



التجارة الالكترونية الخصائص والمفومات

1- خصائص التجارة الالكترونية

ابتداءً ينبغي التميز بين التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية (E-Business) فالأخيرة هي أوسع نطاق وأشمل من التجارة الالكترونية ، وتقوم على فكرة أتمته الاداء وتحول أنماط العمل في مختلف الأنشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدمية في المنشأة ويدخل ضمن هذا المفهوم المصنع الالكتروني المؤتمت والبنك الالكتروني وشركة التأمين الالكترونية والحكومة الالكترونية. في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري يتم خلالها بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية .

أن هذا التغير في نظام أعمال المؤسسات كنتاج طبيعي للتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان السبب وراء نشوء وتطور التجارة الالكترونية .

وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:-

❖ **عدم وجود مكان جغرافي :** محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون ، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت ، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية ، وأن طرفي العملية التجارية نادراً ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجة حتى أن يرى أحدهم الآخر.

❖ **أن عملية التبادل التجاري الكترونيه** تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنه ، كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات (EDT) (Electronic Data Interchange) والمستندات كأرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات ... الخ

❖ **أن التجارة الالكترونية تساعد على إنجاز العديد من الصفقات** والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.



❖ **تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.**

❖ **تشكل التجارة الالكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الاسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمة من يساعد على تطوير القدرات التنافسية.**

2- مقومات التجارة الالكترونية

كي يمكن للتجارة الالكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة ، وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها.

ومن تلك المقومات:-

❖ **توافر بنيه تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية.**

❖ **نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الامر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.**

❖ **وجود بنيه تحتية كافية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات ماله مأمونه على الشبكة.**



3-أفاق التجارة العربية الالكترونية

تحاول العديد من الدول العربية متابعة المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تعززه من متغيرات جديدة من خلال تطوير وتحديث اقتصاداتها لتواكب التطورات السريعة والمتلاحقة من تكنولوجيا المعلومات، وبدأت هذه الدول في الاعتماد على الاعمال الالكترونية (E - Business) والتجارة الالكترونية كمنطق للتعامل في الاسواق التي تتعامل فيها شركات هذه الدول ومن بين هذه الدول دولة الامارات والمملكة العربية السعودية ومصر والاردن. وتواجه الدول العربية تحديات واسعة في هذا المجال أهمها الفجوة الرقمية المتسعة في اقتصاداتها، تلك الهوة الفاصلة التي خلقتها ثورة المعلومات والاتصالات في مجال النفاذ الى مصادر المعلومات والمعرفة والقدرة على استغلالها وهي فجوة واسعة ومتعددة الجوانب وباتت أمراً واقعاً وهي آخذة بالاتساع بينها وبين الدول المتقدمة إضافة لوجودها بين الدول العربية ذاتها وفي داخل كل دولة على حده.

وشهدت التجارة الإلكترونية في الدول العربية نمواً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، مدعومة بعوامل مثل:

- ✓ انتشار الإنترنت: ازدادت نسبة مستخدمي الإنترنت في العالم العربي بشكل كبير، مما أدى إلى توسيع قاعدة العملاء المحتملين للتجارة الإلكترونية.
- ✓ الانتشار المتزايد للهواتف الذكية: سهّل استخدام الهواتف الذكية عملية التسوق عبر الإنترنت، خاصةً في الدول العربية التي تتمتع بشبكات اتصالات متطورة.
- ✓ جائحة كورونا: أدت جائحة كورونا إلى زيادة الاعتماد على التسوق عبر الإنترنت، حيث سعى الناس إلى تجنب التواجد في الأماكن المزدحمة.
- ✓ حجم السوق: بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في الدول العربية 28 6.مليار دولار أمريكي عام 2022، ومن المتوقع أن يصل إلى 48 6.مليار دولار بحلول عام 2025.



التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول العربية

على الرغم من النمو الكبير، تواجه التجارة الإلكترونية في الدول العربية بعض التحديات، مثل:

✓ البنية التحتية اللوجستية: تواجه بعض الدول العربية نقصاً في البنية التحتية اللوجستية، مما قد يؤدي إلى تأخير توصيل الطلبات.

✓ الثقة في المدفوعات الإلكترونية: لا يزال بعض المستهلكين العرب يترددون في استخدام المدفوعات الإلكترونية.

✓ الوعي بالتجارة الإلكترونية: لا يزال بعض المستهلكين العرب غير مدركين لفوائد التجارة الإلكترونية.

مستقبل التجارة الإلكترونية في الدول العربية :

تتمتع التجارة الإلكترونية في الدول العربية بإمكانيات هائلة للنمو في المستقبل، مدعومة بعوامل مثل:

- زيادة عدد مستخدمي الإنترنت: من المتوقع أن يزداد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي بشكل كبير خلال السنوات القادمة.

- ارتفاع مستويات الدخل: من المتوقع أن ترتفع مستويات الدخل في الدول العربية، مما سيؤدي إلى زيادة الإنفاق على التسوق عبر الإنترنت.

- دخول شركات جديدة: تسعى العديد من الشركات العالمية إلى دخول سوق التجارة الإلكترونية في الدول العربية.



أكبر 10 اقتصادات ناشئة تطورًا حسب مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين عالميًا لعام 2020

أكبر 10 اقتصادات ناشئة تطورًا وفق مؤشر التجارة
الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين الصادر عن
UNCTAD لعام 2020



المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD بالعربي