



جزوه باما

دانلود جزوات، نمونه سوالات
و پروپوننت‌های دانشگاهی

Jozvebama.ir



به نام آفریدگار عالی مرتبه

محمد حسن عابدینی

موضوع تحقیق Ecommerce

استاد: سرکار خانم آنا مجرد لنگرودی

آشنایی با قوانین کسب و کار

هر آنچه در مورد ایکامرس یا تجارت الکترونیک باید بدانید

تجارت الکترونیک یا ایکامرس Ecommerce از ابتدای راه خود به طرق مختلف تکامل یافته است و شیوه زندگی، خرید و تجارت ما را تغییر داده است. در ادامه این مطلب به تاریخچه و آینده تجارت الکترونیک می‌پردازیم.

تجارت الکترونیک یا ایکامرس چیست؟

تجارت الکترونیک یا ایکامرس یا تجارت آنلاین همان خرید و فروش کالا یا خدمات در اینترنت است. این کار شامل طیف گسترده‌ای از داده‌ها، سیستم‌ها و ابزارها برای خریداران و فروشندگان آنلاین از جمله خرید تلفن همراه و رمزگذاری پرداخت آنلاین است.

بیشتر کسب‌وکارهای حاضر در بسترهای تجارت الکترونیک یا ایکامرس برای انجام فعالیت‌های بازاریابی و فروش آنلاین و نظارت بر تدارکات و تحقیق از فروشگاه تجارت الکترونیکی و یا یک بستر ایکامرس استفاده می‌کنند.

برای درک کامل تجارت الکترونیک یا ایکامرس بیایید نگاهی به تاریخچه، رشد و تاثیر آن در دنیای تجارت بیندازیم. در ادامه همچنین در مورد برخی از مزایا و معایب تجارت الکترونیک، به علاوه پیش‌بینی آینده تجارت الکترونیک پرداخته خواهد شد

انواع تجارت الکترونیکی یا انواع ایکامرس

به طور کلی، شش مدل اصلی ایکامرس وجود دارد که کسب‌وکارها می‌توانند در آنها دسته‌بندی شوند:

B2C

B2B

C2C

C2B

B2A

C2A

بیایید هر یک از انواع تجارت الکترونیک را با جزئیات بیشتر مرور کنیم.

۱- تجارت کسب‌وکار و مصرف‌کننده (B2C)

تجارت الکترونیک B2C شامل معاملات انجام شده بین یک کسب‌وکار و مصرف‌کننده است. B2C یکی از محبوب‌ترین مدل‌های فروش در زمینه ایکامرس است. به عنوان مثال، هنگامی که کفش را از یک خرده‌فروش آنلاین کفش خریداری می‌کنید، یک معامله بین فروشنده و مشتری است.

۲- تجارت یک کسب‌وکار با کسب‌وکار دیگر (B2B)

برخلاف B2C، تجارت الکترونیک B2B شامل فروش انجام شده بین کسب‌وکارها مانند تولیدکننده و عمده فروش یا خرده فروش است. B2B مصرف‌کننده نیست و فقط بین کسب‌وکارها رخ می‌دهد.

فروش از طریق ایکامرس معمولاً روی مواد اولیه یا محصولات است که قبل از فروش به مشتریان، بسته‌بندی مجدد می‌شوند.

۳- مصرف‌کننده با مصرف‌کننده (C2C)

C2C یکی از اولین اشکال تجارت الکترونیک است. در این نوع ایکامرس مشتری به مشتری فروش انجام می‌دهد و در واقع محصولات یا خدمات بین مشتریان انجام می‌شود. این شکل روابط فروش C2C در eBay یا Amazon انجام می‌شود.

۴- مصرف‌کننده با کسب‌وکار (C2B)

C2B مدل تجارت الکترونیک سنتی را معکوس می‌کند، به این معنی که مصرف‌کنندگان منفرد محصولات یا خدمات خود را در دسترس خریداران تجاری قرار می‌دهند.

به عنوان مثال، مدل تجاری iStockPhoto که در آن عکس‌ها به صورت آنلاین برای خرید مستقیم از عکاسان مختلف در دسترس است.

۵- کسب‌وکار با اداره (B2A)

B2A یک مدل ایکامرس است که در آن مبادلات تجاری و مالی بین بنگاه‌های تجاری و ادارات و سازمان‌های دولتی انجام می‌شود. به عنوان مثال می‌توان محصولات و خدمات مربوط به اسناد حقوقی، تامین اجتماعی و غیره را نام برد.

۶- مصرف‌کننده با دولت (C2A)

C2A مشابه B2A است، اما در این مدل مصرف‌کنندگان محصولات یا خدمات آنلاین خود را به یک اداره می‌فروشند. C2A ممکن است شامل مشاوره آنلاین برای آموزش، تهیه مالیات آنلاین و غیره باشد.

B2A و C2A بر روی افزایش کارایی دولت از طریق پشتیبانی از فناوری اطلاعات متمرکز شده است.

تاریخ تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک یا ایکامرس حدود ۴۰ سال پیش معرفی شد. از آن زمان، ایکامرس با کمک فناوری‌های جدید، پیشرفت اتصال به اینترنت، امنیت بیشتر پرداخت با کمک درگاه‌های پرداخت و پذیرش گسترده مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها، به کسب‌وکارهای بی‌شماری کمک کرده است.

تاریخچه تجارت الکترونیک

۱۹۶۹: CompuServe تاسیس شد.

فناوری اولیه CompuServe توسط دانشجویان مهندسی برق دکتر جان آر گلنز و جفری ویلیکینز ساخته شد. فناوری اولیه CompuServe با استفاده از اتصال دایال آپ (Dial up) ساخته شد.

در دهه ۱۹۸۰، CompuServe انواع اولیه ارتباطات از طریق ایمیل و اینترنت را به مردم معرفی کرد و از اواسط دهه ۱۹۹۰ بر فضای تجارت الکترونیک مسلط شد.

۱۹۷۹: مایکل آلدریچ خرید الکترونیکی را اختراع کرد.

مایکل آلدریچ مخترع انگلیسی با اتصال تلویزیون اصلاح شده به رایانه پردازش تراکنش از طریق خط تلفن، یعنی خرید الکترونیکی را معرفی کرد.

این امکان را فراهم آورد تا سیستم‌های بسته اطلاعاتی توسط اشخاص خارجی برای انتقال ایمن داده‌ها باز و مشترک شود و این فناوری پایه و اساس تجارت الکترونیک مدرن شد.

۱۹۸۲: رایانه بوستون راه‌اندازی شد.

هنگامی که بوستون کامپیوتر راه‌اندازی شد، اولین شرکت ایکامرس در جهان بود.

وظیفه اصلی بوستون این بود که به عنوان یک بازار آنلاین برای افرادی که به فروش رایانه‌های دست دوم خود علاقه‌مند هستند، خدمات ارائه دهد.

۱۹۹۲: Book Stacks Unlimited به عنوان اولین بازار آنلاین کتاب راه‌اندازی شد.

Charles M. Stack مجموعه آنلاین خود را با عنوان Book Stacks Unlimited به عنوان یک کتابفروشی آنلاین معرفی کرد. در اصل، این شرکت از قالب صفحه اعلانات دایال آپ استفاده می‌کرد. تا این که در سال ۱۹۹۴ این سایت به بستر اینترنت تغییر یافت و از دامنه Books.com فعالیت کرد.

۱۹۹۴: Netscape Navigator به عنوان یک مرورگر وب راه‌اندازی شد.

مارک آندرسن و جیم کلارک با همکاری هم Netscape Navigator را به عنوان ابزاری برای مرور وب معرفی کردند. در طول دهه ۱۹۹۰، قبل از ظهور گول‌های مدرنی مثل گوگل، Netscape Navigator به مرورگر اصلی وب در سیستم عامل ویندوز تبدیل شد.

۱۹۹۵: راه‌اندازی آمازون.

جف بزوس آمازون را در درجه اول به عنوان بستر تجارت الکترونیک کتاب معرفی کرد.

۱۹۹۸: PayPal به عنوان یک سیستم پرداخت ایکامرس راه‌اندازی شد.

پی پال توسط Max Levchin، Peter Thiel، Like Nosek و Ken Howery به عنوان Confinity معرفی شد، PayPal به عنوان ابزاری برای انتقال پول ظاهر شد.

تا این که در سال ۲۰۰۰، این شرکت با شرکت بانکی آنلاین Elon Musk ادغام شد و شهرت و محبوبیت خود را آغاز کرد.

Alibaba راه‌اندازی شد. ۱۹۹۹:

علی بابا در این سال با بیش از ۲۵ میلیون دلار بودجه به عنوان یک بازار آنلاین راه‌اندازی شد. تا سال ۲۰۰۱، این شرکت سودآور بود. این برنامه به یک پلتفرم اصلی B2B، C2C و B2C تبدیل شد که امروزه به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲۰۰۰: گوگل، Google AdWords را به عنوان ابزاری برای تبلیغات آنلاین معرفی کرد.

Google Adwords به عنوان راهی برای تبلیغات کسب‌وکارهای ایکامرس برای افرادی که از جستجوی Google استفاده می‌کنند، معرفی شد.

با کمک کپی تبلیغ کوتاه متن و URL های نمایش، خرده فروشان آنلاین شروع به استفاده از این ابزار در زمینه پرداخت به ازای هر کلیک (PPC) کردند.



۲۰۰۳: ایکسب راه‌اندازی شد.

ایکسب اولین سایت تجارت الکترونیک ایران بود که در سال ۲۰۰۳ یا ۱۳۸۲ کار خود را آغاز کرد این سایت آن زمان بیشتر بر روی صنعت نفت تمرکز داشت اما رفته‌رفته با گسترش همکاری‌های خود با سایت‌های جهانی از جمله علی بابای چین رفته‌رفته حوزه فعالیت خود در تجارت آنلاین را گسترش داد و اکنون این مجموعه ایکامرس امکان خرید و فروش آنلاین به صورت عمده را برای تمامی شرکت‌های ایرانی و خارج از ایران فراهم کرده است.

به طور کلی سایت ایکسب چهار نوع خدمت به مشتریان عمده فروشی، سازمانی و صنعتی در ایران ارائه می‌کند:

1. سایت ایکسب: در واقع بستری که ایکسب در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهد تمام قابلیت‌های یک سایت تجاری یا فروشگاه را به رایگان در اختیارشان قرار می‌دهد. به عبارت ساده ایکسب یک هابی است که همه ی افراد و مخاطبین می‌توانند بسته به نیاز خود از آن استفاده کنند یعنی کسانی که ارائه دهنده خدمات یا محصول هستند به راحتی می‌توانند در این بستر ثبت نام کرده و سرویس خود را ارائه کنند و در طرف دیگر مخاطبینی که متقاضی این خدمات یا محصولات هستند می‌توانند به صورت مستقیم خرید کنند یا استعلام قیمت داشته باشند و یا به صورت آنلاین برای عرضه کننده ها پیام بگذارند.
2. بلاگ ایکسب: یک بلاگ تخصصی یا مجله تخصصی عمده فروشی و فروش B2B است که می‌تواند به کسب و کارها در فرایند راه‌اندازی، افزایش فروش، روش‌های نوین و آنلاین بازاریابی و همچنین مدیریت کسب و کار عمده فروشی و B2B کمک کند. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد راه‌اندازی، فروش و بازاریابی در کسب و کار عمده فروشی، عمده فروشی آنلاین، خرده فروشی آنلاین، فروش عمده و B2B به بلاگ ایکسب مراجعه کنید.

3. مجله ایکسب: مجله خبری ایکسب، بازتاب اخبار و گزارشهای صنعت و اقتصاد ایران و جهان: یکی از بخش های کاربردی دیگر ایکسب بخش مجله ایکسب است. شما می توانید آخرین خبرها، مطالب، محتواها، یادداشت ها، مصاحبه با کارآفرینان برتر و غیره را در بخش مجله ایکسب مطالعه کنید. همچنین انتشار مطلب و خبر برای شرکت های عضو در ایکسب به صورت رایگان است و به عنوان بازوی بازاریابی محتوایی شرکت ها عمل می کند. به عبارتی دیگر مجله خبری ایکسب، مرجع رسمی انتشار اخبار کسب و کارها و محتوای ارزشمند آنها در ایران است.

4. تبلیغات در ایکسب: یکی دیگر از خدمات ویژه ایکسب خدمات تبلیغات درون سایت برای کسب و کارهاست که در آن شرکت های متقاضی می توانند بنر و تبلیغات خود را در بخش ها و دسته بندی های خاص و مرتبط به نمایش بگذارند و ترافیک را به سمت صفحه خود هدایت کنند. علاوه بر سایت، در شبکه های اجتماعی ایکسب نیز امکان بازنشر پست ها و محتوا ها برای اعضای ویژه فراهم است. در کنار این خدمات، خدمات مشاوره محتوایی و رسانه ای هم برای شرکت های ویژه ارائه می شود.

پلتفرم ایکسب خدمات کامل خرید و فروش محصولات را به کسب و کار های فعال ارائه می دهد که شامل:

1- معرفی کسب و کار، معرفی محصولات با استفاده از عکس، فیلم و کاتالوگ به همراه دسته بندی بین المللی UNSPSC به دو زبان فارسی و انگلیسی، ایجاد فروشگاه با امکان تعریف ویژگی های محصول، موجودی انبار و ارائه قیمت به شیوه های متنوع می شود.

2- دریافت پیشنهاد خرید و امکان چانه زنی و صدور پیش فاکتور، ارائه تخفیف، امکان انتخاب محل تحویل کالا (شیوه های مختلف حمل)، بازرسی و در نهایت استفاده از درگاه پرداخت امن برای تراکنش های مالی بین خریدار و فروشنده

مخاطبان ایکسب چه کسانی هستند؟

ایکسب اکنون علاوه بر ایجاد مکانیزم خرید و فروش، سرویس استعلام قیمت خود را برای آن دسته از کسب و کارهایی که بصورت پروژه ای و یا روش استعلام، خرید خود را انجام می دهند راه اندازی کرده است. این سیستم هوشمند، درخواست ها را از کاربر دریافت و با الگوریتم منحصر به فرد خود از شرکت های تامین کننده استعلام و نتیجه را به درخواست کننده اطلاع می دهد.

خدمات ایکسب کلیه تامین کنندگان کالا و خدمات را در بر می گیرد ولی بطور خاص مخاطبان اصلی ایکسب شرکت های کوچک و متوسط هستند که توانایی کمتری در بازاریابی و ارائه محصول خود به بازار مصرف دارند. در حال حاضر بیش از 10 هزار و پانصد کسب و کار با بیش از 11 هزار محصول در ایکسب فعالیت دارند. علاوه بر این بیش از 33 هزار کاربر نیز عضو ایکسب هستند و این روند در حال افزایش است.

مخاطبان طلایی

عضویت در ایکسب کاملاً رایگان است تمامی شرکت ها و تجار (اشخاص حقیقی و حقوقی) می توانند عضو ایکسب شوند و از خدمات آن برای توسعه کسب و کار و فروش کالا و محصول خود بهره ببرند. اما ایکسب خود را به تامین کنندگانی که می خواهند بطور خاص و از طریق ایکسب کالاهای خود را به فروش برسانند و یا مواد اولیه مورد نیاز خود را از منابع معتبر تامین کنند، خدمات ویژه ارائه می کند. برای استفاده از این خدمات ضروری است شرکت ها عضو طلایی ایکسب باشند و فرایندهای ارزیابی را بطور کامل طی کنند.

مزایای عضویت در ایکسب

استفاده از خدمات تجاری فناوری محور آینده اقتصاد ایران را متحول می سازد. همانطور که در کشورهای نظیر چین که اکثر فعالان کسب و کار در آن به رغم ناآگاهی و نا آشنایی به بازار بین المللی ، و تنها با استفاده از ابزارهایی برپایه اینترنت که علی بابا و شرکت های مشابه آن در اختیار آنها گذاشته اند ، بازار جهانی را در اختیار خود گرفته اند. مهمترین مزیتی که استفاده از خدمات ایکسب برای شرکت ها و تجار ایرانی خواهد داشت، معرفی بدون هزینه آن ها به بازار ایران و بازار بین المللی است.

کلید فعالان اقتصادی بصورت رایگان می توانند عضو ایکسب شوند و توانایی خود را در تولید و ارائه محصول و خدمات به مشتریان در سراسر دنیا معرفی کنند.

علاوه بر کاهش هزینه های بازاریابی و فروش از دیگر مزیت های عضویت در ایکسب، می توان به افزایش مشتریان و توسعه بازار، استفاده از درگاه امن پراخت و اطمینان از وصول وجه و همچنین اطمینان از دریافت کالای خریداری شده، حذف واسطه ها، فعالیت در محیط رقابتی و در نتیجه افزایش و ارتقاء کیفیت محصول، فعالیت دائمی و بدون تعطیلی ایکسب در 7 روز هفته و 24 ساعته و دیده شدن از طریق موتورهای جستجو به واسطه سئوی مناسب سایت اشاره کرد.

در حال حاضر تیم موسس این استارت آپ در تلاش است تا با همکاری موسسات مالی بتواند در حوزه پرداخت روشی مشابه فرایند ال سی (LC) را برای خرید و فروش محصولات به کسب و کارهای عضو ایکسب ارائه کند. علاوه بر این سرویس تهاتر کالا نیز در آینده به خدمات ایکسب اضافه خواهد شد.

۲۰۰۴: Shopify راه اندازی شد.

توبیاس لوتکه و اسکات لیک پس از تلاش برای افتتاح فروشگاه آنلاین تجهیزات اسنوبورد، Shopify را راه اندازی کردند. شاپیفای یک پلتفرم ایکامرس برای فروشگاه های آنلاین و سیستم های فروش است.

۲۰۰۵: آمازون عضویت Amazon Prime را معرفی کرد.

آمازون، آمازون پرایم را به عنوان راه حلی برای دریافت دو روزه رایگان با هزینه ثابت سالانه به بازار عرضه کرد.

عضویت آمازون پرایم شامل مزایای دیگری مثل حمل و نقل یک روزه با تخفیف و دسترسی به خدمات پخش مانند Amazon Video و رویدادهای مختص اعضا مانند « Prime Day » است.

این حرکت استراتژیک به افزایش وفاداری مشتری و ایجاد انگیزه در خریدهای مکرر کمک کرد. امروزه حمل و نقل رایگان و سرعت تحویل متداول ترین درخواست های مصرف کنندگان آنلاین است.

۲۰۰۵: Etsy راه اندازی شد.

Etsy راه اندازی شد، به صنعتگران و فروشندگان کوچک تر امکان فروش محصولات (از جمله محصولات دیجیتال) را از طریق بازار آنلاین داد. این امر جامعه سازندگان آنلاین را به وجود آورد و دسترسی آنها را به مخاطبان خرید ۷/۲۴ افزایش داد.

۲۰۰۹: BigCommerce راه اندازی شد.

ادی ماچالانی و میچل هارپر، BigCommerce را به عنوان یک پلتفرم و ویتترین فروشگاه های ایکامرس تاسیس کردند.

از سال ۲۰۰۹، بیش از ۲۵ میلیارد دلار فروش از طریق این سیستم انجام شده است و این شرکت اکنون دفتر مرکزی خود را در آستین، سانفرانسیسکو و سیدنی دارد.

۲۰۱۱: Google Wallet به عنوان روش پرداخت دیجیتال معرفی شد.

Google Wallet به عنوان سرویس پرداخت هم‌تا به هم‌تا معرفی شد که افراد را قادر به ارسال و دریافت پول از یک دستگاه تلفن همراه یا رایانه رومیزی می‌کرد.

با اتصال کیف پول دیجیتال به کارت نقدی یا حساب بانکی، کاربران توانستند هزینه محصولات یا خدمات را از طریق این دستگاه‌ها پرداخت کنند.

امروز، Google Wallet برای آنچه در حال حاضر به عنوان Google Pay شناخته می‌شود، به Android Pay پیوست.

۲۰۱۱: فیسبوک داستان‌های پشتیبانی شده را به عنوان شکلی از تبلیغات اولیه ارائه داد.

فرصت‌های اولیه تبلیغات فیسبوک از طریق داستان‌های حمایت شده به صاحبان صفحه‌های تجاری ارائه شد. با این کمپین‌های پولی، کسب‌وکارهای ایکامرس توانستند به مخاطبان خاص دسترسی پیدا کنند و مخاطبان مختلف را هدف قرار دهند.

۲۰۱۱: Stripe راه‌اندازی شد.

Stripe یک شرکت پردازش پرداخت است که در اصل برای توسعه‌دهندگان ساخته شده است و توسط جان و پاتریک کولیسون تأسیس شد.

۲۰۱۴: Apple Pay به عنوان روشی برای پرداخت تلفن همراه معرفی شد.

از آنجا که خریداران آنلاین بیشتر از دستگاه‌های تلفن همراه خود استفاده می‌کنند، اپل، Apple Pay را معرفی کرد که به کاربران امکان پرداخت هزینه محصولات یا خدمات با دستگاه Apple را می‌داد.

۲۰۱۴: Jet.com راه‌اندازی شد.

Jet.com توسط کارآفرین مارک لور (که شرکت قبلی خود Diapers.com را به Amazon.com فروخت) همراه با مایک هانراهان و نیت فاوست تأسیس شد.

این شرکت با Costco و Sam's Club رقابت می‌کند و از مردمی که به دنبال کمترین قیمت ممکن برای زمان حمل‌ونقل بیشتر و سفارش عمده هستند، پذیرایی می‌کند.

۲۰۱۷: امکان خرید از اینستاگرام معرفی شد.

خرید اینستاگرام با شریک تجارت الکترونیکش یعنی BigCommerce راه‌اندازی شد. از آن زمان، این سرویس به سیستم عامل‌های ایکامرس دیگری گسترش یافته است و به کاربران اینستاگرام اجازه می‌دهد تا بلافاصله روی محصول مدنظر کلیک کنند و برای خرید به صفحه محصول بروند.

۲۰۱۷: فروش Cyber Monday بیش از ۶٫۵ میلیارد دلار شد.

ایکامرس با شکستن میزان فروش آنلاین ۶,۵ میلیارد دلار در دوشنبه سایبری، رکورد جدیدی ثبت کرد و به این ترتیب فروش سایبر ماندی ۱۷ درصد نسبت به سال گذشته افزایش پیدا کرد.

۲۰۲۰: COVID-19 باعث رشد تجارت الکترونیک شد.

شیوع COVID-19 در سراسر جهان باعث افزایش خرید آنلاین مصرف کنندگان بطور بی سابقه‌ای شد. در ماه مه سال ۲۰۲۰، معاملات ایکامرس به ۸۲,۵ میلیارد دلار رسید و به این ترتیب ۷۷ درصد نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش یافت. این در حالی است که اگر کرونا رخ نداده بود فروش آنلاین حداقل ۴ یا ۶ سال طول می کشید که به این حد از فروش دست یابد.

مصرف کنندگان برای خریدهای معمول خود به جای استفاده از فروشگاه‌های فیزیکی غذا و وسایل خانگی، پوشاک و سرگرمی، به خرید اینترنتی روی آوردند. بسیاری از مصرف کنندگان می گویند تا زمانی که واکسن COVID-19 در دسترس نباشد، به استفاده از فروشگاه‌های آنلاین ادامه خواهند داد.

رشد تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک از زمان راه اندازی CompuServe در سال ۱۹۶۹ مسیری طولانی را طی کرده است. تغییر در فناوری مطمئناً باعث رشد ایکامرس همراه با شرایط جهانی شده است. امروزه ایکامرس باید انتظارات مصرف کنندگان از نظر ایمنی و راحتی را برآورده کند.

United Parcel Service Inc در سه ماهه ژوئن ۲۰۲۰ با افزایش همه گیر تجارت الکترونیک به سود بیشتر و جهش ۱۳ درصدی درآمد دست یافت.

در سال ۲۰۱۹، فروش خرده فروشی اینترنتی ایالات متحده در آمازون ۱۹,۱ درصد افزایش یافته و به بیش از ۲۲۲,۶ میلیارد دلار رسیده است. انتظار می رود که در پایان سال ۲۰۲۰ هزینه‌های آنلاین مردم ایالات متحده به ۳۷۵ میلیارد دلار برسد. کارشناسان پیش بینی می کنند تا پایان سال ۲۰۲۴ فروش‌های آنلاین از ۴۷۶ میلیارد دلار فراتر رود.

تأثیر تجارت الکترونیک

تأثیر تجارت الکترونیکی روز به روز در حال گسترده تر شدن است.

۱- خرده فروشان بزرگ مجبور به فروش آنلاین می شوند.

برای بسیاری از خرده فروشان، رشد تجارت الکترونیک یا ایکامرس دامنه برندهای آنها را گسترش داده و تأثیرات مثبتی بر خطوط اصلی آنها داشته است. اما برای خرده فروشانی که در مواجهه با بازار آنلاین کند عمل کرده اند، این تأثیر متفاوت بوده است.

خرده فروشانی که در میانه قرار می گیرند، بزرگترین تغییرات را در پاسخ به تأثیر ایکامرس احساس می کنند.

در فوریه سال ۲۰۱۹، فروش آنلاین برای اولین بار از فروشگاه‌های کالاهای عمومی، از جمله فروشگاه‌های بزرگ، انبارها و ابرمرکزها، پیشی گرفت. از آنجا که آمازون پرایم قیمت حمل‌ونقل را برداشت، مصرف‌کنندگان بیشتری با خرید آنلاین راحت هستند.

۲- تجارت الکترونیک به کسب‌وکارهای کوچک کمک می‌کند تا فروش مستقیم داشته باشند.

برای بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک، پذیرش تجارت الکترونیک به کندی صورت گرفت. با این حال، کسانی که از آن استقبال کرده‌اند کشف کرده‌اند که ایکامرس می‌تواند در فرصت‌های جدید را برایشان باز کند.

این روزها، صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در حال راه‌اندازی فروشگاه‌های ایکامرس و متنوع کردن پیشنهادات خود، جلب مشتری بیشتر و استقبال بهتر مشتریانی هستند که خرید آنلاین را ترجیح می‌دهند.

مشاغل کوچک قبل از همه‌گیری کرونا، در تلاش بودند تا حضور ایکامرس خود را گسترش دهند. امروز، ۲۳ درصد از صاحبان مشاغل کوچک احساس می‌کنند برای ادامه حیات در دنیای پس از همه‌گیری مجبورند توانایی ایکامرس خود را تقویت کنند. ۲۳ درصد دیگر از صاحبان مشاغل کوچک از زمان آغاز شروع کوید ۱۹ وب‌سایتی ایجاد کرده یا وب‌سایت موجود خود را به روز کرده‌اند.

۳- شرکت‌های B2B سعی می‌کنند از شرکت‌های B2C عقب نمانند.

شرکت‌های B2B در تلاشند تا تجربیات مشتری خود را به صورت آنلاین بهبود بخشند تا از شرکت‌های B2C عقب نیفتند. این کارها شامل ایجاد یک تجربه چندکاناله با چندین نقطه تماس و استفاده از داده‌ها برای ایجاد روابط شخصی با مشتریان است.

راه‌های تجارت الکترونیک امکان سرویس‌دهی شخصی را فراهم می‌کند، بسترهای کاربر پسندتری برای مقایسه قیمت فراهم می‌کند و به برندهای B2B هم کمک می‌کند تا روابط خود را با خریداران حفظ کنند.

پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۶ معاملات B2B به ۶۳،۰۸۴ میلیارد دلار برسد.

۴- ظهور بازارهای تجارت الکترونیک.

بازارهای تجارت الکترونیک از اواسط دهه ۱۹۹۰ با راه‌اندازی غول‌هایی که امروزه می‌شناسیم مانند آمازون، علی‌بابا و دیگران در سراسر جهان در حال افزایش است.

با توجه به ارزیابی‌های انجام شده می‌توان گفت که آمازون از نظر رشد بازار تجارت الکترونیک بیشترین تفاوت را دارد، اما در عین حال دیگر غول‌های تجارت الکترونیک هم پیشرفت خوبی داشته‌اند.

شرکت‌های بزرگ تجارت الکترونیک توانسته‌اند با ارائه خدمات گسترده و ایجاد سهولت خرید برای مشتریان از طریق نوآوری و بهینه‌سازی در حال رشد کنند.

به ویژه آمازون در این میان به دلیل استراتژی منحصر به فرد خود که در آن به مشتریان امکان دستیابی به انبوه فروش و رکوردشکنی را فراهم کرده از بقیه محبوب‌تر شده است.

اما آمازون این کار را به تنهایی انجام نداده است. از سال ۲۰۲۰، ۵۲ درصد از محصولات فروخته شده در آمازون توسط فروشندگان شخص ثالث (یعنی آمازون نیست) فروخته شد.

این فروشندگان همچنین سود بالایی را از فروش در بازار کسب می‌کنند، هرچند ملزم به پیروی از قوانین سختگیرانه آمازون هم هستند.

۵- مدیریت زنجیره تامین تکامل یافته است.

داده‌های نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که یکی از تاثیرات اصلی تجارت الکترونیک یا ایکامرس در مدیریت زنجیره تامین، کوتاه شدن چرخه عمر محصول است.

برخی از انبارداران در حال حاضر خدمات ارزش افزوده‌ای را برای کمک به یکپارچه‌تر و موثرتر کردن ایکامرس و خرده‌فروشی ارائه می‌دهند.

این خدمات شامل:

- جدایی سهام / ذخیره سازی برای فروش آنلاین در مقابل خرده‌فروشی.
- خدمات بسته بندی مختلف
- نظارت بر موجودی / لجستیک.

۶- کسب‌وکارهای جدید ایجاد می‌شود اما خرده‌فروشی‌های سنتی کاهش می‌یابد.

مشاغل مرتبط با ایکامرس طی ۵ سال گذشته دو برابر افزایش داشته است و از رشد خرده‌فروشی‌ها با توجه به رشد، پیشی گرفته است. با این حال، رشد در کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک تنها بخش کوچکی از معمای اشتغال کلی است.

چند واقعیت درباره چگونگی تاثیر تجارت الکترونیک یا ایکامرس بر اشتغال:

- مشاغل تجارت الکترونیکی ۳۳۴ درصد افزایش یافته و از سال ۲۰۰۲ به ۱۷۸ هزار شغل اضافه شده است.
- بیشتر مشاغل تجارت الکترونیکی در کلانشهرهای متوسط تا بزرگ واقع شده‌اند.
- بیشتر شرکت‌های تجارت الکترونیک چهار کارمند یا کمتر دارند.

نکته مهم این امر این است که افزایش بهره‌وری همراه با تغییر فاصله از خرده‌فروشی سنتی ممکن است منجر به از دست دادن شغل یا کاهش نیروی کار شود.

مانند هر تغییر عمده بازار، تاثیرات مثبت و منفی بر اشتغال دارد.

-Custom مشتریان به صورت متفاوت خرید می‌کنند.

تجارت الکترونیک (و اکنون خرده‌فروشی چند کاناله) تاثیر عمده‌ای بر مشتریان داشته است و انقلابی در نحوه خرید مصرف‌کنندگان مدرن ایجاد کرده است.

امروز می‌دانیم که ۹۶ درصد از آمریکایی‌ها که به اینترنت دسترسی دارند در دوره‌ای از زندگی خود خرید اینترنتی و ۸۰ درصدشان در ماه گذشته بصورت آنلاین خرید کرده‌اند.

و نه تنها مشتریان به طور مکرر از سایت‌های تجارت الکترونیک برای خرید استفاده می‌کنند بلکه ۵۱ درصد از آمریکایی‌ها ترجیح می‌دهند خرید اینترنتی را به جای خرید فروشگاه‌ها داشته باشند.

نسل هزاره‌ای‌ها بزرگترین جمعیت خریداران آنلاین (۶۷٪) را دارند، اما نسل ایکس‌ها و بومرها به ترتیب با ۵۶٪ و ۴۱٪ در فعالیت‌های خرید آنلاین عقب هستند.

۸- رسانه‌های اجتماعی به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهند تا به راحتی محصولات را برای خرید آنلاین به اشتراک بگذارند.

محققان کشف کرده‌اند که تجارت الکترونیک به ویژه در رسانه‌های اجتماعی تاثیر جالبی بر جامعه ایجاد کرده است.

امروز، خریداران تجارت الکترونیک محصولات یا خدمات را براساس توصیه‌های دوستان، همسالان و منابع معتبر (مانند اینفلوئنسرها) در شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک، اینستاگرام و توییتر کشف می‌کنند و برای خرید و تست تحت تاثیر قرار می‌گیرند.

اگر تا به حال به شما الهام شده است که محصولی را که در فیسبوک توصیه شده یا در یک پست اینستاگرامی نمایش داده شده است خریداری کنید، این تاثیر اجتماعی را در ارتباط با تجارت الکترونیک مشاهده کرده‌اید.

۹- تجارت الکترونیک جهان به سرعت در حال رشد است.

در سال ۲۰۱۸ تخمین زده شده است که ۱/۸ میلیارد نفر در سراسر جهان خرید اینترنتی داشته باشند.

پلتفرم چینی، Taobao، بزرگترین بازار آنلاین با ارزش ناخالص بازار ۴۸۴ (GMV) میلیارد دلار است. Amazon و Tmall به ترتیب با ارزش ۴۵۸ و ۳۳۹ میلیارد دلار GMV به ارزش سالانه بازار جهانی شخص ثالث در رده‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

مزایای تجارت الکترونیکی یا ایکامرس

تجارت الکترونیکی دارای مزایای مختلفی است - از خرید سریع‌تر تا توانایی دسترسی به مخاطبان بزرگ در ۲۴ ساعت هفت روز هفته.

بباید با جزئیات به برترین مزایای ارائه شده نگاهی بیندازیم.

۱- خرید سریع‌تر برای مشتریان.

تجارت الکترونیک امکان خرید از هر مکان و هر زمانی را برای مشتریان امکان‌پذیر می‌کند.

این بدان معناست که خریداران می‌توانند محصولات مورد نظر و نیاز خود را سریع‌تر و بدون محدودیت در ساعات کار یک فروشگاه سنتی دریافت کنند. بعلاوه، با به روزرسانی حمل‌ونقل که تحویل سریع را در دسترس مشتریان قرار می‌دهد، حتی تاخیر در انجام سفارش هم می‌تواند کم باشد (به عنوان مثال Amazon Prime Now فکر کنید).

۲- شرکت‌ها می‌توانند به راحتی به مشتریان جدید دسترسی پیدا کنند.

تجارت الکترونیک همچنین دستیابی به مشتریان جدید و جهانی را برای شرکت‌ها آسان می‌کند. یک فروشگاه تجارت الکترونیک به یک مکان جغرافیایی وابسته نیست. برای همه مشتریانی که به صورت آنلاین از آن بازدید می‌کنند باز و در دسترس است.

با افزودن مزیت تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی از طریق ایمیل، برندها این امکان را دارند که با مخاطبان زیادی که مرتبط با ذهنیت آماده خرید هستند ارتباط برقرار کنند.

۳- هزینه‌های عملیاتی کمتر.

بدون نیاز به ویتترین فروشگاه فیزیکی (و کارمندی برای تامین آن)، خرده‌فروشان تجارت الکترونیک می‌توانند فروشگاه‌های خود را با حداقل هزینه‌های عملیاتی راه‌اندازی کنند.

با افزایش فروش، برندها می‌توانند بدون نیاز به سرمایه‌گذاری عمده در ملک و یا استخدام نیروی کار زیاد، به راحتی عملیات خود را افزایش دهند. این به معنای حاشیه سود بالاتر است.

۴- تجارب شخصی شده.

با کمک اتوماسیون و پروفایل‌های غنی مشتری، می‌توانید تجارب آنلاین بسیار شخصی را برای پایگاه مشتری ایکامرس خود ارائه دهید.

به عنوان مثال نمایش محصولات مربوطه بر اساس رفتار خرید گذشته، می‌تواند منجر به بالاتر رفتن مقدار متوسط سفارش (AOV) شود و باعث شود خریدار احساس کند شما واقعا آنها را به عنوان یک فرد واقعی درک می‌کنید.

معایب تجارت الکترونیک

اگرچه تجارت الکترونیک مدرن امروزه به طور فزاینده‌ای انعطاف‌پذیر است اما هنوز هم معایب خاص خود را دارد. در اینجا برخی از نکات منفی در خرده‌فروشی تجارت الکترونیک آورده شده است.

۱- تعاملات محدود با مشتریان.

بدون رو در رو بودن، درک خواسته‌ها، نیازها و نگرانی‌های مشتریان ایکامرس دشوارتر است.

روش‌هایی برای جمع‌آوری این داده‌ها (نظرسنجی‌ها، تعاملات پشتیبانی مشتری و غیره) وجود دارد، اما کار کمی بیشتر از صحبت حضوری با خریداران به صورت روزمره است.

۲- خرابی فناوری می‌تواند بر توانایی فروش تاثیر بگذارد.

اگر وب سایت تجارت الکترونیک شما کند، خراب یا در دسترس مشتریان نیست، به این معنی است که نمی‌توانید هیچ فروشی انجام دهید.

خرابی سایت و خرابی فناوری می‌تواند به روابط با مشتریان آسیب برساند و تاثیر منفی بر نتیجه کار شما بگذارد.

۳- عدم امکان آزمایش

برای مشتریانی که می‌خواهند کالایی را تست کنند (به ویژه در حوزه کالاهای فیزیکی مانند لباس، کفش و محصولات زیبایی) قبل از افزودن آن به سبد خرید، تجربه تجارت الکترونیک می‌تواند محدود کننده باشد.

آینده تجارت الکترونیکی یا آینده ایکامرس

پیش بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۲ درآمد ایکامرس فقط در ایالات متحده به ۴۷۹ میلیارد دلار برسد و اسباب بازی‌ها، سرگرمی‌ها و DIY عمودی بیشترین رشد را داشته باشند. و هیچ روندی گذرا نیست.

همچنین جالب است بدانید که با نگاه به جلو، متخصص ایکامرس، گری هوور، پروژه‌های داده‌ای را ارائه می‌دهد که خرده فروشی تجارت الکترونیک در نهایت با فروش آفلاین برابر خواهد شد.

این بدان معناست که حتی اگر روند فروش آنلاین همچنان ادامه داشته باشد، تجارت زیادی وجود دارد. اما این تمام ماجرا نیست. به زودی، بیشتر تعاملات ایکامرس یک تجربه چند کاناله برای خریداران خواهد بود.

این بدان معنی است که آنها انتظار دارند بتوانند به طور یکپارچه بین دستگاه‌های مختلف و سیستم عامل‌های مختلف (مانند فروشگاه وب مستقل، حضور آمازون و غیره) به طور یکپارچه تحقیق، مرور و خرید کنند.

سایر روندهایی که باید در آینده تجارت الکترونیک منتظرشان باشیم:

- سفرهای مشتری قوی و شخصی سازی شده.
- خرید با کمک هوش مصنوعی.
- ارزهای دیجیتال

به طور کلی باید به یاد داشته باشیم که تجارت الکترونیک یا ایکامرس هنوز در خرده فروشی امری کاملا جدید است. آینده فرصت بی‌پایان دارد، اما موفقیت و تداوم آن تا حد زیادی به ترجیحات خریداران در آینده بستگی دارد.

در نتیجه

ما تمام گوشه و کنار تجارت الکترونیک یا ایکامرس را بررسی کرده‌ایم، از جمله انواع مختلف تجارت الکترونیک، تاریخچه تجارت الکترونیک، نحوه رشد تجارت الکترونیک در طول سال‌ها و تاثیر آن بر مصرف کنندگان و نحوه انجام تجارت.

مطمئنا مزایا و معایبی برای تجارت الکترونیک وجود دارد، اما آینده فرصت‌های زیادی برای گسترش بیشتر دارد.



جزوه باما

دانلود جزوات، نمونه سؤالات
و پروپوزنت‌های دانشگاهی

Jozvebama.ir

