

في ظل المنافسة الشديدة في العالم الرقمي اليوم، أصبح إنشاء متجر إلكتروني أمرًا أساسيًا للوصول إلى العملاء المستهدفين. ولكن عند إطلاق فكرة متجر إلكتروني، يبرز قرار مهم: هل يجب أن نمتلك أم نستأجر هذا المتجر؟ لكل خيار مزايا وتحديات فريدة، بناءً على الأهداف التجارية، والمرونة، والميزانية.

**المتجر الإلكتروني المملوك:** هو أصل رقمي مملوك بالكامل من قبل الشركة. من المنصات الشائعة لبناء المتاجر المملوكة WooCommerce و WordPress و Magento و OpenCart.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** هو نموذج منصة حيث "تستأجر" الشركات مساحة على منصة موجودة مسبقًا، غالبًا على أساس اشتراك شهري. تشمل الخيارات الشهيرة Shopify و BigCommerce و Wix.

إليك نظرة تفصيلية على الفروق بين الخيارين وكيفية اختيار الأنسب لأعمالك.

- 1. التحكم والتخصيص**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** تحكم كامل في جميع الجوانب، بما في ذلك تصميم الموقع، والعلامة التجارية، والعمليات الخلفية وغيرها. وخيارات تخصيص واسعة، مما يسمح بتجربة مستخدم مصممة خصيصًا.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** تحكم محدود في التصميم والتخصيص، حيث غالبًا ما تكون التعديلات مقيدة بإرشادات المنصة. والتخصيص يكون بسيط وقد يفتقر إلى المرونة التي قد تحتاجها بعض العلامات التجارية.
- 2. التكاليف والاستثمار**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** تكاليف ابتدائية مرتفعة بما يشمل تكلفة التطوير، الاستضافة، والأمان؛ ولكن التكاليف تقل على المدى الطويل.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** تكاليف ابتدائية منخفضة تشمل رسوم الاشتراك المتكررة؛ وقد يتم تطبيق تكاليف إضافية لبعض الميزات لذلك فإن التكاليف تصبح مرتفعة على المدى البعيد.
- 3. الصيانة والمعرفة التقنية**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** بالنسبة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، فإن اتفاقية مستوى الخدمة (SLA) للموقع هي الأنسب، بينما قد تتطلب الشركات الكبيرة خبرة فنية داخلية أو الاستعانة بمصادر خارجية لإدارة الصيانة والتحديثات وحل المشكلات.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** اتفاقية مستوى الخدمة (SLA) يتم إدراجها حسب الطلب في العقد.
- 4. القابلية للتوسع والنمو**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** قابلية توسع عالية مع تحكم في موارد الخوادم وإمكانية إضافة ميزات متعددة حسب الحاجة.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** قابلية التوسع ضمن حدود المنصة. على الرغم من أن العديد من المنصات تقدم حلولاً للنمو، إلا أن القيود في التحكم والتخصيص قد تتطلب التحول إلى امتلاك المتجر الإلكتروني مع نمو الأعمال.
- 5. العلامة التجارية وتجربة العملاء**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** حرية كاملة في تصميم علامة تجارية فريدة، وحرية كاملة في تصميم تجربة العملاء بما يشمل عملية الدفع وميزات المستخدم المخصصة.

**المتجر الإلكتروني المستأجر:** يقدم خيارات للعلامة التجارية، لكن تجربة العملاء غالبًا ما تقتصر على القوالب والميزات القياسية للمنصة.
- 6. تحسين محركات البحث والتسويق**

**المتجر الإلكتروني المملوك:** تحكم كامل في إعدادات تحسين محركات البحث، وتحسين سرعة الصفحات، والوصول إلى مجموعة واسعة من الإضافات والأدوات للتسويق.



المتجر الإلكتروني المستأجر: يتم تضمين ميزات تحسين محركات البحث والتسويق من خلال المنصات المستأجرة، لذلك غالباً ما يتم التقييد بميزات المنصة.

فيما يلي جدول يوضح الفروق الرئيسية بين المتجر الإلكتروني المملوك والمتجر الإلكتروني المستأجر:

المتجر الإلكتروني المستأجر	المتجر الإلكتروني المملوك	الميزة
تحكم وتخصيص محدود؛ يجب الالتزام بقوالب وخيارات المنصة المتاحة.	تحكم كامل في التصميم، الميزات، والعلامة التجارية، مع مرونة عالية في التخصيص.	التحكم والتخصيص
تكاليف مبدئية أقل مع رسوم اشتراك شهرية؛ قد يتم تطبيق تكاليف إضافية على ميزات معينة لذلك فإن التكاليف تصبح مرتفعة على المدى البعيد.	تكاليف ابتدائية مرتفعة للتطوير، الاستضافة، والأمان؛ ولكن تكاليف أقل على المدى الطويل.	التكاليف
اتفاقية مستوى خدمة الموقع (SLA) تضاف حسب الطلب في العقد.	اتفاقية مستوى خدمة الموقع (SLA).	الصيانة
محدودة بقدرات التوسع الخاصة بالمنصة؛ قد تواجه قيوداً مع نمو الأعمال.	قابلية توسع عالية؛ يمكن ترقية الخادم وتوسيع الميزات حسب الحاجة.	القابلية للتوسع
مميزات تحسين محركات البحث والتسويق تعتمد غالباً على المنصات المأجرة.	تحكم كامل في تحسين محركات البحث ودمج أدوات التسويق المختلفة.	أدوات تحسين محركات البحث والتسويق
وصول محدود إلى البيانات، مع تحليلات محددة مسبقاً تقدمها المنصة.	وصول كامل إلى بيانات العملاء والتحليلات، مما يوفر رؤى أعمق وتقارير مخصصة.	بيانات العملاء والتحليلات
إمكانيات محدودة للعلامة التجارية ضمن قيود المنصة.	حرية كاملة في إنشاء تجربة علامة تجارية فريدة وتصميم رحلة العملاء بالكامل.	العلامة التجارية
لا توجد ملكية للمنصة؛ ملكية محدودة للبيانات وفقاً لسياسات المنصة.	ملكية كاملة للمتجر والبيانات والمحتوى، ويمكن نقله أو بيعه بسهولة.	الملكية
الشركات الصغيرة أو الناشئة التي تحتاج إلى حل سريع ومدار مع إعداد بسيط.	الشركات التي لديها استراتيجية طويلة الأمد وموارد تقنية.	نوع الشركة التي يصلح لها

### المصادر:

Singh, M. (2024) How to build a successful online rental store in 2025, FATbit Blog. Available at: <https://www.fatbit.com/fab/single-vendor-rental-ecommerce-solution>.

Featherstone, B. (2021) Renting vs. owning your online presence, Social Media Camp. Available at: <https://www.socialmediacamp.ca/blog/renting-owning-your-online-presence>.

How to start your online store: Step by step guide 2024 (no date) Quivo. Available at: <https://quivo.co/us/how-to-start-your-online-store-step-by-step-guide-2024>.