيَّاهُ.

والشكلُ (٣-٤) المجاورُ يوضِّحُ هذه الخطواتِ.

الشكلُ (٣-٤): خطواتُ الشراءِ الإلكترونيِّ.



نشاط بيتي:



ابحث في شبكة الإنترنت عن إعلان مُنتج مُعين رُوِّجَ له بإحدى أدوات التسويق الإلكتروني، ثم شارك المعلمَ والزملاء في ما تتوصل إليه.



١- وضح المقصود بالتسويق الإلكتروني.

٢- ناقش العبارة الآتية: «التسويق الإلكتروني يسهم في خفض سعر المنتج».

٣- عدد أهم أدوات التسويق الإلكتروني.

٤- اذكر خطوات عملية الشراء عن طريق الإنترنت.

أدى اتساع نطاق العمليات التجارية الإلكترونية إلى نشوء ما يُسمى أنظمة الدفع الإلكتروني؛ وهي مجموعة من البرمجيات تتيح للمستفيد منها شراء منتج، ودفع قيمته إلكترونياً، وذلك باقتطاع مبلغ مالي من الحساب البنكي للمشتري، أو استخدام بطاقات الدفع المختلفة التي يتعامل بها المشتري مع المؤسسات غير البنكية.

تقوم منظومة الدفع الإلكترونية على مجموعة من القواعد والقوانين التي تكفل السرية والحماية لإجراءات الشراء، وضمان وصول المنتج إلى المشتري.

النشاط (١)

عناصر عملية الدفع الإلكتروني.

سيساعدك هذا النشاط على تعرف عناصر عملية الدفع الإلكتروني.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة من خمس مجموعات.
- شارك أفراد مجموعتك في مناقشة عنصر واحد من عناصر عملية الدفع الإلكتروني التي يحددها المعلم كالاتي:
- المجموعة الأولى: الزبون.
- المجموعة الثانية: التاجر.
- المجموعة الثالثة: المصدر الخاص بعملية الدفع.

- المجموعة الرابعة: التعليمات والقوانين.
- المجموعة الخامسة: وسيلة الدفع المتبعة.
- شارك أفراد مجموعتك في بيان مدى ارتباط هذا العنصر بعملية الدفع الإلكتروني.
- اعرض ما توصلت إليه المجموعة على المجموعات الأخرى.

النشاط (١)

بطاقات الدفع الإلكتروني.

سيساعدك هذا النشاط على تمييز بطاقات الدفع الإلكتروني بعضها من بعض.

الهدف

التعليمات

- ستعمل ضمن مجموعة من ثلاث مجموعات.
- يوزع المعلم على كل مجموعة ورقة عمل تمثل دراسة حالة.
- شارك أفراد مجموعتك في دراسة الحالة التي يُحددها لكم المعلم، واستخلص ما يأتي:
 - نوع البطاقة المستخدمة.
 - مزايا استخدام البطاقة.
 - نوع الرصيد المتوافر في البطاقة.
 - طريقة الدفع عند الشراء باستخدام البطاقة.
 - طريقة سداد العميل للبنك.
- بعد الانتهاء من دراسة الحالة، شارك أفراد مجموعتك في عرضها، مُبيِّناً النتائج التي توصلت إليها.

تعملُ رهامُ في شركةٍ تجاريةٍ براتبٍ ٦٠٠ دينارٍ شهريًّا. ولما كانَ العملُ في الشركةِ ينتهي الساعةَ الرابعةَ عصرًا؛ أيُّ بعدَ انتهاءِ دوامِ البنوكِ الرسميِّ، فقدِ اعتادتِ المغادرةَ في أثناءِ العملِ عندَ حاجتها إلى سحبِ مبلغٍ من راتبها، وتعدَّرتُ عليها في كثيرٍ من الأحيانِ شراءَ حاجياتها لعدمِ توافُرِ ما يكفي من النقودِ معها. أشارَ عليها زميلُها فادي أنْ تحصلَ على بطاقةِ الخصمِ (Debit card) لحلِّ مشكلتها، فذهبتُ إلى البنكِ، والتقتُ أحدَ الموظفين، ودارَ بينهما الحوارُ الآتي:

الموظفُ: أهلاً بكِ يا أنسة، كيفَ أستطيعُ مساعدتكِ؟

رهامُ: مرحبًا، أودُّ الحصولَ على بطاقةِ (Debit card).

الموظفُ: هلَ لديكِ حسابٌ باسمكِ في البنكِ؟

رهامُ: نعم، لديَّ حسابُ الراتبِ، فهلَ يُمكنني الحصولُ عليها؟

الموظفُ: نعم، يُمكنكِ ذلكَ.

رهامُ: لكنِّي لا أعرفُ شيئًا عن مزايا هذهِ البطاقةِ، فهلَ لكِ أنْ تُطلِّعني عليها؟

الموظفُ: نعم، يُمنَحُ الشخصُ هذهِ البطاقةَ إذا كانَ لديهِ حسابٌ في البنكِ، ويُمكنه استخدامُ الرصيدِ المتوافرِ فيها متى شاءَ.

رهامُ: كيفَ ذلكَ؟

الموظفُ: يستطيعُ حاملُ البطاقةِ (العميلُ) إجراءَ عملياتِ السحبِ منها باستخدامِ آلاتِ الصرافِ الآليِّ، ودفعِ فاتورةِ مشترياتهِ بخصمِ قيمةِ الفاتورةِ من حسابهِ البنكيِّ بكلِّ يسرٍ وسهولةٍ.

رهامُ: هلَ يُمكنُ للعميلِ دفعُ قيمةِ فاتورةِ المشترياتِ بغَضِّ النظرِ عن المبلغِ؟

الموظفُ: نعم، يُمكنه ذلكَ، ولكنَّ شريطةَ ألا تتجاوزَ قيمةَ الفاتورةِ الرصيدَ المتوافرَ في حسابهِ البنكيِّ.

رہام: هل يتعين على العميل بعد إتمام عملية الشراء القدوم إلى البنك لخصمها من حسابه؟

الموظف: لا يا آنسة، فعند الانتهاء من عملية الشراء تُحوّل قيمة المشتريات إلى البائع مباشرةً بواسطة البطاقة؛ أي إن الخصم يتم مباشرةً من الحساب الجاري للعميل، بحيث يتسلم البائع قيمة المشتريات بتحويل المبلغ له من البنك مباشرةً.

رہام: ولكن، إذا لم يتوافر رصيد كافٍ في الحساب الجاري، فماذا يحدث؟

الموظف: لا يمكن للعميل إتمام عملية الشراء في حال عدم توافر رصيد في حسابه البنكي، أو عدم كفايته؛ إذ تُرفض عملية الدفع الإلكتروني، فتُلغى عملية الشراء.

رہام: هل لك أن توضح لي هذا الأمر بتفصيل أكثر؟

الموظف: نعم، إذا توافر مبلغ ١٢٠ ديناراً في الحساب البنكي الموصول بهذه البطاقة، فسيُخصم منه ١٠٠ دينار عند الشراء بقيمة ١٠٠ دينار، ويصبح رصيد الحساب ٢٠ ديناراً فقط. وعند الشراء مرةً أخرى بقيمة ٥٠ ديناراً، فإن عملية الدفع الإلكتروني باستخدام هذه البطاقة ستُظهر عدم كفاية الرصيد، فتُرفض البطاقة، ويتعذر على العميل إتمام عملية الشراء.

رہام: حسناً، لقد فهمت ذلك جيداً.

الموظف: هل لديك استفسارات أخرى؟

رہام: نعم، هل يترتب على استخدام البطاقة أي فوائد؟

الموظف: لا، لا تُفرض أي فوائد على استخدامها.

رہام: لنبدأ الإجراءات اللازمة للحصول على البطاقة بعد إذنك.

الموظف: حسناً.

يعملُ صالحٌ موظفًا في إحدى المؤسسات الحكومية براتبٍ شهريٍّ مقداره ٥٠٠ دينار، وهو يعيلُ زوجةً وأطفالًا، ولديه الكثيرُ من الالتزاماتِ والمصروفاتِ الشهرية التي يصلُ مجموعها ٣٥٠ دينارًا، فلا يبقى من الراتبِ سوى ١٥٠ دينارًا للمصروفِ الشخصيِّ. أرادَ صالحٌ شراءَ جهازِ حاسوبٍ بمبلغِ ٨٠٠ دينارٍ، ولكنه لا يستطيعُ دفعَ هذا المبلغِ مرةً واحدةً، ولمْ يتمكنْ من الاتفاقِ مع البائعِ على دفعِ ثمنِ الجهازِ بصورةِ أقساطٍ شهريةٍ منتظمةٍ، فاقترحَ عليه والدهُ أنْ يذهبَ إلى البنكِ الذي يتعاملُ معه، ويطلبَ إليه الحصولَ على إحدى البطاقاتِ الائتمانية (Credit card). في اليومِ التالي ذهبَ صالحٌ إلى البنكِ، والتقى أحدَ الموظفين، وسألهُ عن كيفية الحصولِ على بطاقةٍ ائتمانيةٍ، ودارَ بينهما الحوارُ الآتي:

الموظفُ: أهلاً بك، كيف أستطيعُ خدمتكُ؟

صالحٌ: أريدُ الحصولَ على بطاقةٍ ائتمانيةٍ (Credit card)؟

الموظفُ: هل تعرفُ مزايا هذه البطاقةِ، وكيفية استخدامها؟

صالحٌ: لا، أرجو أنْ توضحَ لي ذلك.

الموظفُ: حسنًا، يمنحُ البنكُ حاملَ هذه البطاقةِ (العميلُ) تسهيلاتٍ ائتمانيةً (قرضٌ صغيرٌ)، بحيثُ يمكنهُ الشراءَ ضمنَ رصيدِ البطاقةِ.

صالحٌ: كيف تُستخدمُ هذه البطاقةُ؟

الموظفُ: يمكنُ لحاملِ البطاقةِ أنْ يستخدمَهَا في إتمامِ عملياتِ الشراءِ التي يريدُ، بحيثُ يكونُ الدفعُ من الرصيدِ المتوافرِ فيها، فيُخصمُ الثمنُ مباشرةً من رصيدِ البطاقةِ الكليِّ. صالحٌ: هذا يعني أنْ حاملَ البطاقةِ يستطيعُ التصرفَ برصيدِها الذي منحهُ إياهُ البنكُ.

ولكن، كيف تكونُ عمليةُ السدادِ للبنكِ؟

الموظفُ: أجل، ما قلتهُ صحيحٌ؛ فالعميلُ يدفعُ ثمنَ مشترياته من رصيدِ البطاقةِ الذي

يُمنحهُ إياهُ البنكُ، ويمكنهُ تسديدُ كاملِ المبلغِ المسحوبِ مِنَ البطاقةِ، أو جزءٍ منه بصورةِ دفعاتٍ منتظمةٍ بحسبِ الاتفاقِ معِ البنكِ.

صالحٌ: هلُ يستطيعُ العميلُ اختيارَ طريقةِ السدادِ التي تناسبُهُ؟
الموظفُ: نعم، يستطيعُ ذلكَ.

صالحٌ: هلُ يترتّبُ على استخدامِ البطاقةِ أيُّ فوائدٍ؟

الموظفُ: إذا كانَ تسديدُ المبلغِ المسحوبِ كاملاً (أي بنسبةِ ١٠٠٪) فإنه لا يترتّبُ على ذلكِ أيُّ فوائدٍ، ولكنْ في حالِ كانَ التسديدُ بصورةِ دفعاتٍ شهريةٍ فإنَّ العميلَ يدفعُ فوائدَ بحسبِ النسبةِ التي اتّفقَ عليها معِ البنكِ.

صالحٌ: حسناً، ولكنْ إذا كانَ التسديدُ يتمُّ بصورةِ دفعاتٍ شهريةٍ، ولمْ يتمكنِ العميلُ من السدادِ في الوقتِ المُحدّدِ، فماذا يحصلُ؟

الموظفُ: عندئذٍ تُوجَلُ الدفعةُ الحاليةُ إلى الشهرِ الذي يليه، ويترتّبُ على ذلكِ فوائدٌ ماليةٌ (غراماتٌ تأخير) تُضافُ إلى قيمةِ الدفعةِ المتفقِ عليها، ولكنْ في حالِ الانتظامِ في تسديدِ الدفعاتِ فلا يُلزمُ العميلُ بدفعِ أيِّ فوائدٍ إضافيةٍ.

صالحٌ: حسناً، لنبدأَ الإجراءاتِ اللازمةَ للحصولِ على البطاقةِ.
الموظفُ: على الرحبِ والسعةِ.

ورقةُ العملِ (٤-٢): دراسةُ الحالةِ (٢).

قَرَّرْتُ مَيْسَمُ أَنْ تَحْصَلَ عَلَى بَطَاقَةِ دَفْعِ الْإِلِكْتْرُونِيِّ مِنْ أَحَدِ الْبَنُوكِ لِتَتَمَكَّنَ مِنْ دَفْعِ أَثْمَانِ مَشْتَرِيَاتِهَا مِنْ دُونِ أَنْ تُضْطَرَّ إِلَى حَمْلِ النُّقُودِ، فَتُوجَّهَتْ إِلَى الْبَنْكِ، وَاسْتَفْسَرَتْ مِنْ أَحَدِ الْمَوْظِفِينَ عَنِ إِمْكَانِيَةِ الْحَصُولِ عَلَى هَذِهِ الْبَطَاقَةِ، وَدَارَ بَيْنَهُمَا الْحَوَارُ الْآتِي:

مَيْسَمُ: مَرْحَبًا، هَلْ يُمَكِّنُنِي الْحَصُولُ عَلَى إِحْدَى بَطَاقَاتِ الدَّفْعِ الْإِلِكْتْرُونِيِّ؟

الْمَوْظِفُ: أَهْلًا وَسَهْلًا، دَعِينِي بَدَايَةَ أُسْتَوْضِحْ مِنْكَ: هَلْ لَدَيْكَ حَسَابٌ جَارٍ فِي الْبَنْكِ؟

مَيْسَمُ: لَا، لَا أَمْلِكُ أَيَّ حَسَابٍ فِي الْبَنْكِ.

الْمَوْظِفُ: هَلْ تَعْمَلِينَ فِي وَظِيفَةٍ مَا؟

مَيْسَمُ: لَا، لَا أَعْمَلُ فِي أَيِّ وَظِيفَةٍ.

الْمَوْظِفُ: هَلْ لَدَيْكَ دَخْلٌ مَالِيٌّ؟

مَيْسَمُ: نَعَمْ، فَأَنَا أَمْلِكُ شَقَّةً سَكْنِيَّةً، وَأَحْصَلْتُ عَلَى مَبْلَغِ ٣٥٠ دِينَارًا شَهْرِيًّا مِنْ إِيجَارِهَا.

الْمَوْظِفُ: هَلْ لَدَيْكَ إِثْبَاتٌ عَلَى ذَلِكَ الدَّخْلِ؟

مَيْسَمُ: نَعَمْ، لَدَيَّ عَقْدُ الْإِيجَارِ.

الْمَوْظِفُ: حَسَنًا، أَقْتَرِحُ عَلَيْكَ التَّقَدُّمَ بِطَلْبِ إِصْدَارِ بَطَاقَةِ التَّسْجِيلِ عَلَى الْحَسَابِ (Charge Card).

مَيْسَمُ: مَا طَبِيعَةُ هَذِهِ الْبَطَاقَةِ؟

الْمَوْظِفُ: يَمْنَحُ الْبَنْكُ حَامِلَ الْبَطَاقَةِ قَرْضًا صَغِيرًا مُحَدَّدًا، يُمَكِّنُ الْإِفَادَةَ مِنْهُ مَدَّةً زَمْنِيَّةً مُحَدَّدَةً، بَحَيْثُ يَسْتَطِيعُ الْعَمِيلُ اسْتِخْدَامَ الْبَطَاقَةِ فِي التَّسْوِيقِ وَالشِّرَاءِ، وَالدَّفْعَ فَوْرًا إِلَى الْبَائِعِ.

مَيْسَمُ: مَنْ الَّذِي يَدْفَعُ إِلَى الْبَائِعِ؟

الْمَوْظِفُ: الْبَنْكُ هُوَ الَّذِي يَدْفَعُ قِيَمَةَ الْمَشْتَرِيَاتِ حَالًا وَصُولِ الْفَاتُورَةِ مِنَ الْبَائِعِ.

مَيْسَمُ: مَاذَا يَتَرْتَّبُ عَلَى الْعَمِيلِ لِقَاءَ ذَلِكَ؟

الموظف: يتعين على العميل عندئذ التسديد لاحقاً للبنك ضمن المدّة الزمنية المحدّدة.
ميسم: هل يوجد حدّ أعلى للشراء بهذه البطاقة؟
الموظف: نعم، يوجد سقف أعلى للشراء بالبطاقة يُحدده الاتفاق الموقع بين العميل والبنك.
ميسم: هل يترتب على استخدام البطاقة أي فوائد؟
الموظف: لا، لا يترتب على استخدام البطاقة أي فوائد.
ميسم: هل يمكن للعميل تأجيل سداد المبلغ بعد المدّة التي اتفقَ عليها مع البنك؟
الموظف: لا، لا يمكنه تأجيل عملية السداد؛ إذ إنه ملزم بدفع قيمة الفاتورة حالما يُصدرها
البائع، ويُرسَلها إلى البنك.
ميسم: لنبدأ الإجراءات اللازمة للحصول على البطاقة بعد إذنك.
الموظف: حسناً.

ورقة العمل (٤-٣): دراسة الحالة (٣).

• عناصر عملية الدفع الإلكتروني:

- ١- الزبون (المشتري، الدافع): الجهة التي تتولى عملية الدفع الإلكتروني لقاء الحصول على المنتج.
- ٢- التاجر (البائع، المستفيد): الجهة التي تتسلم القيمة (النقود) لقاء بيعها المنتج إلكترونياً.
- ٣- المصدر الخاص بعملية الدفع: المؤسسات المالية غير البنكية التي تعمل على تنشيط الصفقات، وتحويلها إلى الحسابات البنكية، وتعد هذه المؤسسات الطرف الثالث في عملية التسويق الإلكتروني، من مثل: (Cyber Cash).
- ٤- التعليمات والقوانين: يقصد بذلك الإجراءات القانونية ولوائح التعليمات التي تحدد المسؤوليات، وعلاقة الأفراد بالمؤسسات في أثناء عملية الدفع الإلكتروني.
- ٥- أداة (وسائل) الدفع: الوسائل التي تمكن الزبائن من تحويل الأموال إلى التجار.

• الدفع الإلكتروني:

- ١- الدفع الإلكتروني: منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية والمصرفية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكتروني الآمنة. وتعمل هذه المنظومة ضمن مظلة من القواعد والقوانين التي تكفل السرية والحماية لإجراءات الشراء، وضمان وصول المنتج إلى المشتري.
- ٢- بطاقات الدفع الإلكتروني: بطاقات بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية تُستخدم في أغراض الشراء، ويوجد منها أنواع عدة، أبرزها:

- البطاقة المدينة : (Debit Card) بطاقة يُصدِرُها البنكُ، وتكونُ مرتبطةً بالحسابِ الجاري للعميلِ في البنكِ الذي أصدرَ البطاقةَ. وقد تُصدِرُ المؤسساتُ الماليةُ الأخرى هذا النوعَ من البطاقاتِ شريطةَ إيداعِ العميلِ مبلغاً من المالِ لدى المؤسسةِ الماليةِ المُصدِرةِ للبطاقةِ. ويُمكنُ للعميلِ شراءَ حاجاتهِ من أيِّ مكانٍ، ودفعَ قيمتها باستخدامِ هذهِ البطاقةِ عن طريقِ الآلاتِ الإلكترونيةِ المتوافرةِ في المحالِّ التجاريةِ، بحيثُ تُخصَمُ قيمةُ المشترياتِ من رصيدِ بطاقةِ العميلِ.

يتطلَّبُ استخدامُ هذهِ البطاقةِ إدخالَ العميلِ الرقمِ الخاصِّ بالبطاقةِ، ولا يسمحُ بإتمامِ عمليةِ الشراءِ إذا قلَّ رصيدُ الحسابِ المربوطِ بالبطاقةِ عن قيمةِ الشراءِ. وكلما استخدمَ العميلُ البطاقةَ خصَمَ من رصيدِ الحسابِ المرتبطِ بها؛ إذ يتولَّى البنكُ أو المؤسسةُ الماليةُ المُصدِرةُ للبطاقةِ السحبَ مباشرةً من حسابِهِ لسدادِ قيمةِ الفاتورةِ التي تردُّ من التاجرِ. هذهِ البطاقةُ تُشبهُ بطاقةَ الصرَّافِ الآليِّ (ATM) التي درستها في الصفِّ الثامنِ، ويكمنُ الاختلافُ بينهما في أنَّ بطاقةَ الصرَّافِ الآليِّ تتيحُ للعميلِ فقط إجراءَ عملياتِ السحبِ.

- بطاقةُ الائتمانِ : (Credit Card) بطاقةُ تُصدِرُ عن البنكِ أو أيِّ مؤسسةٍ ماليةٍ يتعاملُ معها العميلُ، وتمكِّنه من شراءِ المنتجاتِ من الأماكنِ المختلفةِ، وهي لا تشترطُ توافراً رصيدِ للعميلِ في حسابِهِ الخاصِّ.

تقومُ فكرةُ البطاقةِ على إيداعِ البنكِ أو المؤسسةِ الماليةِ (مُصدِرِ البطاقةِ) مبلغاً من المالِ من حسابِ البنكِ في الحسابِ الشخصيِّ للعميلِ ضمنَ تسهيلاتِ ائتمانيةٍ (عمليةٌ أشبهُ بالقرضِ). ويستطيعُ العميلُ استخدامَ هذهِ البطاقةِ في شراءِ مستلزماته ثمَّ التسديدَ لاحقاً بإحدى طريقتين؛ الأولى: دفعِ المبلغِ الذي استخدمَهُ في عمليةِ الشراءِ كاملاً؛ أيّ بنسبةِ (١٠٠٪)، فلا يترتَّبُ عليه أيُّ فوائدٍ ماليةٍ. والثانية: دفعِ المبلغِ بصورةٍ جزئيةٍ؛ أيّ بنسبةٍ

(٥٪، أو ١٠٪، أو ١٥٪، أو ٢٥٪)، عندئذٍ يُلزمُ العميلُ بدفعِ فوائدٍ ماليةٍ مُتَّفَقٍ عليها. وفي حالِ الاتِّفَاقِ على الدِّفعِ بصورةٍ جزئيةٍ يُمكنُ للعميلِ دفعُ المبلغِ بصورةٍ دفعاتٍ منتظمةٍ، فلا يترتَّبُ عليه غراماتٌ ماليةٌ، أو تسديدهُ بصورةٍ دفعاتٍ غيرِ منتظمةٍ، فيدفعُ غرامةً ماليةً مُحدَّدةً عن كلِّ يومٍ تأخيرٍ.

- بطاقةُ التسجيلِ على الحسابِ (Charge Card) بطاقةٌ يُصدِّرها البنكُ أو المؤسسةُ الماليةُ للعميلِ، وهي تُشبهُ البطاقةَ الائتمانيةَ، غيرَ أنَّ المدَّةَ ومبلغَ السحبِ هنا مُحدَّدان. تتيحُ هذه البطاقةُ للعميلَ التسوقَ ثمَّ التسديدَ في وقتٍ لاحقٍ؛ شريطةً دفعِ مبلغِ فاتورةِ الشراءِ كاملاً في الوقتِ المُحدَّدِ المُتَّفَقِ عليه عندَ إصدارِ البطاقةِ، ولا يُمكنُ للعميلِ تدويرُ المبلغِ إلى أيِّ شهرٍ آخرَ، ولا تُفرضُ أيُّ فوائدٍ عليه؛ إذ إنَّ الجهةَ التي تُصدِّرُ البطاقةَ تُلزمُ العميلَ بدفعِ رسومٍ عندَ إصدارِها، أو تجديدها.

نشاط بيتي:



مُستعيناً بشبكة الإنترنت، زُرْ أحدَ مواقع التجارة الإلكترونية، وتصفحْ محتوياته، واطَّلِعْ على تفاصيل عمليات الشراء وطريقة الدفع التي يعتمدها، ثمَّ شاركِ المعلمَ والزملاء في ما تتوصلُ إليه.



١- ما المقصودُ بالدفعِ الإلكترونيّ؟

٢- عدّد عناصرَ عمليةِ الدفعِ الإلكترونيّ.

٣- ما الفرقُ بينَ بطاقاتِ الائتمانِ وبطاقاتِ التسجيلِ على الحسابِ؟

١- عرّف المصطلحات والمفاهيم الآتية:

أ - التجارة الإلكترونية:

ب - التسويق الإلكتروني:

ج - الدفع الإلكتروني:

٢- هاتِ مثالاً واحداً على كل نوع من أنواع التجارة الإلكترونية الآتية:

أ- مُستهلك إلى شركة.

ب- شركة إلى شركة.

ج - شركة إلى مُستهلك.

د- مُستهلك إلى مُستهلك.

٣- برأيك، كيف يُمكنُ تفعيلُ التجارةِ الإلكترونيّةِ في منطقتك؟

٤- أيُّ أنواعِ الدفعِ الإلكترونيّ تُفضّلُ؟ لماذا؟

٥- يعملُ عادلٌ في تجارةِ السياراتِ، فهل تنصّحه باستخدامِ التجارةِ الإلكترونيّةِ في تعاملاته؟
لماذا؟

٦- ضعُ إشارة (✓) إزاء العبارةِ الصحيحةِ، وإشارة (X) إزاء العبارةِ الخطأِ في ما يأتي،
ثمّ صحّح الخطأ:

أ - عمليةُ شرائك برنامجاً مُعيّناً من الإنترنت مباشرةً تُصنّفُ من التجارةِ الإلكترونيّةِ
التي تعتمدُ جزئياً على شبكةِ الإنترنت. ()

ب - تقديمُ عامرٍ مُقترحاً بخصوص بعضِ المنتجاتِ التي تُقدّمها شركةُ الأملِ التجاريّةِ
يُعدُّ مثلاً على التجارةِ الإلكترونيّةِ من نوعِ مُستهلكٍ إلى شركة. ()

ج - البطاقةُ الائتمانيةُ تتيحُ لحاملها التسوّقَ عن طريقِ الدفعِ فوراً، والتسديدِ في وقتٍ
لاحقٍ، ولا تسمحُ بتدويرِ المبلغِ إلى أيِّ شهرٍ آخر. ()

د - تزويرُ البياناتِ يشملُ العبثَ فيها، وإظهارها بصورةٍ غيرِ صورتها الحقيقيّةِ، مثلُ
إعدادِ سجلاتٍ لشهاداتٍ لم يُصدِرْها النظامُ التعليميُّ. ()

قائمة المراجع

- ١ - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، نحو اقتصاد أخضر: مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر مرجع لوضعي السياسات، ٢٠١١م، الموقع الإلكتروني: www.unep.org/greeneconomy.
- ٢ - حمدي قبيلات، قانون الإدارة العامة الإلكترونية، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٤م.
- ٣ - زياد رمضان، إدارة الأعمال المصرفية، ١٩٩٨م.
- ٤ - سامي خليل، النقود والبنوك: اقتصاديات النقود والبنوك، ط١، شركة كاظم للنشر، الكويت، ١٩٨٢م.
- ٥ - عبد المعطي ارشيد ومحفوظ جودة، إدارة الائتمان، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، ١٩٩٩م.
- ٦ - علاء حمامي وغصون السعدون، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال الإلكترونية المتطورة، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٦م.
- ٧ - مروة أحمد، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، ط١، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، مصر، ٢٠١٤م.
- ٨ - مصطفى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١١م.
- ٩ - مها الخفاف وآخرون، التجارة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٦م.
- ١٠ - الموقع الإلكتروني الرسمي للبنك المركزي الأردني.
- ١١ - قانون البنوك الأردني.

تَعْمِدُ بِحَمْدِ اللَّهِ

