

الفصل العاشر: التجارة الإلكترونية: تجارة التجزئة والخدمات

I. أنواع نماذج الأعمال في تجارة التجزئة الإلكترونية: تقدم تجارة التجزئة عبر الإنترنت نماذج أعمال مختلفة تتكيف مع تنوع احتياجات السوق الرقمي. تتناول هذه النماذج كيفية تحقيق الشركات للربحية، وتوسيع قاعدة عملائها، وتقديم قيمة مضافة عبر القنوات الرقمية. الأمثلة المدرجة في الكتاب توضح نجاحات هذه النماذج والتحديات التي تواجهها.

1. **المتاجر الافتراضية (Virtual Merchants)** : هي الشركات التي تعتمد بشكل كامل على التجارة الإلكترونية في تحقيق أرباحها. تتميز هذه الشركات بأنها ليس لها وجود فعلي أو متاجر تقليدية، بل تعمل بشكل رئيسي من خلال مواقع الويب والتطبيقات الإلكترونية.
2. **التجارة متعددة القنوات (Omnichannel Merchants)** : يجمع هؤلاء التجار مزيجا بين نموذجين: المتاجر الفعلية التقليدية (Bricks) والقنوات الرقمية مثل مواقع الإنترنت والتطبيقات (Clicks). يعتمدون على إنشاء تجربة متكاملة للعملاء تجمع بين المبيعات الفعلية والرقمية، مما يمنح العملاء خيارات مرنة للتسوق.
3. **المصنعون المباشرون (Manufacturer-Direct)** : يُشير مفهوم **Manufacturer-Direct** إلى الشركات المصنعة التي تباع منتجاتها مباشرة إلى المستهلكين من خلال الإنترنت دون تدخل الوسطاء أو تجار التجزئة. يُعرف أيضًا باسم **Direct-to-Consumer (DTC)**.
4. **تجار الكتالوج (Catalog Merchants)** : تجار الكتالوج هم شركات بدأت بتقديم منتجاتها من خلال كatalوجات ورقية ووسائل الطاب التقليدية (مثل البريد والهاتف) قبل أن تتبنى الحلول الرقمية. يمثل هذا النموذج خليطاً بين التجارة التقليدية والإلكترونية، حيث تطورت الشركات تدريجياً لتطوّر منصات تجارة إلكترونية قوية.

II. أنواع شركات الخدمات: عبر الإنترنت: ومن بين أهم أنواع الخدمات الرقمية نجد:

1. **الخدمات المالية عبر الإنترنت**
 - أ. الخدمات المصرفية عبر الإنترنت
 - ب. الوساطة المالية عبر الإنترنت
 - ت. الخدمات العقارية والقروض عبر الإنترنت
 - ث. الخدمات التأمينية عبر الإنترنت
2. **الخدمات السياحية عبر الإنترنت (Online Travel Services)** :
يُظهر سوق السفر الإلكتروني تزايد الاعتماد على التكنولوجيا والابتكار لتحسين تجربة العملاء. وعلى الرغم من التحديات، تبقى إمكانيات السوق هائلة، مدفوعة بالتطورات التقنية مثل التطبيقات الذكية والمراجعات الاجتماعية (Kenneth C. Laudon - E-c...)(Kenneth C. Laudon - E-c...). ويتضمن السوق السياحي الإلكتروني أربعة قطاعات رئيسية:
 - أ. تذاكر الطيران:
 - ب. حجوزات الفنادق:
 - ت. تأجير السيارات:
 - ث. الرحلات السياحية والباقات:
3. **خدمات التوظيف عبر الإنترنت**: تحولت عملية التوظيف من الطرق التقليدية، مثل الإعلانات المطبوعة ومعارض الوظائف والتوظيف في الحرم الجامعي، إلى منصات التوظيف الرقمية. يقدم الإنترنت وسيلة أكثر كفاءة وربحية

لربط أصحاب العمل بالموظفين المحتملين وتقليل الوقت اللازم لتوظيف المرشحين المؤهلين. اليوم، يستخدم حوالي 90% من أصحاب العمل خدمات التوظيف عبر الإنترنت، إلى جانب الطرق التقليدية (Kenneth C. Laudon - E-c...).

4. شركات الخدمات حسب الطلب (On-Demand Service Companies): توفر هذه الشركات منصات رقمية تمكن المستخدمين من الحصول على خدمات أو موارد محددة عند الطلب. تقوم الشركات بربط مقدمي الخدمات ("البائعين")، الذين يرغبون في استغلال مواردهم الاحتياطية (مثل السيارات، الغرف، أو المهارات الشخصية)، بالمستهلكين ("المشتريين") الذين يحتاجون إلى هذه الخدمات والموارد. يُشار إليها أيضًا بمصطلحات مثل "اقتصاد المشاركة"، "التجارة التعاونية"، و"الاستهلاك بين الأفراد" (Kenneth C. Laudon - E-c...).