

التجارة الإلكترونية

1. مفهوم التجارة الإلكترونية:

لقد وردت العديد من التعاريف للتجارة الإلكترونية بعضها يميل إلى التضييق وبعضها يميل إلى التوسيع وفيما يلي أهمها:

التجارة الإلكترونية تشمل تبادل المنتجات والخدمات بواسطة وسيط إلكتروني أي الإنترنت وحسب المنظمة العالمية للتجارة فهي تحتوي على مختلف أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية.

حسب هذا التعريف، تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أشكال من العمليات وهي: البحث عن المنتج، طلب المنتج وتسليم المنتج.

ويرى بعض الاقتصاديين أن التجارة الإلكترونية هي استخدام وسائل الاتصالات والمعلومات بين الأطراف التجارية لإتمام الأعمال والصفقات وهذا من خلال تواصل المعلومات، خدمة السوق والمشروعات الافتراضية.

ويعتقد البعض أن التجارة الإلكترونية إضافة إلى ما تم ذكره، تقوم بمنح مرونة جوهرية للشبكات الإلكترونية. لقد أعطت التجارة الإلكترونية فرصا جديدة لكل القائمين على تسيير وإدارة النشاطات التجارية وكذلك على استغلال المعلومة الرقمية في إطار النشاط التجاري، كما تسهل التعاون بين مجموعات عمل مختلفة، وهذه المجموعات يمكن أن تكون خدمة توزع المعلومات داخل المؤسسة بهدف تطوير استراتيجية تسويقية.

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نخلص إلى النتيجة التالية:

تجارة لأنها تشمل تبادل السلع والخدمات باستخدام النقود

هي

التجارة الإلكترونية

إلكترونية لأن عملية التبادل تتم بوسائل إلكترونية

2 . أنماط التجارة الإلكترونية:

يمكن تحديد الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية بثلاثة أطراف هم: المستهلكون، المؤسسات والإدارات الحكومية وبناء على ذلك يمكن تحديد الأنماط التالية للتجارة الإلكترونية.

أ) تعاملات بين مؤسسات – مؤسسات (Business to Business) (B2B)

حسب هذا النمط تتم التجارة بين الشركات وفيها تقوم الشركة بتقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع والتسديد والتعهدات المالية ... إلخ .

وحسب الإحصائيات فإن هذا النمط يشغل حجم كبير من التعاملات بقيمة بلغت نحو 692 مليار دولار عام 2014

ب) تعاملات بين شركات – مستهلكين : (Business to Consumer) (B2C)

يعتبر هذا النمط الأكثر شيوعاً، حيث أصبح هناك ما يسمى بالمراكز التجارية عبر الأنترنت (Males Shopping)، فمن خلالها يستطيع أي شخص فحص منتجات الشركات وعقد صفقات للشراء والقيام بعمليات الدفع خاصة عن طريق الشبكات الإلكترونية وبطاقات الائتمان . لقد بلغت قيمة التعاملات في هذا النمط نحو 1336 مليارات دولار عام 2014.

(ج) تعاملات بين شركات – إدارات حكومية : (B2G)

يستخدم هذا النمط في إرسال الحكومة المعلومات المتعلقة بالضرائب، الجمارك، الجوانب النقدية إلى الشركات، وكذلك تستخدمه هذه الأخيرة في التعرف على شروط التراخيص لإقامة مشاريع تنموية.

(د) تعاملات مستهلكين – إدارات حكومية:

يستخدم هذا النمط لتقديم خدمات تعليمية وتثقيفية للمواطنين، إضافة إلى دفع الضرائب إلكترونياً.

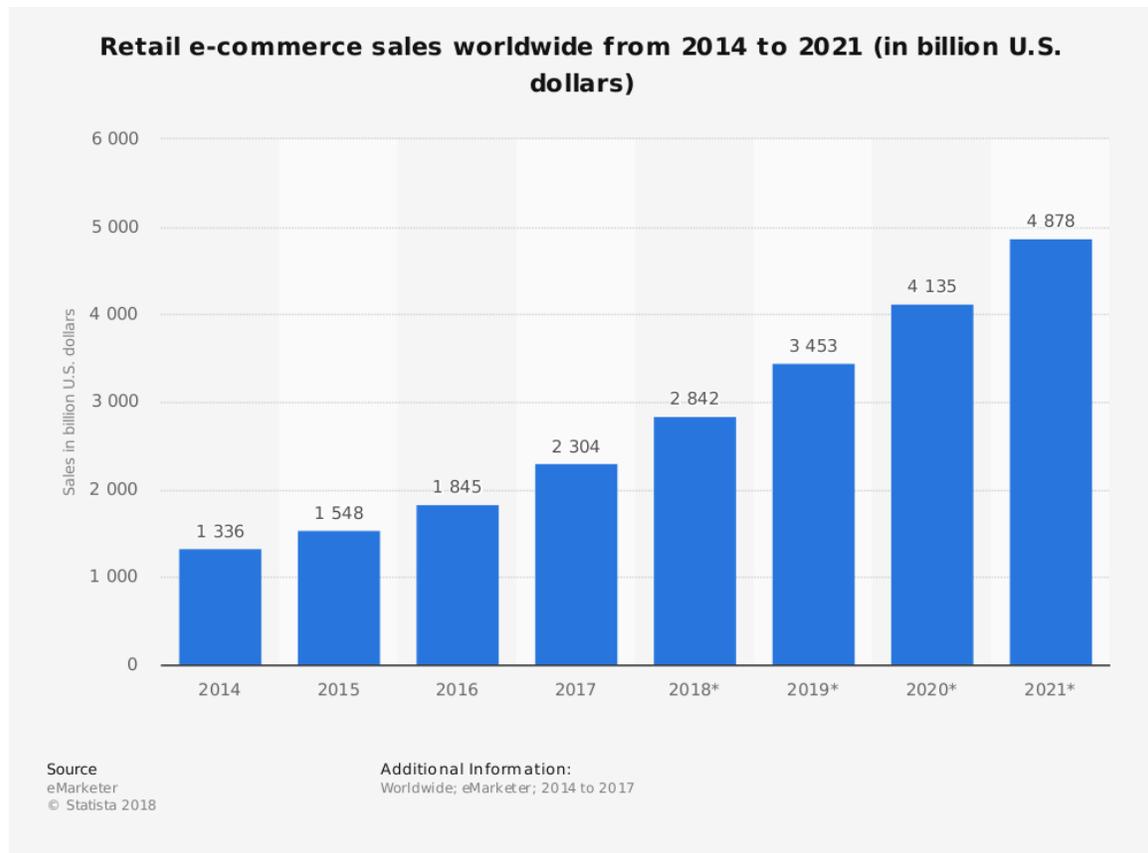
(هـ) إدارات حكومية – إدارات حكومية :

يستخدم هذا النمط لتبادل المعلومات والتنسيق والتعاون بين مختلف الهيئات الحكومية.

3. مكانة التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية أزلت الحدود الجغرافية من خلال التغطية الكبيرة لشبكة الاتصالات، فحتى الشركات الصغيرة بإمكانها التواجد في الأسواق الدولية. إن تميز التجارة الإلكترونية بالسرعة والبساطة واليسر جعل شركات الأعمال يقللون من تكاليف الصفقات (التسويق ، الدعاية، الإعلان ...) من خلال تحسين تدفق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال وتوفير الزمان والمكان المطلوبين لأداء المعاملات.

كما تؤدي التجارة الإلكترونية إلى توسيع السوق والنفوذ إلى أسواق العالم كله وتحقيق شروط المنافسة الكاملة، مما يتيح إقامة علاقات مباشرة ووثيقة بين الشركات وشركاءها. ونظراً لهذه الأدوار المهمة للتجارة الإلكترونية فقد شهدت تطوراً متنامياً خلال السنوات الأخيرة كما يوضح الشكل التالي:



حجم التجارة الإلكترونية في العالم بين عام 2014-2021
الوحدة : مليار دولار

حيث يوضح الشكل حجم التجارة الإلكترونية ما بين عامي 2014 و 2017 والتوقعات لحجم التجارة خلال الفترة 2018-2021 ويظهر من خلاله الزيادة الكبيرة في حجم التجارة الإلكترونية من 1336 مليار دولار عام 2014 إلى 2304 مليار دولار عام 2017 والتوقع بوصول حجم هذه التجارة إلى حوالي 4878 مليار دولار عام 2021.

وفيما يلي شكل يبين أكبر 10 أسواق الإلكترونية عالمية حسب البلدان وذلك حتى بداية عام 2017 حسب إحصاءات موقع Business.com المتخصص.

