

المحور الثاني:

متطلبات ممارسة التسويق

الإلكتروني



إن تطور ونجاح التسويق الإلكتروني السياحي مرتبط بوجود مجموعة من المتطلبات تكون متكاملة فيما بينها ويمكن ذكر أهمها في النقاط التالية:

1- متطلبات تقنية

ضرورة توفر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتي تتعلق بحالة البنية التكنولوجية الموجودة ومدى توفرها كوجود شبكة الاتصالات، حتى يمكن تقديم السلع والخدمات عبر الانترنت بتكلفة منخفضة وفي وقت أسرع، بالإضافة إلى وجود خطوط للهاتف بالعدد اللازم والمكان المناسب لتسهيل عملية الاتصال الداخلي والخارجي.¹ كما أنه يجب ان تتوفر مجموعة من العوامل التكنولوجية التي تساعد على انتشار التسويق الإلكتروني والتي نوجزها فيما يلي:²

- انتشار أجهزة الكمبيوتر الشخصي في المنازل والامكانيات الهائلة التي ينطوي عليها ذلك من توفير المعلومات والوقت والجهد.
- تزايد أعداد أجهزة الكمبيوتر المزودة بأجهزة الموديم ذات السرعة الفائقة مما يتيح الاتصال بشبكات الخدمات المتصلة بالانترنت للاستفادة منها.
- ابتكار أجهزة الكمبيوتر الشخصية المزودة ببرامج تتيح الدخول المباشر على الانترنت لشبكات الخدمات المتصلة، وابتكار البرامج الجديدة التي تسهل عملية الاتصال بالخدمات المتصلة بشبكة الانترنت.
- تطوير تكنولوجيات الاتصالات وسهولة ربط جميع بلدان العالم بشبكة متكاملة من خطوط الاتصالات مما يسهم في تزايد حركة التجارة الدولية وفتح الأسواق العالمية للتبادل المشترك.

2- متطلبات خاصة بالموارد البشري:

حيث يجب الاهتمام بتدريب العاملين في المنظمات كيفية استخدام شبكة الانترنت في الترويج للسلع والخدمات لتحقيق الأهداف التسويقية بأعلى مستوى ممكن من الكفاءة وبأقل تكلفة، وذلك بعقد دورات تعليمية وتدريبية لمختلف الموظفين والعاملين بالمنظمة حول التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية في استخدام

1 - المرجع السابق، ص 224.

2 - - محمد الصيرفي، التسويق الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 34.

آليات وأدوات التسويق الإلكتروني وأهميته وأدواته وقدراته في تحقيق الميزة التنافسية على المستوى المحلي والاقليمي والدولي.¹

3- القدرة على عرض محتوى الموقع الإلكتروني في صورة فعالة: وهذا المطلب من المتطلبات الفنية حيث يجب على المنظمة أن تملك المقدرة على تخطيط وتصميم الموقع الخاص بها على شبكة الانترنت بشكل يساعد على جذب مستخدميه وإثارة رغبتهم في الشراء، بالإضافة إلى "تحديث البيانات والمعلومات التسويقية باستمرار وجعلها أكثر جاذبية للمتعاملين".²

وهناك مجموعة من الصفات التي يجب أن يتوفر عليها الموقع وتتمثل في:

- سهولة الوصول إلى الموقع.

- سهولة استخدام الموقع.

- سرعة الحصول على الردود والإجابات.

- تنظيم عرض المعلومات.

- الجاذبية والتشويق في العرض.

4- توفر البيئة الثقافية المساعدة: لنجاح تطبيق التسويق الإلكتروني لابد من انتشار ثقافة استخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الانترنت في مختلف المعاملات، إذ أن يجب أن يكون للمتعاملين الإلكترونيين بطاقات ائتمان تستخدم كوسيلة لدفع ثمن المنتجات، بالإضافة لنشر ثقافة استخدام الانترنت بواسطة الأفراد والمنظمات حيث أنها الوسيلة الأساسية المستخدمة لضمان نجاح التسويق الإلكتروني.³

5- متطلبات قانونية وتشريعية:

ضرورة وجود إطار قانوني وتشريعي بمعنى آخر أن تكون هنالك نصوص قانونية وتشريعات سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي الغاية منها تنظيم أعمال التجارة الإلكترونية وبالتالي تسهيل حرية التسويق الإلكتروني. فنجد مثلا المنظمة العالمية للسياح لم تغفل عند إعدادها للقانون العالمي

1 - مصطفى يوسف الكافي، التسويق السياحي الإلكتروني وأثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية في استقطاب السياح، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2019، ص 89.

2 - صبري عبد السمیع، التسويق السياحي والفندقي-أسس علمية وتجارب عربية-، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، 2007، ص316.

3 - محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 224.

لأخلاقيات السياحة بل وضعت مجموعة من المبادئ و النصوص لحماية التعاملات والمتعاملين السياحيين عبر الانترنت.

ويمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم التسويق الإلكتروني فيما يلي:¹
- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الالكترونية على الصعيدين الدولي والمحلي يتناسق مع جهود الدول في توفير الإمكانيات المادية والفنية للمنظمات للعمل على تفعيل التجارة الالكترونية وبالتالي الرفع من مستوى التسويق الإلكتروني.

- وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المنظمات، ووضع قواعد خاصة بتنظيم التوقيع والدفع الالكتروني وغيرها من وسائل المعاملات الإلكترونية.

إضافة لذلك استخدام أطر قانونية لحماية مقدمي الخدمات والناشرين العاملين في مجال الخدمات الالكترونية.²

¹ - رشا على الدين، السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة قانونية، نقلا عن الموقع الإلكتروني:

www.oman0.net/forum/showthread.php?t=117336، في 21/04/2011، 09:30.

² - محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 34.