

الفصل الرابع

التسويق الإلكتروني

وداعاً للأسواق التقليدية:

تُعرّف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية: أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.

جاء ذلك في دراسة لإدارة البحوث بالبنك الأهلي المصري وقد أوضحت الدراسة أن البعض كذلك يعرف التجارة الإلكترونية: بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونياً سواء كانت التجارة في السلع والخدمات، أو المعلومات وبرامج الكمبيوتر.

هذا وقد قامت كثير من البنوك بتقديم خدمة مصرفية جديدة بإصدار بطاقات "فيزا" خاصة بالإنترنت فقط، وذلك لتشجيع عملاءها على الدخول في عالم التجارة الإلكترونية؛ بما توفره هذه البطاقات من سرعة وأمان (حيث يتم تأمين جميع المشتريات) وسهولة في التعامل، وتقديم هذه البطاقات خدمة مصرفية عالية، حيث تشمل إطلاع العميل على الحسابات الجارية الخاصة به، وإمكانية التحويل بين الحسابات، وحسابات التوفير، وسداد مستحقات بطاقات الائتمان، وطلب دفتر شيكات، والوقوف على آخر أسعار العملات واتصال بالبنك عن طريق البريد الإلكتروني للاستفسار عن الخدمات البنكية التي يقدمها، كما قامت بعض البنوك بإضافة خدمة جديدة إلى هذه البطاقات عن طريق ضمان البنك قيمة صفقات التجارة الإلكترونية إذا لم يتمكن صاحب البطاقة من الحصول على حقه من التاجر الذي تعامل معه.

وقد انتشرت التجارة الإلكترونية في معظم دول العالم من الشرق إلى الغرب (الولايات المتحدة الأمريكية، غرب أوروبا، اليابان ودول أخرى كثيرة)، وأثبتت نجاحها نتيجة لما شهده العالم من التقدم التكنولوجي الهائل وزيادة حدة الترابط بين الأسواق، والمستقبل المنظور يبشر لها بتطور هائل على المستوى العالمي، وستكون إحدى الظواهر المميزة في العقد المقبل، حيث تشير التوقعات إلى ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية إلى 103 مليارات دولار عام 2003م مقابل 1.8 مليار عام 1997.

أنواع التجارة الإلكترونية

1 - تجارة الأعمال مع الأعمال:

يقصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد من مورديها وعملائها الكبار، عن طريق شفرة (وتسمى المعاملات الإلكترونية الموثقة "set" وقد استحدثتها شركتنا بطاقات الائتمان VISA و MasterCard، وتضمن هذه المعاملات خصوصية المعلومات ومنع أي تلاعب فيها) وعناوين على شبكة الإنترنت خاصة بالشركة لا تنشر على الملأ. وتبلغ نسبة هذا النوع نحو 85% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية. ويساعد أسلوب التشفير في تحقيق المزايا التالية:

- خصوصية وسرية المعلومات.

- صحة الرسالة أي التأكد من عدم وقوع أي تغييرات أثناء حركة الرسالة.
- التأكيد على مسئولية البائع والمشتري نحو العقد.
- التوافق في إجراء العملية بحيث يستطيع المشتري والبائع إقامة هذه العملية من دون عوائق ناتجة عن اختلاف البرامج المستخدمة من الطرفين.

2 - تجارة الأعمال مع المستهلكين

ويطلق البعض على هذا النوع التسوق الإلكتروني أو تجارة التجزئة الإلكترونية؛ لتمييزه عن التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال. وتبلغ نسبة هذا النوع نحو 15% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية.

أسلوب الدفع

- 1 - الدفع بواسطة بطاقة الائتمان عبر شبكة الإنترنت، وهو أكثر أشكال الدفع ارتباطاً بالتسوق الإلكتروني.
- 2 - الدفع عن طريق الشيك أو نقداً عند التسليم بعد الشراء من المواقع التجارية على الإنترنت.

All Rights Reserved © [Arab British Academy for Higher Education](http://www.abahe.co.uk)