

التجارة الإلكترونية



نسمع كثيراً عن التجارة الإلكترونية، ولكننا لا نرى شيئاً. فما أن نسمع عن أحدهم دشّن موقعه للتجارة الإلكترونية، حتى نسمع بعد حين أنه أغلقه، لا يختلف اثنان على أن التجارة الإلكترونية في العالم العربي مازالت ضعيفة، بل يمكن اعتبارها فاشلة، فعشرات المشروعات العربية التي قامت خلال الحقبة الأخيرة لم يكتب لها النجاح، برغم الأموال التي تم صرفها واستثمارها فيها، وبرغم توافر كافة الأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية كأدوات الدفع e-payment والتسليم delivery ونحوها التي يعدها الكثير من المتخصصين أساسيات لا تقوم التجارة الإلكترونية إلا بها.

التجارة الإلكترونية ليست مجرد أموال فقط.

السائد بين الناس أن التجارة الإلكترونية محصورة فقط في تلك الحركات المالية التقليدية من بيع وشراء ودفع وتسليم، وأن كل ذلك يجب أن يتم عبر شبكة الإنترنت دون تدخل بشري، إلا في أضيق الحدود على غرار تلك المواقع الضخمة، التي تباع سلعاً على شبكة الإنترنت كـ Amamazon و ebay أو غيرها، وهذا يعني أن من لا يوفر فرصة البيع والشراء عبر بطاقات الائتمان، فهو ليس ضمن نطاق التجارة الإلكترونية، وهذا بالطبع وفي ذهن الكثيرين يتطلب أموالاً واستثمارات ضخمة، قد لا يكون لها مبرر لدى متخذي القرار من وجهة نظر اقتصادية، خصوصاً أن التسوق التقليدي في بلادنا متعة وترفيه أكثر منه قضاء حاجة.



amazon.com

إن هذا الفهم الخاطئ والضيق للتجارة الإلكترونية وحصرها فقط في الحركات المالية المتبادلة عبر شبكة الإنترنت ePayment لأغراض البيع أو الشراء إضافة إلى فقر مواقع التجارة الإلكترونية العربية بالمعلومات التي تساعد المشتري على اتخاذ قرار الشراء، تعد أهم أسباب فشل التجارة الإلكترونية في عالمنا العربي، وتجعل الكثير من الشركات تعزف عن الخوض فيها إلا من أراد بعض التسلية أو التفاخر أو ممارسة هواية، ولم تعد هدفاً لأي شركة أو مؤسسة برغم ما يمكن أن تُنعت به من تخلف عن ركب العصر أو ما يمكن أن تُضيق عليها من فرص.



إن التعريف الصحيح و الواضح لمفهوم التجارة الإلكترونية قد يغير الأمر كثيراً عما قد يعتقد الكثيرون. فالأدوات التقليدية والحركات المالية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية من دفع وتسليم ونحوه أصبحت مع التقدم التكنولوجي الكبير في تناول الجميع وبتكاليف معقولة، ولم تعد عائقاً أمام أي مشروع تجارة إلكترونية على الشبكة، كما لم تعد سبباً للفشل، إنما يكمن جوهر نجاح التجارة الإلكترونية الصحيحة في الفهم الصحيح لها وأهمية **"المعلومات"** ومدى توافرها وجودتها وغزارتها بوصفها عنصراً أساسياً لقيامها. حيث إن المعلومات هي **الدافع** الرئيس للمشتري لاتخاذ قرار الشراء، سواء الشراء عبر شبكة الإنترنت في حال توافر تلك الأدوات المالية اللازمة أو عبر الشراء التقليدي في حال عدم توافر الأدوات المالية .

التعريف الحقيقي للتجارة الإلكترونية

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها **فن وعلم تبادل السلع والخدمات إلكترونياً**.

وهذا يعني:

- أن التجارة الإلكترونية **فن** يجب **الإبداع** فيه، كما يحدث تماماً في فنون البيع والتسويق التقليدية الأخرى، فالتاجر عبر شبكة الإنترنت عليه أن يعرف كيف **يعرض** بضاعته بشكل يجذب الآخرين إلى شرائها. والمعلومة المكتوبة والمصورة في عالم الإنترنت هي محور الجذب الأساسي للمشتريين؛ نظراً لعدم قدرة المشتري على تلمس السلعة بنفسه.
- أن التجارة الإلكترونية **علم له أصوله** وقواعده، تماماً كعلوم التسويق والمبيعات والإدارة. وأن هذا العلم له منهجيته وأساليبه التي يجب الإحاطة والإلمام بها بشكل صحيح وعلمي وأكاديمي في بعض الأحيان حسب طبيعة الموقع وميزانيته.
- أن التجارة الإلكترونية لا تنحصر فقط في عمليات البيع والشراء، بل تتجاوز ذلك لتشمل كافة عمليات **التبادل** بكل أنواعها، سواء كانت بمقابل أو دون مقابل، ولأي غرض بشرط أن يتم العرض والطلب إلكترونياً .

- أنه لا يشترط أن تترافق بعمليات تبادل السلع والخدمات عمليات **دفع** نقدي إلكتروني، فكل من **عرض** سلعة على شبكة الإنترنت بغرض البيع أو الشراء، سواء تم الدفع عبر الإنترنت أو غيرها، فهو يدخل ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية بغض النظر عن طريقة الدفع المتبعة.
- أنه يشمل تبادل السلع والخدمات أياً كان **نوعها**، ويتضمن ذلك المعلومات والمحتوى وغيرها من السلع غير التقليدية، التي قد لا تحتاج إلى مخازن لتخزينها. لاحظ أن عليك أن تختار السلع التي سيقبل عليها الناس أو الجمهور المستهدف، ولا تختار شيئاً قد لا يكون مقبولاً بيعه عبر الإنترنت في عالمنا العربي.

تعد الكتب والأفلام والموسيقى والمعلومات والسياحة والهدايا أكثر الأنشطة التجارية الناجحة على شبكة الإنترنت، أما الملابس والغذاء والإلكترونيات فلم تحقق ذلك النجاح.

- أن التبادل يكون إلكترونياً عبر **أي شبكة**، وليس شرطاً أن يتم عبر شبكة الإنترنت، فقد تتم عبر شبكة محلية أو حتى بمجرد اتصال بين جهازين.

ما مواقع التجارة الإلكترونية؟

هي المواقع الإلكترونية التي تهتم ببيع السلع أو الخدمات أو المحتوى للجمهور عبر الإنترنت. أو عبر الوسائل الإلكترونية الأخرى. وقد تكون هذه المواقع **مستقلة بذاتها** أو أنها **تابعة** لإحدى الشركات أو الأسواق التجارية التي تعمل بالتجارة التقليدية، والنوع الأول هو الأكثر انتشاراً، وترتبط بعملية البيع الإلكتروني بعض المتطلبات، التي قد لا يكون لها علاقة بالإنترنت مباشرة، لكنها ضرورية لنجاح العمل كالشحن والتسليم والدفع عبر الإنترنت ونحو ذلك.

وتصميم هذا النوع من المواقع يجب أن يتميز **بالاحترافية** وسهولة الاستخدام معاً، فيجب أن تظهر التصنيفات الرئيسة للسلع والخدمات التي يتداولها الموقع في مكان **بارز** على يمين الصفحة أو يسارها أو في أعلاها. ويجب أن يتم تقسيم المنتجات التي يتعامل معها



الموقع اعتماداً على نوعية السلع التي يبيعها الموقع (كتب، أجهزة إلكترونية، ملابس.....).
 ثم التصنيفات الفرعية لكل تصنيف رئيس إن وجدت (سياسة، اقتصاد،.....).
 كما أن **سهولة نظام الشراء** الذي يوفره الموقع أمر بالغ الأهمية للزائر، حيث يشجعه على التعامل مع الموقع وإتمام عملية الشراء، وإلا فإنه سينفر منه ولن يزوره مرة أخرى.
 لذلك يجب أن يكون **سيناريو الشراء** واضحاً أمام الزائر منذ بدء زيارته للموقع، بحيث يتمكن الزائر بسهولة من إضافة أي منتج يود شراءه إلى سلة المشتريات، ثم متابعة الشراء ثم الدفع دون صعوبة.

اعلم أن أكثر المواقع الإلكترونية تكلفة هي مواقع التجارة الإلكترونية بوصفها مشروعاً تجارياً كاملاً، لا يقل تكلفة أو أهمية عن افتتاح متجر حقيقي.



وغزارة المعلومات المدعومة بالصور ولقطات الفيديو عن كل منتج هو أهم عامل في نجاح أي موقع للتجارة الإلكترونية، فحتى يشتري الزائر سلعة ما دون أن يلمسها مباشرة - كما هو الحال مع الشراء التقليدي - لا بد أن يستطيع تخيّل السلعة ومعرفة خصائصها بالتفصيل بحيث تعوضه عن **عدم لمسها** للسلعة بشكل فعلي، وهذا يتطلب نظاماً لإدارة الكاتلوج الإلكتروني أو نظاماً لإدارة المحتوى، وربما لكم هائل من ملفات الفيديو والFLASH.

قد يقتصر موقع التجارة الإلكترونية على المعلومات في حال عدم توافر وسائل الشحن أو التسليم أو الدفع، ولا عيب في ذلك، فتوافر المعلومات للمشتريين أحد أهم عوامل الشراء حتى لو لم يكن إلكترونياً.





أحد مواقع التجارة الإلكترونية في العالم العربي

تطبيق التجارة الإلكترونية:

إن أي موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت يعرض سلعاً وخدمات بفرض البيع، هو ببساطة موقع تجارة إلكترونية شرط أن تتوافر فيه المعلومات اللازمة **وبغزارة**، التي تساعد متخذ القرار على الشراء دون اشتراط توافر الأدوات المالية، التي تُعدّ مكملة وليست جوهرية، وتشمل المعلومات التي يجب توفيرها على الأقل معلومات عن:

- **معلومات** عامة عن السلع والخدمات محل البيع.
- الشركة **المنتجة** والمسوقة للسلعة.
- كيفية **استعمال** السلعة أو الحصول على الخدمة بشكل تفصيلي مع فيديو توضيحي إن أمكن.

- كيفية **الاستلام** والحصول على الخدمة أو السلعة والمدة اللازمة للاستلام.
- **الأسعار** وكيفية الطلب ووسائل الدفع المتوافرة.

ولا ينحصر تحقيق ذلك فقط في بناء المواقع **الضخمة** ذات الميزانيات العالية المرتفعة، بل يمكن تحقيقه إما عبر بناء مواقع **متوسطة الحجم** توفر تلك المعلومات، أو بتوسع أكثر عبر استخدام ما يسمى بالكتالوجات الإلكترونية eCatalog أو من خلال بناء متاجر



وبذلك، فإن كل شركة أو منشأة أياً كان حجمها أو طبيعة عملها لها القدرة على الدخول في عالم التجارة الإلكترونية، ضمن الميزانية التي تحددها بشرط أن توفر المعلومات والأدوات اللازمة للمشتريين على الشبكة، وبما يتناسب مع الحاجات الحقيقية وطبيعة وحجم المنشأة ومنتجاتها وخدماتها حتى يضمن له النجاح.

ومخازن إلكترونية أياً كان حجمها eStore . المهم أن تدرس حاجات الناس لديك، وتعرف قدراتك وإمكانياتك قبل أن تخطو خطوتك.

أما إذا عزمتم على خوض تجربة بناء متجر إلكتروني متكامل، فعليك الأخذ في الحسبان أن توفر العناصر الأساسية الآتية قدر الإمكان:

- توفير وسائل **الشحن** المناسبة التي تضمن وصول السلع إلى المشتريين في الوقت الذي تم تحديده في الموقع. ويتم ذلك بتعاونك مع إحدى شركات الشحن المعروفة، التي توفر مثل هذه الخدمات كأرامكس وDHL.

- توفير **نظام** قوي ومرن لإدارة مخزن البضائع لديك، بحيث يكون متكاملًا بشكل كامل مع موقعك، فهو القلب النابض له، فإذا حدث خلل ما في أثناء عملية الشراء، أو لم تكن معلومات الأصناف والكميات محدثة في الموقع، كما هي في الواقع لديك في المستودع، فإن ذلك سيؤدي إلى فشل موقعك ونفور الناس منه. وتوجد العديد من البرامج الجاهزة والمعدة لهذا الغرض، التي يمكن استخدامها ويبقى عليك توفير القوى العاملة القادرة على التعامل معها.

- توفير وسائل **الدفع** المناسبة لزوار الموقع، فلا يتم الاكتفاء فقط بالبطاقات الائتمانية، بل يتم اعتماد وسائل أخرى مناسبة للزوار في وطننا العربي كاستخدام التحويل إلى الحسابات البنكية والبطاقات المدفوعة مسبقاً أو الدفع عند التسليم، الذي توفره عادة شركات الشحن أو التعاون مع بعض المواقع التي توفر وسائل للدفع ك-cashU.

يتم توفير إمكانية الدفع عبر بطاقات الائتمان من خلال تعاونك مع أحد البنوك المحلية في بلدك، أو مع إحدى الشركات الأمريكية، التي توفر هذه الخدمة في حال توافر حساب بنكي لك في أحد البنوك الأمريكية.

• توافر الصيانة والدعم الفني **بعد البيع**، وتمكين المشتري من إعادة السلعة في حال عدم رضاه عنها خلال وقت محدد. فكل هذه الأساليب تعطي اطمئناناً أكبر للمشتري عبر شبكة الإنترنت، الذي عادةً ما يكون قلقاً من الشراء خصوصاً من مواقع جديدة لا يعرف عنها الكثير.

• **الأمان والسرية** هي أحد أهم العوامل التي تدفع الناس للشراء من موقعك والاطمئنان له، وإلا فلا داعي لأن تبذل مجهوداً ضائعاً إن لم تستثمر في هذا الأمر، وأهم معايير الأمان التي يجب أن تلجأ إليها:

• الجهاز الخادم الذي يحوي موقعك يجب أن يكون مخصصاً **لموقعك** فقط، وفي وضع **أمن**، ولدى شركة استضافة معروفة، ضمن شبكة افتراضية خاصة vpn.

• يجب الاحتفاظ بأرقام **البطاقات الائتمانية** التي يستخدمها زوار الموقع في مكان آمن في نظامك وفي موقعك، وألا يتمكن أحد من الاطلاع عليها حتى من موظفيك، وإن لم تتمكن من ذلك فلا تحتفظ بأرقام البطاقات الائتمانية في أنظمتك إطلاقاً، وأجبر الزائر على أن يدخلها في كل مرة يقوم بالشراء.

• استخدم **شهادات الأمان SSL** عند عملية الشراء حيث تقوم هذه الشهادات بتشفير كل المعلومات التي يرسلها الزائر إلى موقعك، فلا يستطيع أحد اختراقها. (وهي في الطريق إلى موقعك) وشهادة الأمان هي ملف إلكتروني يتم إصداره من إحدى الشركات الموفرة لهذه الخدمة، ويتم تركيبه على الموقع الإلكتروني؛ ليعمل على تشفير كافة المعلومات المتبادلة بين الموقع والزائر.



تعد مواقع التجارة الإلكترونية أكثر المواقع تكلفة على الإطلاق، فهي عمل تجاري بحت في حد ذاته، ويجب عليك أن تضع خطة عمل تثبت نجاح مشروعك قبل الإقدام عليه، فكثير من التجارب في عالمنا العربي فشلت بسبب عدم التخطيط الجيد.



مواقع شركات الطيران والسياحة أحد المواقع الأكثر نجاحاً في عالمنا العربي في مجال التجارة الإلكترونية.

