

التجارة الإلكترونية

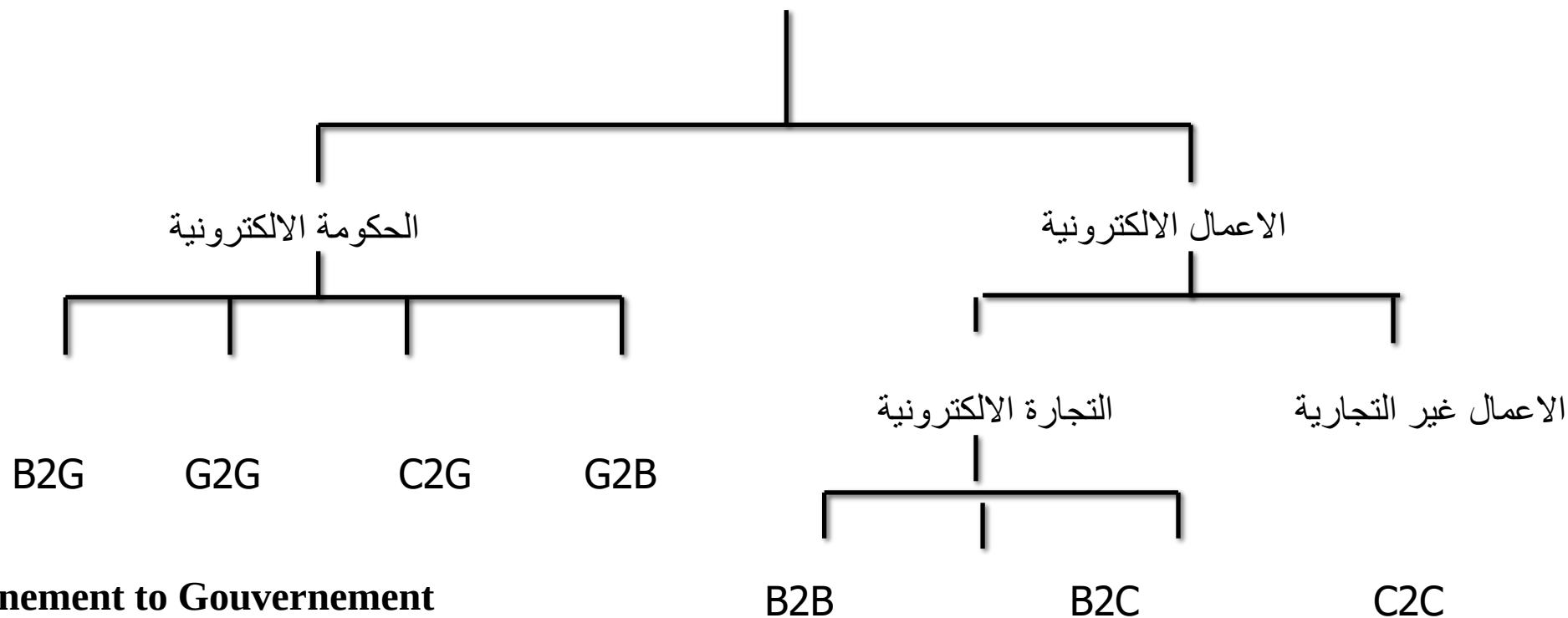
التجارة الالكترونية

هي عملية شراء أو بيع المنتجات والخدمات عبر شبكة الإنترنت باستخدام وسائل إلكترونية.

التجارة الإلكترونية هي العملية التي يتم من خلالها شراء وبيع المنتجات أو الخدمات أو تبادل المعلومات عبر الإنترنت باستخدام منصات رقمية، حيث تتم المعاملات المالية والتواصل بين البائعين والمشتريين بشكل إلكتروني.



أنواع التجارة الإلكترونية



Gouvernement to Gouvernement

Citizen to Gouvernement

Gouvernement to Business

B2B

Business to Business

B2C

Business to Consumer

C2C

Consumer to Consumer

أنواع التجارة الإلكترونية

- B2B من شركة إلى شركة: مثل مواقع بيع المواد الأولية بين الشركات.
 - B2C من شركة إلى مستهلك: مثل مواقع أمازون وعلي إكسبرس.
 - C2C من مستهلك إلى مستهلك: مثل إيباي أو السوق المفتوح.
 - C2B من مستهلك إلى شركة: مثل مواقع العمل الحر (فريلانسر).
 - من الشركات إلى الإدارات B2G شركة تصميم مواقع إلكترونية
 - من الإدارة إلى المستهلك G2C توفير خدمات الدفع الإلكتروني أو خدمة إدارة النظام
- الضريبي لشخص ما عبر الإنترنت

أدوات وتقنيات دعم التجارة الإلكترونية

- بوابات الدفع الإلكتروني.
- التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.
- إدارة علاقات العملاء. CRM.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات.

مزايا التجارة الإلكترونية

- تجاوز الحواجز الجغرافية والزمنية.
- تقليل التكاليف التشغيلية مقارنة بالمتاجر التقليدية.
- توفير خيارات أوسع للمستهلكين.
- تسهيل عمليات التسويق والتحليل بفضل أدوات التحليل الرقمية.

محددات نمو التجارة الإلكترونية

1. البنية التحتية الرقمية

2. الأمن السيبراني وحماية البيانات

3. الأنظمة القانونية والتنظيمية

4. الثقة والمصداقية

5. التكنولوجيا

6. المدفوعات الإلكترونية

أشكال الحماية الالكترونية

• **جدار النار (firewall)** : وهو مجموعة برامجيات وأجهزة يتم إعدادها لتحتل الحدود الفاصلة بين الشبكة الخاصة (شبكة الإدارة الالكترونية) وشبكة الانترنت من اجل الوقاية من الثغرات الأمنية التي يحاول قراصنة الانترنت الدخول منها الى الشبكة الخاصة، وهو بذلك يمثل المرشح الذي يسمح لمروور شيء من خلاله ويمنع شيء آخر ووفقا لسياسات أمنية يتم إعدادها داخل الجدار.

•**التشفير (Coding):** وهو تغيير شكل المحتوى بهدف منع غير المعنيين من فهمه في حالة الإطلاع عليه مع

ضمان نظام التشفير إمكانية إرجاع ما تم تشفيره إلى شكله الأصلي دون أي تغيير.

• **التوقيع الإلكتروني (e-signature):** وهي عملية تجرى في الحاسب ويتم من

خلالها ربط مجموعة من الحروف والرموز والأشكال مع ملف معين لتكون بديلاً

عن التوقيع المتعارف عليه.

التجارة الإلكترونية العالمية

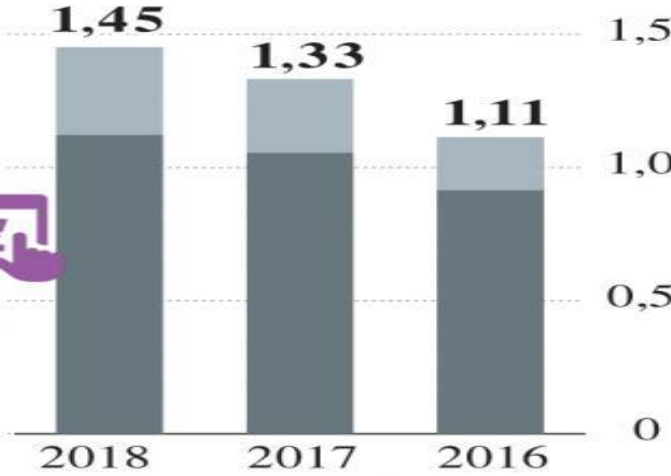
بلغت 25,6 تريليون دولار عام 2018، وهي 30% من إجمالي الناتج المحلي العالمي
الدول الـ 10 التي تصدرت الترتيب العالمي بمليارات الدولارات



التسوق عبر الإنترنت

بمليارات الأشخاص

المشتريات الداخلية
المشتريات الخارجية



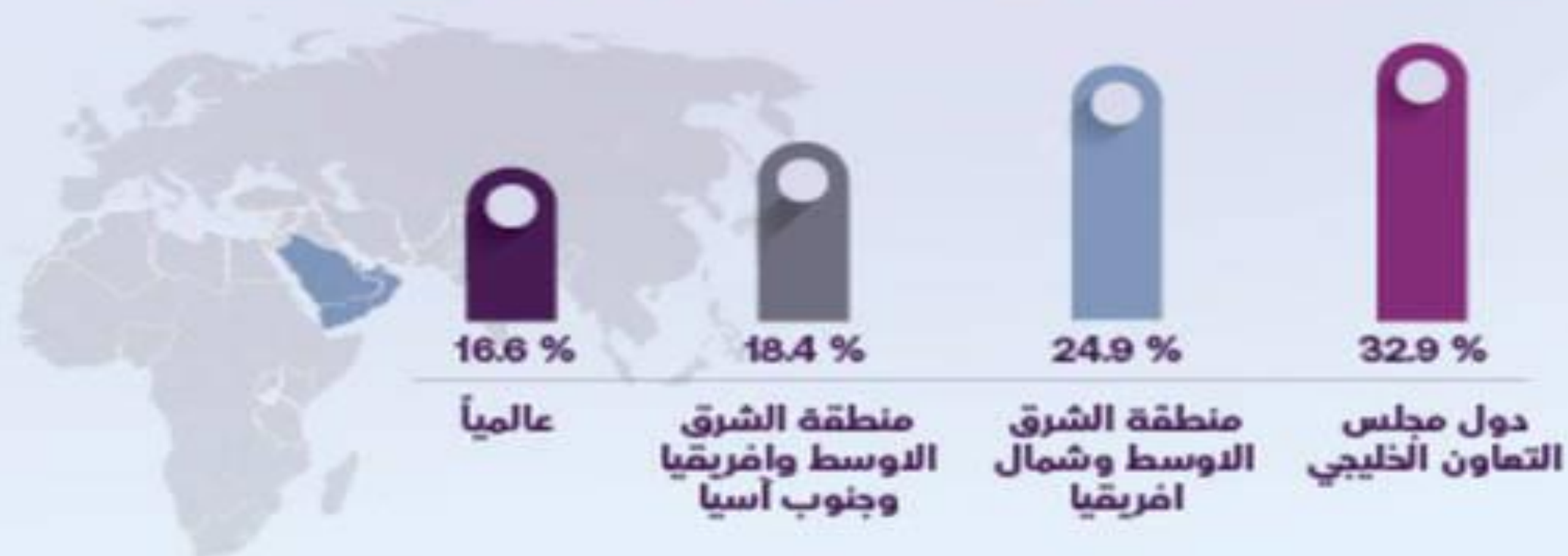
التجارة الإلكترونية بين الشركات (بالنسبة المئوية)



التجارة الإلكترونية بالنسبة من الناتج المحلي الإجمالي



مبيعات المنتجات الاستهلاكية للتجارة الإلكترونية، معدل نمو سنوي مركب 2019-2022



• أفضل 100 شركة متخصصة بالتجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا، والتي توفر منتجات موجهة مباشرة إلى المستهلكين.

15 عدد الشركات في
منطقة جنوب آسيا



26 عدد الشركات في
أفريقيا



38 عدد الشركات في
منطقة الشرق الأوسط



معوقات التجارة الإلكترونية

غياب الضمانات المرتبطة بالمنتجات

صعوبة التعامل مع الموقع الإلكتروني للشركات

مشاكل الأمن الإلكتروني وحماية البيانات.

المنافسة الشديدة.

الثقة في المعاملات الإلكترونية.

الحاجة إلى بنية تحتية رقمية قوية.

عدم الثقة في التجارة الإلكترونية

تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد

- التجارة الإلكترونية قد ساعدت في تعزيز الاقتصاد الرقمي، وأدى ظهورها إلى تنشيط مجالات جديدة مثل التسويق الرقمي، الخدمات اللوجستية الإلكترونية، والمطورين التكنولوجيين.
- أتاحت التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة فرصة التوسع والابتكار في أسواق جديدة كانت في السابق خارج متناولها.

آفاق التجارة الإلكترونية

1. التجارة عبر الأجهزة المحمولة
2. الذكاء الاصطناعي والتخصيص
3. التجارة الاجتماعية ((Social Commerce
4. التجارة الإلكترونية عبر الحدود
5. العملات الرقمية والمدفوعات المشفرة
6. توسع في الخدمات اللوجستية
7. التجارة المستدامة