الإنترنت والتجارة الإلكترونية

◄التجارة الإلكترونية (E-commerce) هي: تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات، بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة.

بدأ استخدام الإنترنت في الأغراض التجارية عام 1992، عندما ظهر (www) كمروج للسلع والخدمات، ومن هنا بدأ إقبال رجال الأعمال وأصحاب المؤسسات والشركات التجارية على تلك المواقع، وأصبحوا يبرمون الصفقات عن طريق مراسلاتهم عبر البريد الإلكتروني، ثمّ عن طريق عرض منتجاتهم وخدماتهم من خلال مواقع لهم على شبكة الإنترنت.

وقد مرّ استخدام الإنترنت في التجارة الإلكترونية بعدة خطوات ارتبطت بالتطورات التقنية التي طرأت على استخدام الشبكة، ويمكن إجمالها في المراحل الآتية:

المرحلة الأولى: استخدام المنشآت التجارية للشبكة في صورة مواقع إعلانية، تعرف العملاء ومستخدمي الويب بنشاط المنشأة ومنتجاتها.

المرحلة الثانية: وهي أكثر تقدماً، حيث قامت المنشآت التجارية بنشر المعلومات عن نشاطاتها التجارية، كما امتلأت المواقع بالصور والرسومات الجذابة لمنتجات وخدمات المنتجين.

المرحلة الثالثة: نتيجة استخدام أحدث أنواع التقنية أصبح من السهل على العميل التعرف على مواقع الإنترنت من خلال عناصر التصفح البسيطة، وبذلك تخطى رجال الأعمال مرحلة الإعلام والترويج إلى مرحلة إتمام عمليات البيع عن طريق الإنترنت.

وأصبح الأمر كالتالي: يقوم المشتري باختيار ما يرغب في شرائه، ويخطر البائع الذي يقوم بدوره بإرسال السلعة إليه، ويتم الدفع عن طريق أنظمة الدفع الإلكتروني، ومن أهمها بطاقات الائتمان، كما يتم التوقيع على العقد الإلكتروني عن طريق شفرة معينة يستحيل تزويرها.

وقد ازداد في الآونة الأخيرة حجم التجارة الإلكترونية بشكل كبير جدّاً، حتى أنّ دراسة خلصت إلى أنّ 60% من النمو الاقتصادي خلال السنوات الأولى من القرن الواحد والعشرين سيرجع في المقام الأوّل إلى التجارة الإلكترونية، والتعامل في تكنولوجيا المعلومات.

يعتمد الاقتصاد الرقمي على أساسين اثنين: هما: التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات؛ حيث إنّ الأخيرة عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية، باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري، وتنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية والتجارة الإلكترونية (commerce-E) المتعلقة بالبضاعة والخدمات، بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة وهي:

النوع الأوّل: خدمات ربط أو دخول الإنترنت، وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني، ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت.

النوع الثاني: التسليم أو التزويد التقني للخدمات.

النوع الثالث: استعمال الإنترنت كوسيط أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية، وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

كما أنّ التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطاً عديدة؛ مثل عرض البضائع والخدمات عبر الإنترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية، مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الإنترنت وبأشكال وأنواع مختلفة.►

المصدر: كتاب التسويق الإلكتروني في العالم العربي