

الفصل الأول

التجارة الالكترونية

1-1 المقدمة

يهدف هذا النظام الي تصميم وبناء نظام حاسوبي للنظام الفرع التجارة الالكترونيه(وذلك لتنظيم البيانات ويتم ذلك بالعمليات التي تحدث داخل المحل ودعم المحل في العمليات الحسابيه و الاداريه مما يؤدي الي ادارة ناجحة و مستقبل جيد المحل وذلك نسبه لصعوبة تنظيم البيانات يدويا فهو مجهد ويتطلب الكثير من الوقت لنجاح عميلة البيع ويحدث ازدحام امام المحاسب مما يؤدي الي الضغط عليه أو قد يتسبب في حدوث خطأ حسابيه وكذلك اهدر وقت الزبون وحصول مشاكل أخرى سيتم شرحها بالتفصيل و إيجاد الحلول المناسبة . ونظام الحوسبة الإدارة للمحل هو أسهل واقل تكلفه في الجهد والعمل لأنه يمكن إنجاز العمل خلال دقائق أو ثواني معدودة وهي أفضل من الإدارة اليدوية.

2-1 مشكلة البحث:

كان النظام السابق عباره عن نظام يدوي ونظام حاسوبي ولكن ليس بنظام قاعده البيانات يتم اعداد التقارير عن طريق البرامج المكتبية.(office)

مما ادى الي عيوب منها - :

أ/ صعوبة البحث

ب/ التكلفة والجهد

ج/ ضياع الوقت

د/ عدم التنظيم والترتيب

1-3 أهداف البحث

يهدف هذا البحث الى حل المشاكل التي يعاني منها النظام المعني وتتمثل هذه

الاهداف مهام النظام المقترح لحل هذه المشاكل وذلك من خلال:

1-3-1 تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء

1-3-2 تقديم وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة

1-3-3 الثقة وضمان المنتجات المقدمة

1-3-4 تحقيق السرعة في اداء العمل

1-3-5 تخفيض وتقليل تكاليف الانتاج والتسويق والتوزيع

1-3-6 القيام بعمليات التسويق عبر الانترنت

1-3-7 ان تكون عبر نظام حاسوبي ملازمه لقاعده البيانات

4-1 أهمية البحث:

تكتمل اهمية البحث عندما نقوم بتحويل الانظمة او طريقة الشغول اليدوي الي انظمة محوسبة لتسهل العمل و توفيرالوقت والجهد للعملاء ولشركات عاملة في مجال الهواتف وذلك لأتي:

1-4-1 السرية التامة.

1-4-2 السهولة في التعامل مع المعلومات عن طريقة البرنامج المحوسب

1-4-3 ضمان راحة العملاء

5-1 حدود البحث:

الحدود المكانية :جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الحدود الزمانية:نوفمبر 2019 الي 2022.

6-1 منهجيه البحث:

يتبع البحث المنهجي الوصفي نظام الكينونات والعلائقيات

نموذج الكينونات العلائقية هي وصف للبيانات في البيئة تحت الدراسة والعلاقة بينها

او هي طريقه للقيام بالنموذج التصويري لقواعد البيانات.

1-7 هيكل البحث:

سيتم تقسيم الدراسة لخمسة فصول موضحة بالشكل التالي:

الفصل الاول: خطه البحث) المقدمة، مشكلة البحث' اهداف البحث، اهميه البحث،

حدود البحث، منهجيه البحث.

الفصل الثاني

1-2 التجارة الإلكترونية (E-Commerce)

في هذا العصر الرقمي الذي ينتشر فيه الإنترنت انتشارًا هائلًا، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تُتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم، وعرضها في الأسواق.

أما بالنسبة للزبائن، فليس عليهم التقلُّg كثيرًا للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية؛ إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشتراك بالإنترنت.

ولا تقتصر التجارة الإلكترونية كما يظن البعض على عمليات البيع والشراء إذ إن التجارة الإلكترونية - منذ انطلاقتها - كانت تتضمن دائمًا معالجة حركات البيع والشراء، وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تتطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنبًا إلى جنب مع السلع والخدمات، ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد؛ إذ إن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد، لا تقف عند حدٍ .

2-1-1 نشأت وتطور التجارة الإلكترونية:

لقد مرّت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية - إلى أن وصلت إلى هذا الحد من التعامل - بثلاث مراحل أساسية، بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية

المرحلة الأولى:

وهي تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركة الام والفروع التابعة لها.

المرحلة الثانية:

قد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة.

المرحلة الثالثة:

وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق، وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت وتعتبر المرحلة الراهنة في التعامل.

في هذه المرحلة بُدئ في استخدام نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI ؛ حيث حققت مزايا كثيرة ومتنوعة للشركات والمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها، نذكر من هذه المزايا:

تخفيض التكلفة في إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقتٍ قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت . ون هذه المزايا ايضا نظام

التبادل الإلكتروني للوثائق وهذا النظام عمل علي تحسين التدفقات الماليه للشركه وتحسين صورة المؤسسه الاقتصادية وزياده القدرة التنافسيه بين الشركات.

2-1-2 تعريف التجارة الإلكترونية:

و هي عبارة عن عملية تبادل للمعلومات الخاصة بالعمليات التجارية بين طرفين أو أكثر دون استخدام المستندات الورقية وتعرّف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية، وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.

الخصائص والسمات المميزة للتجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت:

إنّ التجارة الإلكترونية التي تتمّ خلال شبكة الإنترنت لها مجموعة من السمات والخصائص التي تميزها عن العمليات التجارية الأخرى، منها:

أ/ عدم استخدام المستندات والوثائق الورقيّة لها أثناء عمليات التبادل التجاري والمالي

ب/ صعوبة تحقيق الإثبات القانوني في المعاملات التي تتمّ بواسطة التجارة

الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت حتى الآن

ب / أنّ العلاقة بين طرفي العمليات التجارية التي تتمّ بواسطة التجارة الإلكترونية

تكون غير مباشرة؛ أي: لا يحدث تلاقٍ بين طرفي المعاملات، وإنما تتمّ اللقاءات من

خلال شبكة الإنترنت

d/ إمكانية إجراء المعاملات التجارية بصورة كاملة، بداية من الإعلان عن السلعة ووصولاً إلى تسليمها إلى العملاء .

2-1-3 فوائد التجارة الإلكترونية:

*التجارة الإلكترونية لها فوائد لكل من الشركات والمؤسسات والمستهلكين والمجتمع:

للتجارة فوائد كثيرة للشركات والمؤسسات منها:

a- التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي، فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر، ومزودين أفضل، وشركاء أكثر ملائمة، وبصورة سريعة وسهلة.

أ- تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية

ب- القدرة على إنشاء تجارات متخصصة جداً.

ج -التجارة الإلكترونية تسمح بخفض المخزونات، عن طريق استعمال عملية

السحب

د- التجارة الإلكترونية تخفض المدة الزمنية التي بين دفع الأموال والحصول على

المنتجات والخدمات.

3-1-3 فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

أ/ التجارة الإلكترونية تُعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملته 24 -

ساعة - يومياً

ب/في الكثير من الأحيان، فإنَّ التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق؛ لأنَّ البائع يستطيع أن يتسوّق في الكثير من المواقع على الإنترنت، ومقارنة بضائع كلِّ شركة مع أخرى بسهولة؛ ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرضٍ.

ج/ في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوانٍ أو دقائق، عن طريق التجارة الإلكترونيّة

د/ التجارة الإلكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضيّة.

و/ التجارة الإلكترونية تشجّع المنافسة؛ مما يعني خفض الأسعار.

2-1-4 فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

أ - التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله، وتقلّل الوقت المتاح للتسوق؛

مما يعني ازدحامًا مرورياً أقلّ في الشوارع

ب - التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تُباع بأسعار زهيدة، وبذلك

يستطيع الأفراد - أصحاب الدخول المادية غير المرتفعة - شراء هذه البضائع؛ مما

يعني رفْعاً في مستوى المعيشة للمجتمع كِله.

د - التجارة الإلكترونية تُيسّر توزيع الخدّات العامة، مثل: الصحة والتعليم،

والخدمات الاجتماعية بسعر منخفضٍ وبكفاءة أعلى.

2-1-5 أنواع التجارة الإلكترونية

إنَّ التجارة الإلكترونية يُمكن إجراؤها بعدة وسائل تكنولوجية، ومن ثمَّ فإنَّ أسلوب العمل بالتجارة الإلكترونية يختلف باختلاف الوسيلة التكنولوجية المستخدمة فيها، وتنقسم هذه الأنواع إلى الآتي

أ/ التسويق عبر شاشة التلفاز

وهذه الصورة تُعدُّ أقدم صورة لاستخدام الوسائل التكنولوجية في العمليات التجارية، وتقوم فكرة التَّسوق عبر شاشة التلفزيون على قيام الشركات المنتجة بالإعلان عن منتجاتها على شاشة التلفزيون.

ب/ المحمولة الإلكترونية التجارة :

وتقوم فكرة عمل هذا النوع على استخدام التلفزيون المحمول؛ حيث تقوم فكرة عمل التجارة الإلكترونية هنا على قيام أجهزة التلفزيون المحمول باستقبال مواقع الإنترنت على شاشاتها، والاطلاع على محتوى المواقع، ولكنَّها لا توفر التفاعل المباشر بين الشركات والعُلاء.

ج/ الصوتية الإلكترونية التجارة

وتقوم فكرة عمل التجارة الإلكترونية الصوتية على استخدام الهاتف في الاتصال بأرقام معروفة مسبقًا؛ بغرض حصول العُلاء على المنتجات التي يرغبون في شرائها

ج / التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت :

وتعتبر التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت من أشهر أنواع التجارة الإلكترونية، ولقد جرى استخدام مفهوم E.commerce على المعاملات التجارية التي تتم من خلال شبكة الإنترنت نظرًا لشهرتها، وإمكانية إنجاز معاملات تجارية متفاوتة القيمة في أيّ وقتٍ وفي أيّ مكان.

2-1-6 أشكال التجارة الإلكترونية:

1-2-1-6 أعمال لأعمال:

تقوم وحدات الأعمال باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؛ لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير، كما تقوم بإجراء عملية الدفع من خلال وسائل عدة؛ مثل: استخدام بوابات الدفع الإلكترونية، ويعتبر هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعًا.

أ / التجارة الإلكترونية بين مؤسسه الأعمال والمستهلك:

وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات، كما تقوم هذه المواقع باستعراض كافة السلع والخدمات المتاحة، وتنفيذ إجراءات البيع والشراء، كما يتم استخدام بطاقات الائتمان من أجل إتمام عمليات البيع والشراء.

ب / التجارة الإلكترونية بين مؤسسه الأعمال والحكومة:

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم، ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت، بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل

الإلكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونياً، دون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية.

ج/ التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة:

التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة تتم بين المستهلك والإدارة المحلية، مثل : عملية دفع الضرائب؛ حيث تتم إلكترونياً دون الحاجة لأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك .

2-1-7 تحديات التجارة الإلكترونية:

تنقسم التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية الي:

أ -تحديات تقنية ومنها:

1- نقص في الاعتمادية والأمان

2- ليس هنالك حيز كافي للاتصالات السلكية والاسلكية.

3- أدوات تطوير البرمجيات ما زالت تتغير باستمرار وبسرعة.

ب -تحديات غير تقنية ومنها :

ب/ الكلفة والتسويق:

كلفة تطوير التجارة الإلكترونية - بواسطة الشركة بنفسها - قد تكون عالية جداً،

والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تُسبب تعطيل التجارة الإلكترونية.

ب/الأمن والخصوصية:

هذه الامور مهمة جدا في عالم الشركه للمستهلك حيث يحجم الكثيرين عن المشاركة في التجارة الالكترونيه بداعي الخوف عن الكشف عن خصوصياتهم.

ج/ انعدام الثقة ومقاومة المستخدم:

بعض من الزبائن لا يثق بالباعة المجهولين الذين لا يرونهم، ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية، ولا بالنقد الإلكتروني.

* وهناك تحديات وعوامل اهخري تواجه التجارة الالكترونيه منها:

أ. عدم لمس المنتجات , هنالك بعض الزباين يريدون لمس المنتجات قبل شرائها.
ب. لا يوجد عددٌ كافٍ من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات؛ لجعل هذا الأمر مُربحًا.

ج. الدخول على الإنترنت ما زال باهظ الثمن للكثير من الناس، وسرعة الاتصال ما زالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

2-1-8 معوقات استخدام التجارة الإلكترونية:

يعود صَعْفُ التعامل بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية إلى عدة أسباب، أهمها:

أ. انخفاض مستوى دخل الفرد.

ب. عدم وجود وعي لِمَا يُمكن أن توَقِّره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية

ج. عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية، والوصول بشبكة الإنترنت.

د. نقص المبادرة الفردية.

هـ. عدم استعمال اللغة المحليه او المحتوي المحلي.

على الرغم من كلِّ هذه العيوب التي تؤخِّذ على التجارة الإلكترونيَّة، إلاَّ أنَّ العالم يشهد اليوم تطوُّرًا كبيرًا وملحوظًا في تخطِّي هذا، وهناك زيادة فعليَّة وواضحة في حجم التجارة الإلكترونيَّة بصورة تفوق الخيال والتوقُّعات لكلِّ الشركات المتخصصة في مثل هذا المجال من الدراسات والتحليل وإعداد التنبؤات

2-2الهاتف:

يُعدُّ الهاتف النقال من أهمّ المنجزات في العصر الحديث، والذي شهد تطوراً نوعياً في السنوات الأخيرة، وهذا الأمر أدى إلى دخول استخدامات جديدة له لم يكن يُستخدم لأجلها من قبل، فقد كان استخدامه فيما مضى مقتصرًا على إجراء واستقبال المكالمات الهاتفية، وإرسال واستقبال الرسائل النصية القصيرة، أما المكالمات الهاتفية فيما مضى فقد كانت مقصورةً على أجهزة الهاتف الأرضي، حيث كان التواصل عبره مقتصرًا على الأشخاص الموجودين داخل المنزل، وهذا ما كان يجعل التواصل بين الناس محدودًا، ويمنع أن يتم التواصل مع من هم خارج المنزل بأي شكل من الأشكال.

وهناك العديد من الفوائد التي يمكنُ لمستخدم الهاتف النقال في الوقت الحديث أن يحصلَ عليها من استخدامه لها، ومن أبرز هذه الفوائد استخدامه في العملية التعليمية من خلال وجود بعض المواقع الإلكترونية والبرامج التي يتم تحميلها عليه، بحيث تحتوي هذه المواقع على حصص متخصصة تفاعلية أو مسجلة يمكن للطلاب الاستفادة منها، كما أصبح بالإمكان الاعتماد عليه في تحديد المواقع، والوصول إلى أماكن الأشخاص، فضلاً عن عامل الترفيه الذي أدخلته العديد من الألعاب التي يتم تحميلها من المواقع الإلكترونية المختلفة، أو من متاجر الألعاب الإلكترونية .
والتجارة الإلكترونية عبر الهواتف المحمولة، تعد جزءًا من التجارة الإلكترونية بشكل

عام، وتقوم على نفس أسسها من حيث بيع المنتجات وشرائها، وتسويق الإعلانات وعمليات الدفع والاستلام. لكنها تختلف في الطريقة كونها تعتمد على الهواتف الذكية وما تمنحه من مستعرضات تصفح أو تطبيقات .

تنقسم التجارة عبر الهواتف المحمولة إلى نوعين :

أ. التجارة عبر استخدام الأجهزة اللوحية(التابلت

ب.التجارة عبر استخدام الهواتف الذكية:

تمتلك التجارة عبر الهواتف المحمولة العديد من المميزات ونقاط القوة التي تجعلها خيارًا مفضلًا للعديد من المتسوقين والتجار على حد سواء فهي تسمح لهم

أ- التسوق عن بعد

ب- على عكس استخدام الأجهزة المكتبية أو اللاب توب، فإن الهواتف المحمولة والتابلت تتمتع بميزة حصرية وهي حرية استخدامها في أي مكان وبدون الحاجة إلى وجود ملحقات أخرى معها. فهي خفيفة الوزن يسهل حملها في اليد على عكس الأجهزة المكتبية، وهي تعمل بالإنترنت الهوائي مما يجعلها لا تحتاج إلى USB Internet أو جهاز لتشغيل الإنترنت اللاسلكي. لذلك فالمتسوق قادر على فتح مواقع التسوق الإلكتروني في أي وقت وفي أي ظرف، والتاجر مطمئن أن جمهوره قادر على زيارته دائمًا بدون أي عوائق.

ج/ يجذب عملاء جدد

د/ يقضي المراهقون والشباب أكثر أوقاتهم في تصفح الهواتف المحمولة، على غيرها من الأجهزة التكنولوجية الأخرى. لذلك فالتجارة التي ترغب في استهداف هذه الفئة من الجمهور يجب عليها التركيز على الهواتف المحمولة بشكل أساسي. فهذه التجارة لن تسمح لهم فحسب بجذب عملائهم المستهدفين، ولكنها ستساعدهم أيضًا على جذب عملاء جدد، عن طريق ترشيح منصات تحميل التطبيقات أو المتاجر الإلكترونية لمنصته، كونها منصة يستخدمها الأصدقاء، أو تمتلك تقييمًا عاليًا بين المستخدمين.

ذ/ توفير بيانات أكثر دقة للمستخدمين

ز/ تعمل التجارة عبر الهواتف المحمولة على توفير أكبر قدر من المعلومات حول المشتري عكس المتاجر التقليدية. ففي الأخيرة يقوم العميل بعملية الشراء ثم يغادر على الفور بدون جمع أي معلومات حول تفضيلاته أو سببه شرائه، لكن في المتاجر الإلكترونية التي تتخذ الهاتف المحمول منصة لها، يتم جمع المعلومات اللازمة التي يحتاجها التاجر في أبحاثه التسويقية مع موافقة العميل على ذلك الأمر.

سرعة التعديل

تمنح التجارة عبر الهواتف المحمولة ميزة لأصحاب المتاجر الإلكترونية وهي سرعة التعديل، فيمكنهم بكل سهولة إضافة منتج جديد، أو حذف منتج موجود بالفعل، أو

حتى التعديل على التفاصيل الموضوعة أو الصور المرفقة. يمكن أيضًا تغيير تصميم التطبيق أو المتجر الإلكتروني ككل، ويمكن تحديثه كذلك وإضافة الأدوات فيه. كل ذلك يتم بكل سهولة ويسر وأكثر مرونة أيضًا من المواقع الإلكترونية التي يتم زيارتها من المتصفحات.

1-1-2 ما عوائق التجارة عبر الهواتف المحمولة

بالرغم من مميزات التجارة الإلكترونية عبر الهاتف إلا أنها تحتوي على بعض السلبيات التي تعيق من حصول مستخدميها على تجربة شرائية ممتعة بنسبة 100% كالآتي:

أ/ محدودية الشاشة:

تظل الشاشات الخاصة بالهواتف الذكية والأجهزة اللوحية محدودة في حجمها. هذا الحجم يعد نقطة ضعف بالنسبة للتجربة الشرائية. فعندما يقوم أحد العملاء بالبحث عن منتج ما، عليه أن يقوم بالضغط على شريط التمرير حتى يحظى بكل التفاصيل الخاصة بالمنتج، على عكس الأجهزة المكتبية أو الحاسب المحمول فكل المعلومات عن المنتج بجانب التقييمات تكون واضحة من النظرة الأولى للمستخدم.

ب/ ضعف شبكات الاتصال:

يعتمد الإنترنت في الهواتف المحمولة على شبكات الاتصال اللاسلكي، هذا الاعتماد رغم كونه ميزة تسمح لإجراء المعاملات الشرائية في أي مكان وفي أي وقت، إلا أنها

تعد نقطة ضعف أيضًا. فالشبكات الاتصالية جودتها تختلف من منطقة لأخرى، ففي بعض الأماكن يوجد شبكات الـ 5G بينما هناك الكثير من المناطق الأخرى التي مازالت تعمل بشبكة اتصال 3G. هذا الاختلاف يؤثر في سرعة التسوق الإلكتروني وكذلك في قرار المتسوق الشرائي أيضًا.

ج/ اختلاف الرسوم المقدرة:

كون عملية الاتصال بالإنترنت تعتمد على شركات الاتصال في المقام الأول، أصبح هناك تحكم كبير من هذه الشركات في تحديد سعر باقات الإنترنت. هذه الأسعار قد تكون عادلة في منطقة ما، ورخيصة في أخرى، وباهظة في منطقة أخرى بشكل يحد من استخدام أصحابها. لذلك فالرسوم المقدرة على استخدام الإنترنت تعد من أهم المعوقات التي تقف كعائق أمام تطور التجارة عبر الهواتف المحمولة وانتشارها.

الفصل الثالث

التحليل

3-1 التحليل

3-1-1 تعريف التحليل

هي دراسة النظام الحالي وفهم مكوناته وعملياته والمشكلات التي يواجهها ومن ثم تحديد احتياجات عناصر النظام وما يتوقع تنفيذه من قبل النظام.

3-1-2 أهمية التحليل

تتضمن هذه المرحلة عدة أنشطة ومهام يقوم بها مهندسو النظم أهمها تمييز نظام المعلومات داخل المنظمة لتحديد موارد النظام وعناصره وارتباطه ببقية الأنظمة الفرعية المكونة للمنظمة وكذلك تحديد أهداف النظام وما يتم تحقيقه بشكل فعلي من هذه الأهداف لتوصيف المشاكل التي يعاني منها النظام الفعلي. ومن أهم الأنشطة التي تتم في هذه المرحلة هي تجميع البيانات حول واقع النظام من خلال الأشخاص والعناصر والأنظمة الأخرى المستفيدة من هذا النظام.

2-3 وصف النظام الحالي

يتمثل النظام الحالي في انه نظام تقليدي اي يتم البيع يدوياً بمقابله موظف الحسابات ويتم فيه تسجيل متطلبات الزبون يدوياً ويقوم موظف الحسابات بتسجيل حسابات الزبون في ورقه

3-3 مشاكل النظام الحالي

كان النظام السابق عباره عن نظام يدوي ونظام حاسوبي ولكن ليس بنظام قاعده البيانات يتم اعداد التقارير عن طريق البرامج المكتبية (office)

مما ادى الي عيوب منها:

- أ. صعوبة البحث
- ب. التكلفة والجهد
- ج. ضياع الوقت
- د. عدم التنظيم والترتيب

4-3 وصف النظام المقترح

1. هو عباره عن نظام إلكتروني افتراضي على محلات تجاريه
2. يقوم إي موظف بالدخول البرنامج عن طريق اسم المستخدم وكلمه المرور التي أعطاها له مدير النظام،حيث يمكن عن طريق النظام تسجيل عمليه البيع إلكترونياً.

3-5 اهداف النظام المقترح □

يهدف هذا البحث الى حل المشاكل التي يعاني منها النظام المعني وتتمثل هذه

الاهداف مهام النظام المقترح لحل هذه المشاكل وذلك من خلال - :

أ. تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء

ب. تقديم وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة

ج. الثقة وضمان المنتجات المقدمة

د. تحقيق السرعة في اداء العمل

هـ. تخفيض وتقليل تكاليف الانتاج والتسويق والتوزيع

و. القيام بعمليات التسويق عبر الانترنت

ان تكون عبر نظام حاسوبي ملازمه لقاعده البيانات

3-6 مستخدمى النظام:

المدير: له الصلاحيات الكاملة من إضافة وتعديل بيانات المنتجات.

العميل: وصلاحيته في أن يقوم بالتسجيل في النظام وإمكانية تعديل بياناته

الشخصية.

موظف الحسابات: صلاحيته في أن يقوم بتسجيل بيانات الفاتوره

7-3 تحليل المخرجات :

علي المحلل ان يعي و يدرك ما يريد العميل وأن ينتجه من النظام بشكل دقيق و يأخذ بعين الاعتبار بيئة المخرجات التي تتكون من (الورق - الشاشة - البروجكتر) ، بالإضافة الي ذلك عليه تحديد نوع التقارير اللازمة (تحليليه - تفصيليه) ، كما يراعي ايضاً الصيغ التي تطبع عليها هذه التقارير ، فقد يحتاج الي صيغ سابقه للطباعة إذا كانت سترسل الي عملاء خارج المكتب ، وقد يريد المحلل أن يحدد شكل التقارير عن طريق استخدام مسافات الطباعة التي تبين موقع العناوين و المسافات بين الأعمدة ومواقع التاريخ و ارقام الصفحات ، كما يمكن ارسال الصفحات عن طريق البريد الالكتروني .

القاعدة الذهبية في تحليل المخرجات:

المحلل الكفاء هو الذي لا يكتفي بالمخرجات المحددة فقط بواسطة المستخدمين بل يقترح مخرجات اضافية تدعم الأهداف مثلا النماذجيات الرياضية والإحصائية ونماذجيات المحاكاة والتحليل الاقتصادي والإدارية وأمن الشفرات وغيرها. كما يفضل ان تكون التقارير علالشاشة بقدر الامكان للسرية وتقليل التكلفة.

والمخرجات في هذا النظام عباره عن تقارير:

أ. تقرير عن عدد المبيعات خلال اليوم

يساعد هذا التقرير لمعرفة عدد المبيعات في اليوم.

ب. تقرير عن عدد المبيعات خلال الشهر:

يساعد هذا التقرير لمعرفة عدد المبيعات في الشهر.

ج. تقرير عن عدد المبيعات خلال السنة:

يساعد هذا التقرير لمعرفة عدد المبيعات في السنة.

3-8 تحليل المدخلات

بعد تحليل المخرجات المطلوبة يجب ان نحدد نوع المدخلات المطلوبة و تكمن أهمية تحليل المدخلات في أن النظام الجيد يستفيد من اي معلومة أدخلت ألياً بحيث يقوم بمعالجتها لكي يساعد في مخرجات النظام فمن غير المجدي إدخال بيانات وتخزينها للحفاظ علي أمنيتها والنظام لا يحتاجها اصلاً.

القاعدة الذهبية في تحليل المدخلات: ان لا يتم إدخال الوحدة البيانية في النظام الا مره واحده ومره واحده فقط ومن امثلة المدخلات في هذا النظام.

ومن امثله المدخلات في هذا النظام:

د. ادخال بيانات الاصناف:

وتشمل رقم الصنف - اسم الصنف - نوع الصنف - السعر .

هـ. ادخال بيانات العملاء:

ويشمل رقم العميل - اسم العميل - رقم الهاتف - العنوان - البريد .

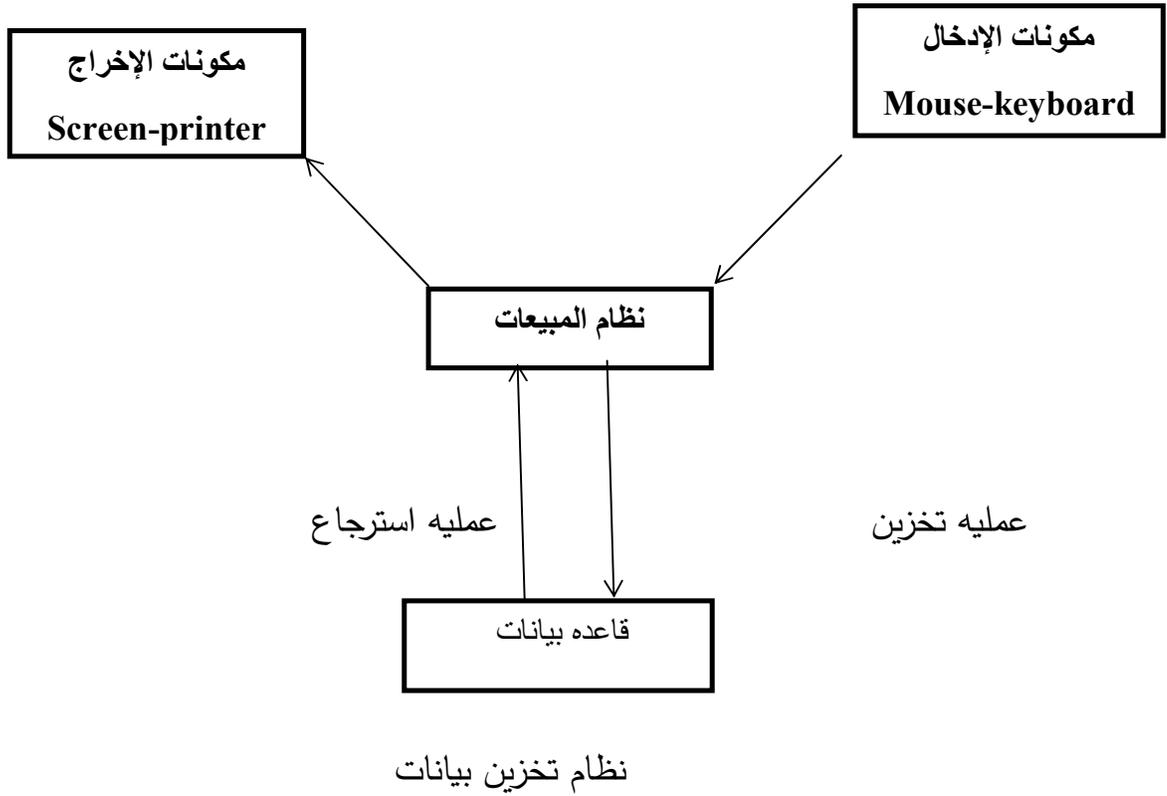
و. ادخال بيانات الفاتوره:

ويشمل رقم الفاتوره - رقم العميل - رقم الصنف - الاجمالي .

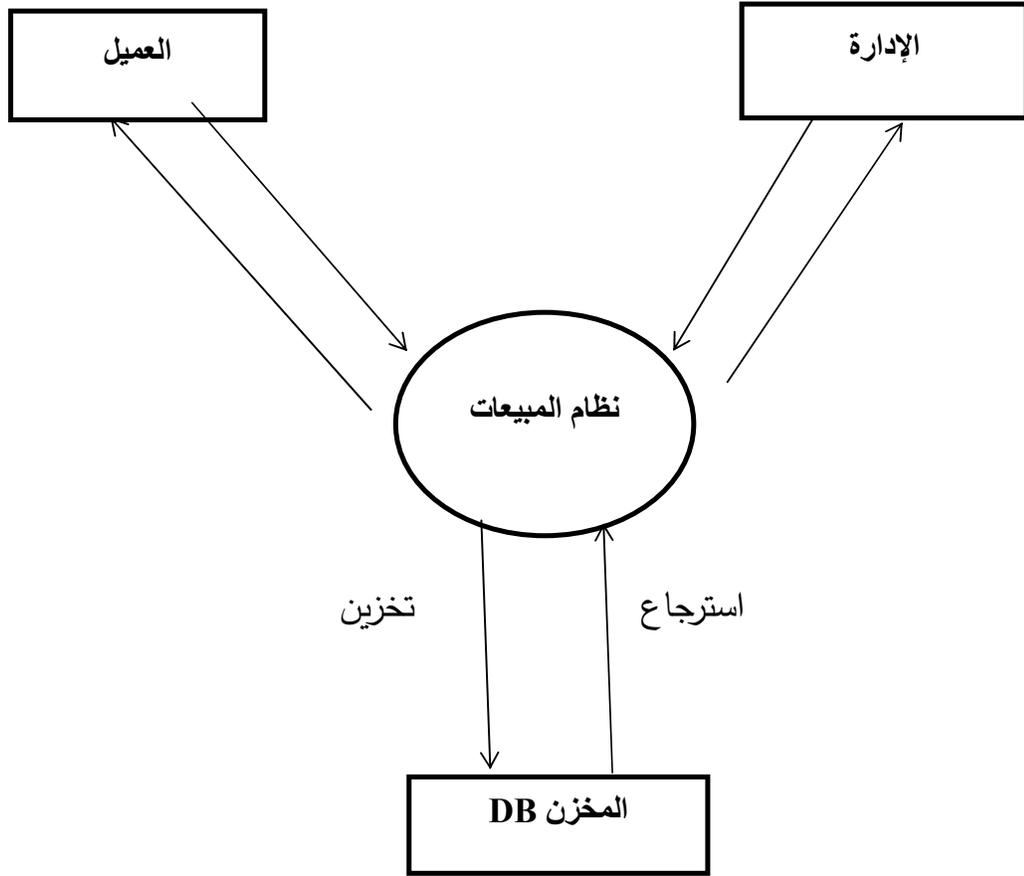
9-3 تحليل البيانات باستخدام مخططات الكينونة والتعليق

1-9-3 مخطط صندوقي يمثل نظره عامه عن النظام:

نظام الادخال نظام الإخراج



Data Flow diagram: مخطط تدفق البيانات: 2-9-3

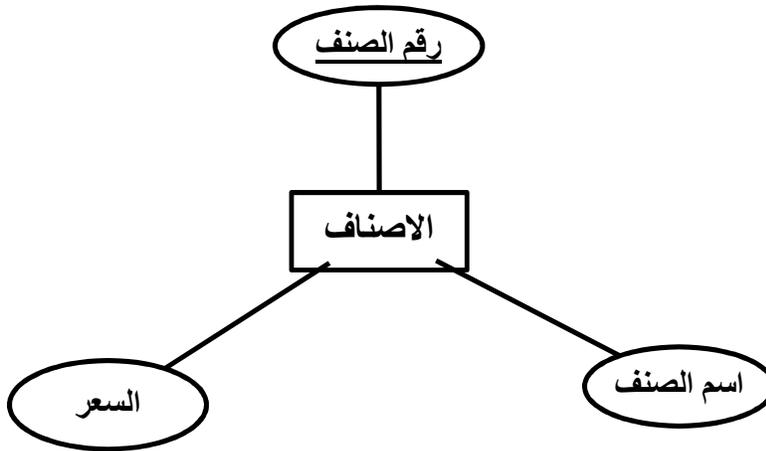


كينونات النظام:

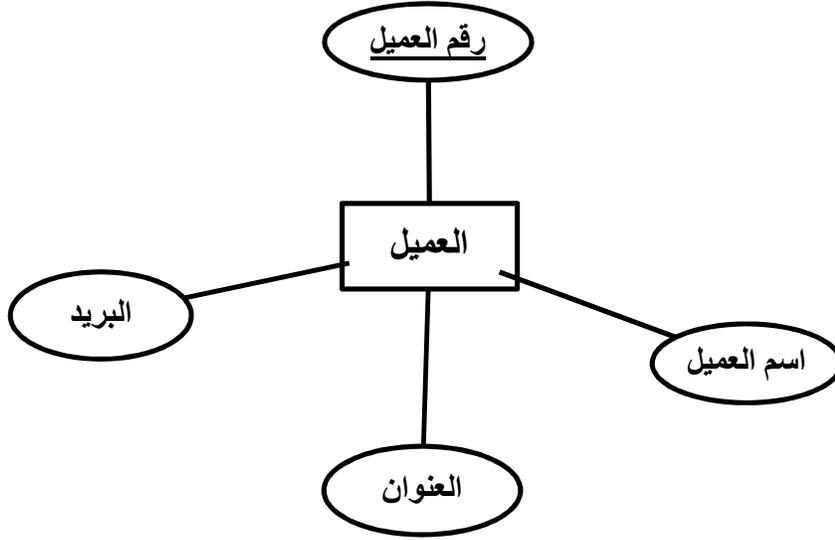
هي مرحله بين التصميم الفعلي للحل وتعريف المتطلبات حيث يوضح نظره عامه

عن النظام وهيكلته

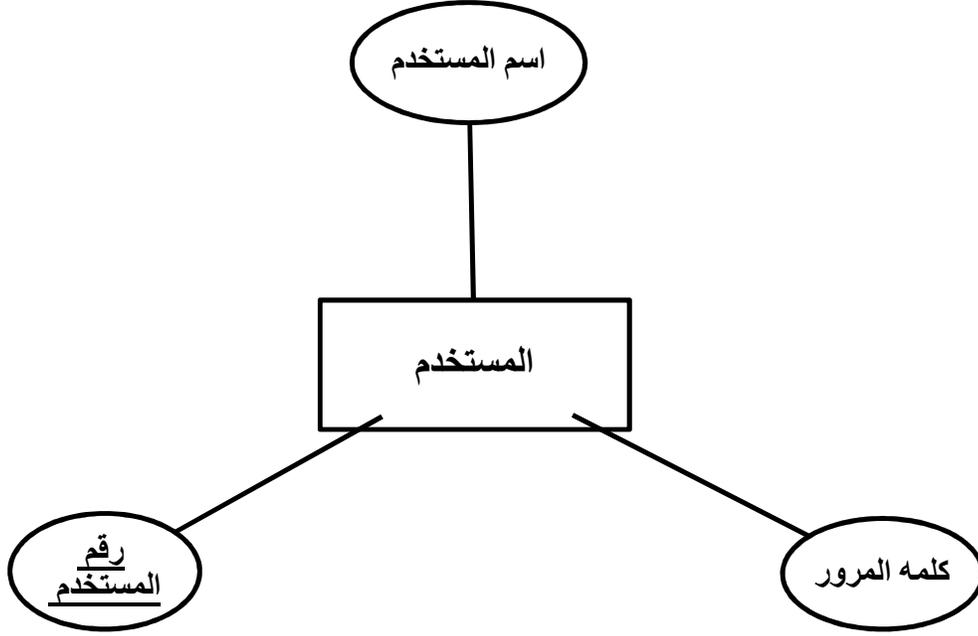
3-9-3 كينونة الصنف:



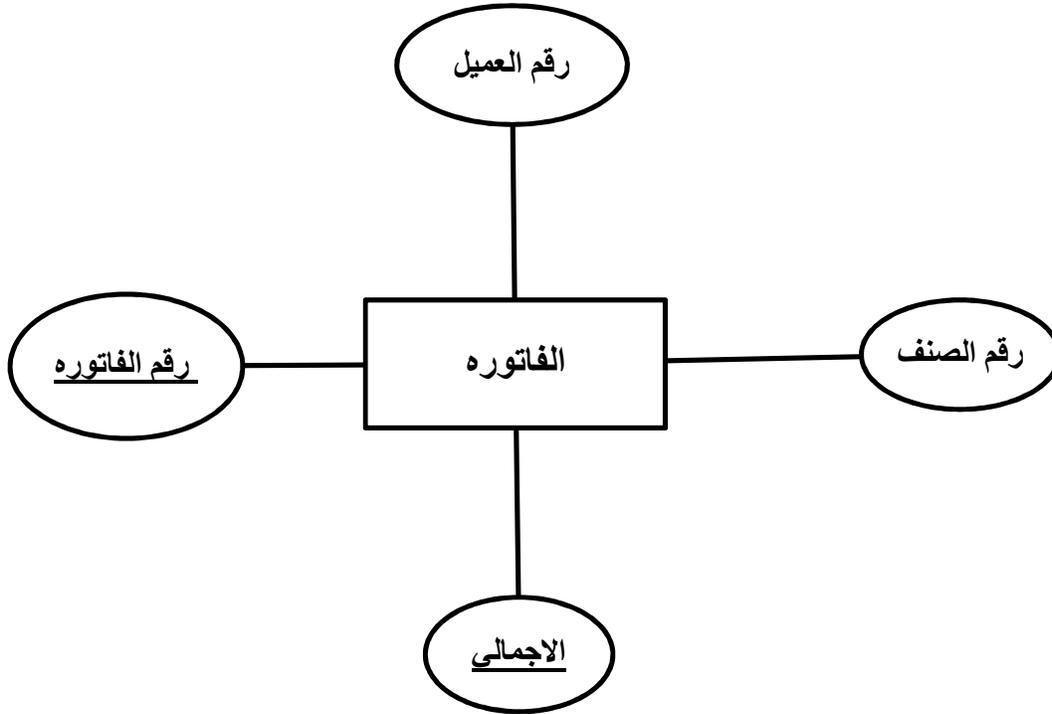
3-9-4 كينونة العميل:



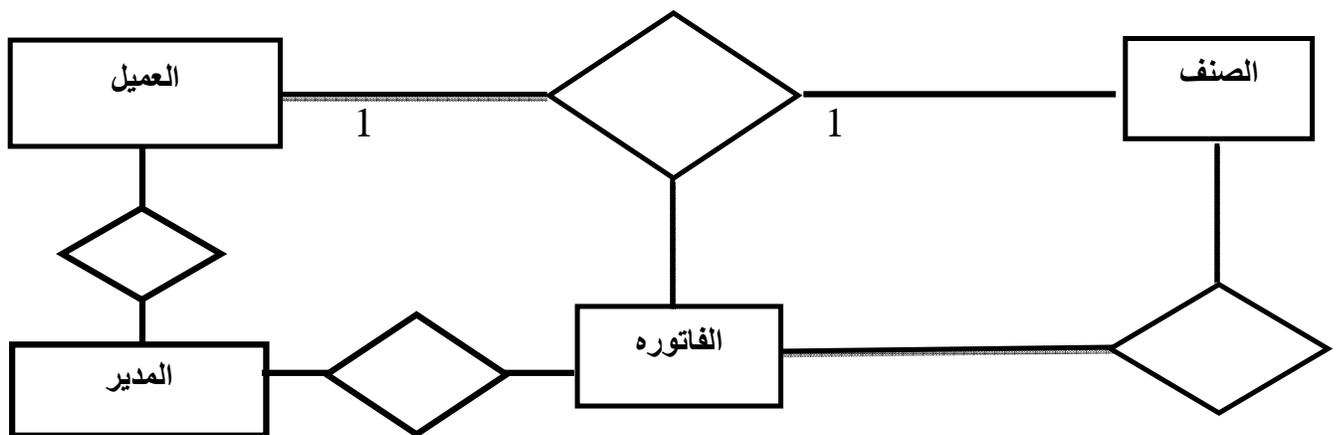
3-9-5 كينونة المستخدم:



3-9-6 كينونة الفاتوره:



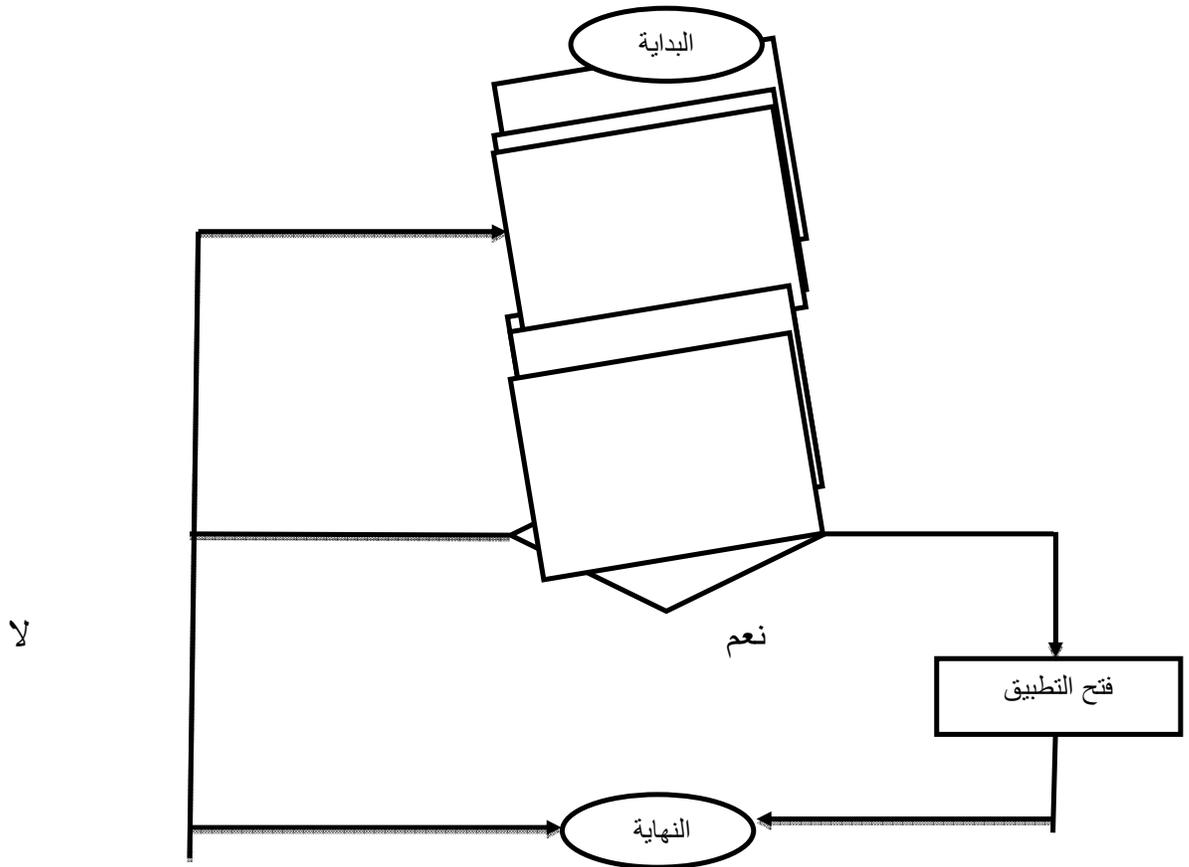
3-9-7 مخطط تجميع العمليات:



10-3 تحليل المعالجة: -

ويقصد بها العمليات التي يجريها الحاسب الآلي على البيانات بواسطة
المستخدمون تستخدم هنا خرائط تدفق البيانات في تصميمها:

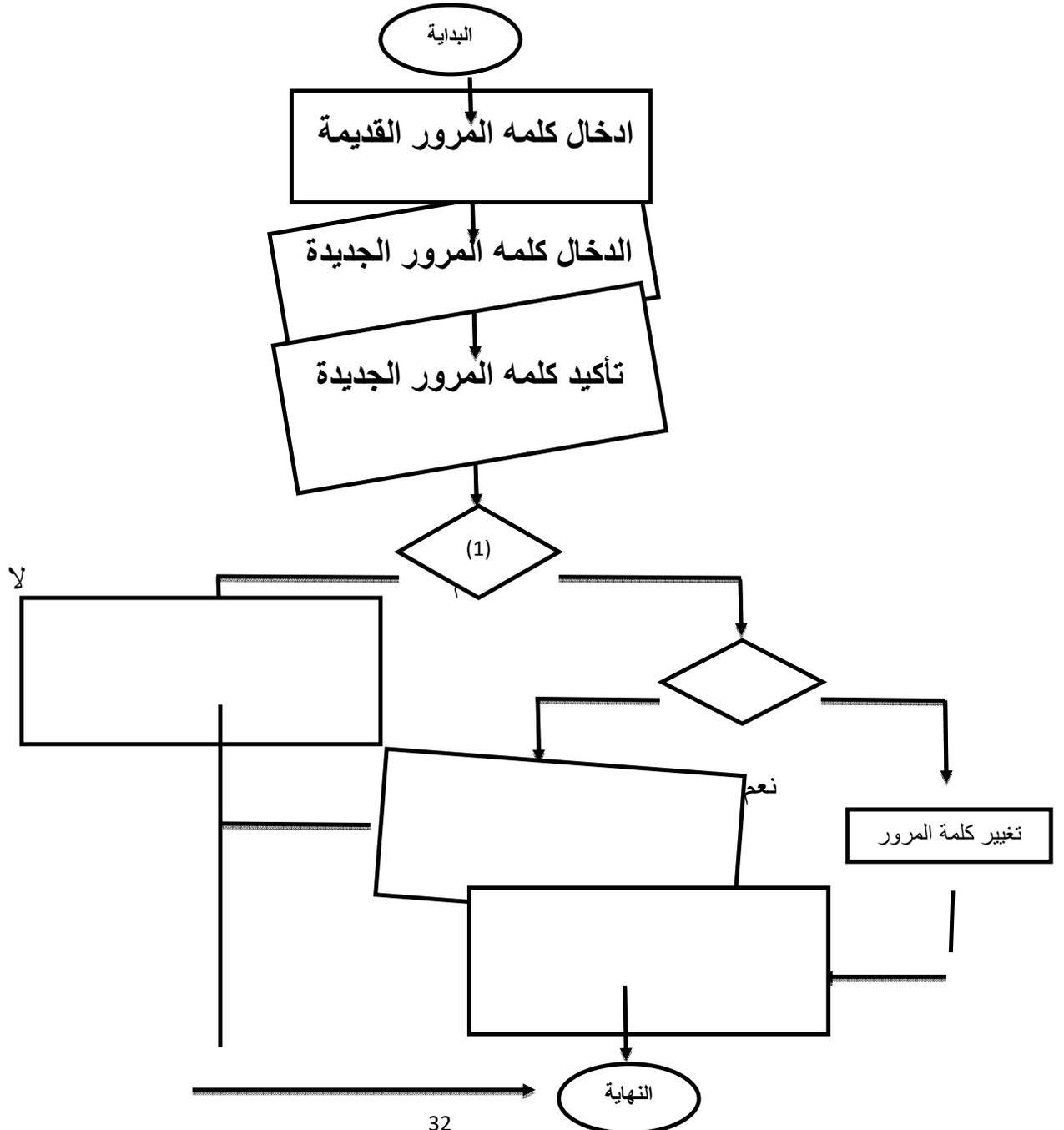
1-10-3 خريطة تدفق البيانات لعملية الدخول:



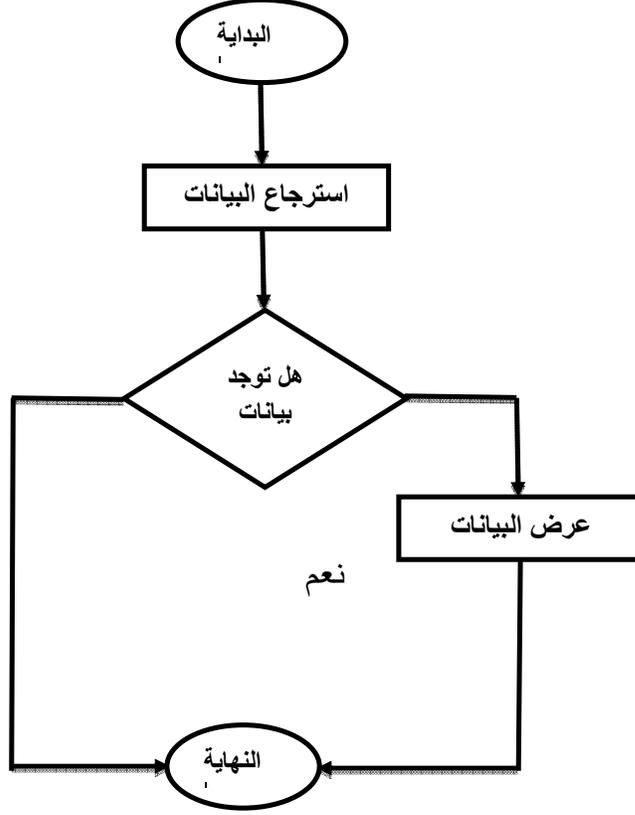
يوضح إدخال الاسم وكلمه المرور ثلاث مرات إذا في حاله خطأ ويدخل في حاله الاسم وكلمه المرور في حاله صحيحه

3-10-2 خريطة تدفق البيانات لعملية تغير كلمة المرور:

ويكون إجرائها بعد الاختبار من وجود المستخدم الصحيح



3-10-3 خريطة تدفق البيانات لعملية العرض:



عند (1) يتم المقارنة بين كلمة المرور القديمة المدخلة وكلمة المرور الحالية إذا تساوت (نعم) يذهب للاختبار (2) او (لا) عرض رسالة تفيد بان كلمة المرور القديمة خطأ (2) يتم فيه مقارنة كلمة المرور الجديدة وكلمة المرور التأكيدية (للتأكد) إذا تساوت (نعم) يقوم بتغيير كلمة المرور او (لا) عرض رسالة تفيد بان كلمة المرور التأكيدية خطأ.

11-3 جداول البيانات

1-11-3 جدول الاصناف

اسم الحقل	نوع البيانات	الطول	الوصف
رقم الصنف id_category	رقمي	7	مفتاح أساسي
اسم الصنف name_cat	حرفي	50	غير خالي
السعر prise	رقمي	11	غير خالي

2-11-3 جدول العملاء

اسم الحقل	نوع البيانات	الطول	الوصف
رقم العميل id	رقمي	2	مفتاح اساسي
اسم العميل RNAME	حرفي	5	غير خالي
رقم الهاتف	رقمي	1	غير خالي
العنوان	حرفي	100	غير خالي
البريد	حرفي	100	غير خالي

3-11-3 جدول المستخدم:

اسم الحقل	نوع البيانات	الطول	الوصف
رقم المستخدم HSRID	رقمي	3	مفتاح اساسي
اسم المستخدم UNAME	حرفي	40	غير خالي -وحيد
كلمه المرور PASSWORD	حرفي	30	غير خالي

3-11-4 جدول الجهة الفاتوره

اسم الحقل	نوع البيانات	الطول	الوصف
رقم الفاتوره	رقمي	3	مفتاح اساسي
رقم الصنف	رقمي	7	غير خالي
رقم العميل	رقمي	7	غير خالي
الاجمالي	رقمي	7	غير خالي

3-12 قاموس البيانات :

يعتبر معجم مثله مثل المعاجم والقواميس فهو ليس معجم لغوي يوصل بين لغتين، لكنه معجم يضم التعريف والتوصيف لكل البيانات والعمليات والإجراءات والسياسات المستخدمة في نظام المعلومات يجب ان يشمل كل ما يتعلق بالنظام محدداً بدقة شديدة وتوصيف وتوحيد المفاهيم والتفاصيل والدلالات بين مختلف العاملين في النظام مما يسهل مهمة محلل النظم.

3-12-1 اهداف قاموس البيانات

- أ. إنشاء موسوعة كاملة عن عناصر النظام
- ب. عمل تعريفات قياسية موحدة عن كل عناصر النظام
- ج. تحديد وتوصيف الكيانات الخارجية المتعاملة مع النظام
- د. إتاحة مداخل متعددة وفهرسة متوازنة
- هـ. تحديد الوحدات المتكاملة في البرامج والسياسات
- و. حسم مشكلة الترادفات من التعريفات
- ز. تنشيط عملية تعديل اي عنصر وجعلها مركزية مما يضبط ويوثق عملية التغيير
- ح. يساعد على تحديث وصيانة النظام بعد انشاءه
- ط. يساند عملية تصميم النظام

3-12-2 مكونات قاموس البيانات :

- أ. مكونات البيانات وهي: الاسماء / البيانات المرتبطة / الطول
- ب. هيكل البيانات
- ج. مخزن البيانات
- د. توصيف معالج البيانات
- هـ. حركة البيانات
- و. توصيف كيانات النظم

3-12-3 متي يستخدم قاموس البيانات

أ. في مرحلة تحليل النظام

ب. في مرحلة تصميم النظام

ج. في مرحلة المراجعة وضبط الأداء

3-12-4 أهمية قاموس البيانات :

1. فرز النماذج المستخدمة في النظام لنماذج ادخال او اخراج في نفس الوقت (الفواتير)

2. تحديد بيانات كل نموذج من حيث الطول والكبر والصغر كحقل من حقول البيانات

ومن حيث نوعه

3. تحديد وظائف النماذج المختلفة بشكل عام

4. تحديد وجهات التقارير المختلفة وتحديد خرائط وثائق النظام

5. مراقبة ومتابعة اجراءات النظام ميدانياً:

أ. يستطيع محلل النظم التعرف على المشاكل الحقيقية في النظام القائم عملياً

ب. يستطيع محلل النظم ان يحدد مواقع المشاكل

ج. يستطيع محلل النظم ان يحدد الأشخاص الذين تقع عندهم المشاكل

د. يستطيع محلل النظم ان يحدد طبيعة المشاكل

هـ. يستطيع محلل النظم ان يتعرف على تسلسل عمليات النظام واجراءاته ميدانياً

و. يستطيع محلل النظم ان يتعرف على تبني علاقات اجزاء النظام بعضها ببعض

3-13 تحليل المعالجة :

إن إدخال البيانات ومعالجتها لإخراج المخرجات بسهولة وكفاءة وأمنه يقتضي وجود أحدث الأجهزة من معالجات وشاشات وطابعات وأجهزت تخزين وشبكات واتصالات وبرمجيات والتأكد من أن ذلك يتم في هذه المرحلة من مراحل التحليل.

القاعدة الذهبية لتحليل المعالجة:

- أ. عدم الاندفاع إلى التقنية الاحدث إذا كانت هنالك حاجة حقيقيه للانتقال (بعد دراسة جدوى تفصيليه أو بعد إكمال دوره النظام).
- ب. ظهور التقنيات الحديثه ومتابعتها والانبهار بها قد يؤدي إلى عدم الاستقرار بأن يستمر الإنسان في التحديث من غير جدوى كل مره.
- ج. بعض قليلي الخبرة من المحللين يقفزون إلى النصح باستبدال الجهاز أو البرنامج أو نظام التشغيل متي ما ظهر هناك جديد وذلك مضر جداً للنظام حتنا إذا كان الانتقال رخيصاً.
- د. نجاح النظام وكفاءته تحسب بعمره واستقراره.
- هـ. كلما كانت الدورة بطيئة كلما وصف النظام بالنجاح.

3-14 تحليل الأمنية:

تشمل اختراق المعلومات أي الوصول عبر الشاشة عن طريق كلمة السر، فإذا تم ربط كلمة السر مع الشاشة فإن الشخص يمكنه الوصول إلى الشاشة وهذه يعني إهمال إداري وإلكتروني، لذا تتم حماية الجزء الإداري للنظام عن طريق مجموعه من الإجراءات البرمجية وهي:

أولاً: إعطاء كل مستخدمين النظام كلمات مرور خاصة بهم ولا يحق لهم الدخول بدونها.

ثانياً: لا يحق لأي فرد أياً كان الوصول للجهاز المخدم أو خادم قاعده البيانات سواء مدير امن النظام وهو المسؤول ومسؤوليه كبرى عن سريه المعلومات والتقارير وحمايتها، ولا بد ان يكون مدير النظام مؤهلاً تأهيلاً متطوراً.

يشمل ايضاً تحليل الامن وتزوير المعلومات، وتشمل ارسال معلومات مزوره أماً في قبولها كمعلومات حقيقيه ويسمى هذا هجوم الخداع، ويكون التزوير عبر الإدخال أو عبر المعالجة الي المسئول من المشغلون.

وايضاً يجب حماية النظام من تدمير المعلومات، ويعني تخريب في المخدم أو تخريب في الاقراص أو قواعد البيانات عبر الفيروسات.

وأيضاً يتم التخريب في بعض الاحيان عبر الشبكة، وأيضاً حجز المعلومات أي ان تكون متوفرة لكن لاتستطيع الوصول إليها، وايضاً تشمل تخريب في البرمجيات وتخريب في عمل الشبكة وعدم صيانة المخدم والاجهزة.

15-3 تحليل الاجهزة :

بما ان النظام الحالي يعتمد علي اجهزه الحاسوب لذلك فمن الضروري ان تكون هذهالأجهزة حديثه ومواكبه لكل التطورات والمستجدات التقنية الحديثة، وان تكون ذات مواصفات عالية الجودة، وان تكون ذات اسعار مناسبة، وتمتاز بسهولة الاستخدام، وان تكون ذات ساعات تتناسب مع النظام المعمول به وكميه المدخلات التي يستوعبها النظام لكي يعمل النظام بكفاءة عالية.

لذا كان لابد من توفر جهاز حاسوب بالمواصفات التالية:

1-ان يحتوي على معالج CORE I 7INTEL@2.93 GHZ

2-ان يحتوي علىقرص صلب مساحته 1 TB

3-ان تكون الشاشة LCD وان تكون الدقة 1600*1200

4-ان يحتوي على ذاكرة وصول عشوائي مقدارها 4 GB

16-3 دراسة الجدوى :-

وتشمل:

1-16-3: الجدوى الاقتصادية:

هي عبارة عن عملية جمع المعلومات عن مشروع مقترح، ومن ثم تحليلها لمعرفة إمكانية تنفيذ وتقليل مخاطر وربحية المشروع، أي أنها طريقة تستخدم للتعرف على مدى توفر الإمكانيات اللازمة لتنفيذ المشروع، وتشمل خفض التكاليف في حالة حوسبة النظام المقترح وزيادة الدخل العائد للمنشأة، وتحتاج المنشأة الى معرفة الاحتياجات من حيث الكمية والصنف والقيمة زائداً تكلفة المستخدمين، بهذا نجد أن النظام قد يحقق فوائد أكبر من التكاليف وحل كل المشكلات والتي يمكن حسابها تقريباً وفقاً للاتي:

أ. تكاليف تحليل النظام :

المرحلة	الزمن المطلوب	التكلفة (تقريباً) بالجنيه
دراسة مبدئية	أسبوعين	1000
التحليل	4 أسابيع	2000
التصميم الأولي	3 أسابيع	1000
التصميم النهائي	أسبوعين	1000
البرمجة	4 أسابيع	2000
التدريب	أسبوعين	1000
الجملة	16 إسبوع	8000

ب. تكاليف تحليل الأجهزة :

الوحدة	العدد المطلوب	سعر الوحدة	الإجمالي
جهاز حاسوب	5	1.700.000	8.500.000
المخدم Server	2	8.000.000	16.000.000
الأفراد	4	500.000	2.000.000
المجموع		26.500.000	

3-16-2: الجدوى الفنية :

وتشمل:

- ج. سهولة في عمل الإجراءات (إدخال / إخراج بيانات).
- د. أمن المعلومات وحماية الملفات من التلف.
- هـ. استغلال الحيز المكاني في المحلات بشكل أفضل.
- و. إمكانية استخراج التقارير بسهولة وسرعة.
- ز. إمكانية حذف ملفات أو التعديل فيها، أو إضافة ملفات جديدة.
- ح. دقة النتائج.

3-17: تحليل البرمجيات [4]

أولاً: مميزات C#

استفادت لغة C# إلى حد كبير من جهود مطوري الجافا وتشاركها في كل مزاياها ومبادئ التصميم وتفوقها في بعض الأجزاء. وهي كباقي لغات الدوت نت والجافا تنتج برامج لاتعتمد على بيئه معينه مثل برامج موجهه للينكس Linux او Windows.

هي لغة كائنية بالمعني الحقيقي للكلمة حيث كل شيء في تركيب اللغة هو عبارة عن كائن تم تعريفه مسبقاً، لذلك لا تسمح هذه اللغة بالكتابة الحرة اي ان ابسط التراكيب البرمجية يجيب ان تكون داخل احدي الكائنات. منذ الوهلة الاولى لظهور C# كان من الواضح انها اتت لتعزز موقف شركة مايكروسوفت في منتجها الدوت نت.

وذلك لانها افضل لغة تتعامل مع الدوت نت و تستفيد من قدراتها كاملة تنتج التطبيقات التي يمكن انتاجها بلغة السي شارب للعمل علي منصات متعددة. مجالات استخدام السي شارب: تطبيقات منصة التشغيل ويندوز تطبيقات الانترنت (الويب والواب) ذلك باستخدام منصة ال ASP.NET تطبيقات الموبايل وتعتمد علي منصة التشغيل CE WINDOWS تطبيقات العمل علي

لينوكس وذلك بالاعتماد علي مكتبيات تمت كتابتها خصيصا لمنصة التشغيل
لينوكس وذلك من خلال مشروء مونو (مستقل عن ميكروسوفت) ونظرا
لتنوء امكانية عمل تطبيقات باستخدام C# فانة يمكن عمل تطبيقات قوية.

تطبيقات تعامل مع قواعد البيانات باستخدام مكتبة ADO.NET

تطبيقات الجرافيكس والوسائط المتعددة.

تطبيقات ادارة المحتوى.

الالعاب Games والترفيه.

خلاصة القول لغة السي شارب لغة قوية ومتميزة فى الكثير من المجالات ويتم
تطويرها بشكل مستمر، وتعتبر ضمن عائلة لغات السي، ولكنها تتميز عن السي

بأنها أسهل فى التعلم كالفيجوال بيسيك

مميزات SQL Server

هو عبارة عن قاعدة بيانات مركزية تقوم بإدارة قواعد البيانات وتوزيعها عبر شبكة
الكمبيوتر

1. إمكانية إضافة بيانات جديدة

2. استرجاع البيانات من ملفات مكونة لقاعدة البيانات

3. تحديث البيانات

4. حذف البيانات

5. تلبية حاجة المستخدمين للبيانات

6. تكامل البيانات والاجابة على أي استفسارات وسهولة الحصول على المعلومات

7. فرض قيود التامين والسرية على بعض البيانات الهامة

الباب الرابع

التصميم

1-4 المقدمة:

تعد مرحلة التصميم التي تلي مرحلة التحليل مباشرة، وفي الغالب تعد مخرجات التحليل هي ذاتها مدخلات لمرحلة التصميم .

2-4 تعريف التصميم:

هي عملية حل مشكلات وتخطيط لبرنامج حاسوبي .بعد ان تكون الغاية من توصيف البرمجية قد حددت،يقوم المبرمجون او المصممون بتطوير خطة للبرمجية .تحتوي هذه الخطة علي امور تتعلق بمكونات و خوارزميات متدنية المستوى .
اضافه الي نظرة لمعمارية البرمجية .

3-4 اهداف التصميم:

تهدف مرحلة التصميم الي تنفيذ الانشطة والفعاليات الاتية :

البدية بتحديد التصميم المنطقي للنظام وفقاً لمطلبات عملية التحليل .

2-3-4 تحديد المواصفات التشغيلية للاجهزه المطلوبة لعملية الحوسبة .

3-3-4 اختيار وبناء الخوارزميات المناسبة .

4-3-4 تحديد احتياجات المستخدمين من النظام واستيعابها في التصميم

الاساسية

5-3-4 تحديد مواصفات الحزم البرمجية المناسبة لعملية الحوسبة

6-3-4 استكمال مستلزمات تصميم نظام المعلومات

4-4 مراحل تصميم نظم المعلومات المحوسبة:

مراحلتين هما:

1-4-4 مرحلة التصميم المنطقي.

2-4-4 مرحلة التصميم المادي

التصميم المنطقي:

تصميم نظم المعلومات المحوسبة يبدأ عادة في مرحلة التصميم المنطقي والذي

يراد منه وضع اللتصورات والمفاهيم المنطقية للنظام قبل المرحلة التنفيذ

المباشرة باستخدام برمجيات الحاسوب .

التصميم المنطقي تتضمن الأنشطة الآتية :

أ-تصميم المدخلات .

ب- تصميم المخرجات .

ج-تصميم المعالجة .

د-تصميم قاعدة البيانات .

4-5 تصميم الشاشات:

4-5-1 شاشة تسجيل الدخول

تسجيل الدخول

اسم المستخدم

كلمه المرور

الغاء موافق

4-5-2 الشاشة الرئيسيه



3-5-4 شاشة الاضافه

The image shows a software window titled "اضافه مبيعه" (Add Sale). The window contains a form with the following fields and labels:

- الرقم** (Number): A text input field containing the value "15".
- الاسم** (Name): A text input field.
- المواصفات** (Specifications): A large text area for detailed specifications.
- الكميه** (Quantity): A text input field.
- السعر** (Price): A text input field.
- اضافه** (Add): A button to submit the form.

4-5-4 شاشة بيانات الاصناف

عرض الاضافات

عرض البيانات

الرقم	اسم الصنف	المواصفات	الكميه	السعر
1	GR5	ذاكره 32 - ذاكره 32 ...	50	6000
2	Y5 2019	ذاكره 32 - رام 4 قيقا	100	7000
3	Y9 2019	ذاكره 32	20	15000
4	IPHONE 11PRO	ذاكره 128 قيقا رام 6 في...	70	90000

العمليات

اضافه حذف تعديل

4-5-5 شاشة العملاء

The image shows a software window titled 'العملاء' (Customers) with a sub-header 'المبيعات' (Sales). The form contains the following fields and labels:

<input type="text"/>	الرقم
<input type="text"/>	الاسم
<input type="text"/>	البريد الالكتروني
<input type="text"/>	العنوان
<input type="text"/>	الهاتف
<input type="text"/>	الهويه

Below the fields is a button labeled 'اضافه' (Add).

4-5-6 شاشة بيانات العملاء

عرض العملاء

عرض البيانات

رقم العميل	اسم العميل	البريد	العنوان	ال. هاتف	اثبات شخصيه
1	سامي عبدالله	s2s.com	hke,gh	9097097	55563756475

العمليات

اضافه حذف تعديل

4-5-7 شاشة المبيعات:

المبيعات

بيانات العميل

بيانات الفاتورة

رقم الفاتورة:

وصف الفاتورة:

تاريخ البيع: Saturday , December 21, 2019

اسم البائع:

المنتجات

اختيار	معرف المنتج	اسم المنتج	الكمية	المبلغ	المبلغ الإجمالي
...					

المجموع:

حذف السطر المحدد

جديد حفظ

8-5-4 شاشة المستخدمين

المستخدمين

العرض

رقم المستخدم	الاسم	المستخدم	كلمه المرور	*

عمليات الاضافه

الرقم

الاسم

اسم المستخدم

كلمه المرور

جديد

اضافه

تعديل

حذف

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

1-5 النتائج:

يقوم هذه النظام الذي تم تصميمه لمعالجة جميع المشاكل التي كانت موجودة في

النظام السابق او القديم، وتوصلت نتيجة النظام المحوسب الي النتائج التالية:

1-1-5 الدقة والمرونة في عملية البيع والشراء

2-1-5 حفظ البيانات

3-1-5 توفير الصلاحيات لمستخدمي النظام

4-1-5 حل مشكلة التخزين في النظام القديم

5-1--5 سهولة استخراج الفواتير والاستفسارات من النظام

2-5 التوصيات :-

1-2-5 استخدام الماسح الضوئي لادخال بيانات العميل وارقام الاصناف

2-2-5 ربط الفروع مع بعضها عن طريق الشبكة

3-2-5 انشاء موقع الالكتروني لي الشركة.

3-5 المراجع:

<http://www.arabbic.com>

<http://www.alyaseer.net>

<http://www.barmej.com>

<http://www.arccn.net>

المراجع:

أ. بحث " التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة؛ للدكتور :قاسم النعيمي، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق .

ب. "التجارة الإلكترونية"، منتديات عز الدين لكل الجزائريين، مُتاح على رابط :

<http://goundi.yoo7.com/t5-topic>

ج. ويكيبيديا الموسوعه الحره : مادة التجارة الالكترونية.