الخروف الإلكتروني!!



نعم إنه الخروف الالكتروني، ولكن من الباب التجاري !!

مع حلول عيد الاضحى المبارك، أعادة الله عليكم و علينا بكل خير، أنتهز هذه الفرصة لتهنئتكم بهذا العيد والمناسبة الغالية على الجميع.

تبادر إلى ذهني هنا وبما انه يتم بيع كل شيء تقريباً على الانترنت، فلماذا لا يُباع الخروف إلكترونياً أيضاً.

ليس بالحلم، ولكن واقعاً بالفعل، فهناك تجربة فريدة ناجحة قام بها أحدهم سابقاً في دولة فرنسا وقدم تلك الخدمة عبر طلب الاضحية عبر الانترنت والدفع إلكترونياً واستلام الاضحية جاهزة مذبوحة نظيفة عند باب البيت.

وتتم عملية البيع والشراء بطريقة إلكترونية، يتمكن من خلالها أي مشترٍ من اختيار الخروف الذي يريده بناءً على السعر والوصف المدوّن أسفل صورة الخروف. وبعد اختيار الأضاحي في المزرعة – وفقاً للمواصفات – يتم جمعها يوم العيد في المسلخ ليتم ذبحها بعد صلاة العيد. (منقول)

قد تقتصر هذه الطريقة على طلب الاضاحي في موسم العيد فقط، ولكن هل بالإمكان الاستمرار في العمل خلال ايام العام كاملاً؟

ولماذا لا يتم إنشاء مشروع مشابه هنا في منطقة الشرق الاوسط؟ و إن تم ذلك هل سيكتب له النجاح كما هو حال المشروع ذاته في فرنسا؟

من وجهة نظري، فالإمكانيات متوفرة في المنطقة لمثل هكذا مشروع:

1- إن وجد حب المبادرة والمغامرة التجارية (إن صح التعبير)، بالإضافة لتوفر رأس المالي الشجاع للتنفيذ.

2- أنظمة التجارة الالكترونية ، و آليات الدفع الإلكترونية، مع آلية الدفع عند التسليم، كلها متوفرة وفي متناول اليد بسهولة، مع توفر الكادر الفني التشغيلي لذلك (من وجهة النظر التقنية)..

3- أم من الجانب التشغيلي واللوجستي فهناك احتياج لبعض العمل والجهد لتخصيص ذلك الجانب و مواءمته مع الجانب الالكتروني:

يجب أولاً تحديد المدن التي سيتم تقديم هذه الخدمة للجمهور، وهنا سيكون هذا المشروع التجارة الالكتروني من النوع الاقليمي المحدد، وليس العام المفتوح، والسبب في ذلك نوعية المنتج المقدم للبيع (لحوم ذات صلاحية محدودة جداً)، مع إمكانية تخصيص وتحديد أكثر من مدينة،، لم لا !!..

تحديد وتوفير الموردين للمنتج، وهنا نقصد بهم مزارعي المواشي (الخرفان) ، وكذلك مسالخ الذبح، وبالإمكان التعاون مع التجار و الوسطاء أو السماسرة العاملين في هذا القطاع.

بعد ذلك يتم تحديد المنتجات (الخرفان) بدقة وتصويرها مع الوصف والوزن وخلافة بما يوضح ذلك الخروف بالتحديد من غيرها، وهنا بالإمكان العمل في طريقتين:

طبع رقم على كل خروف (ويعمل بذلك في كثير من المزارع والمسالخ)، وبذلك يقوم هذا الرقم مقام الرقم الخاص بالمنتج على الموقع الالكتروني

الطريقة الاخرى هي أن يتم تقسيم المنتج (الخرفان) إلى مجاميع بحسب مقاسات و مواصفات معينة مشتركة بين كل منتج وآخر في نفس المجموعة، وبالتالي يتم وضعها في الموقع الإلكتروني ضمن تلك المجموعة بوصفها الموحد، وبالتالي عند الطلب للمنتج (الخروف) يتم بحسب انتمائيه للمجموعة الخاصة به.

توفير وتأمين الناقل المناسب الذي لدية الادوات اللازمة لنقل مثل هكذا منتج ، فيكون من المناسب ان يكون الناقل لدية سيارات نقل ذات مقدرة تبريد حتى يحافظ على جودة المنتج حتى وصولة للمشتري.