



# البرنامج التدريبي الافتراضي "التجارة الإلكترونية والتنمية"

د. عبدالحليم شاهين

14 - 16 نوفمبر 2022

## نبذة عن المدرب

خبير التحول الرقمي وريادة الأعمال، وخبير اقتصادي برئاسة مجلس الوزراء – مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بالقاهرة، أستاذ الاقتصاد المساعد بقسم الاقتصاد، والمدير التنفيذي لوحدة الابتكارات التربوية والتعلم عن بعد بكلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية بجامعة الإسكندرية.



د. عبد الحلیم شاهین

## أهداف البرنامج

■ يهدف هذا البرنامج إلى:

- تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدخول الأسواق الإلكترونية العالمية، وتوعية أصحاب المؤسسات التجارية بالتحول الآمن للمتاجر الإلكترونية، وتشجيع هذه المؤسسات للتحول من مؤسسات تجارية تقليدية إلى متاجر إلكترونية،
- تطوير الأداء التجاري والخدمات للمؤسسات التجارية عبر المتاجر الإلكترونية، وتوضيح مدى المردود المادي العائد على أصحاب الأسواق الإلكترونية، بالإضافة إلى قياس تأثير الأسواق الإلكترونية على اقتصاد الوطن.

# الجدول الزمني

الفترة الثانية 12:45 – 11:30	الفترة الأولى 11:15 – 10:00
مدخل إلى التجارة الإلكترونية	مقدمة عن التنمية الاقتصادية الإثنين 11/14
مستقبل التجارة الإلكترونية	تاريخ التجارة الإلكترونية الثلاثاء 11/15
التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية والتنمية الاقتصادية	خصائص السوق الإلكتروني الأربعاء 11/16

استراحة  
11:30 – 11:15

# محاضرات اليوم الأول

## الجلسة الأولى

### مقدمة عن التنمية الاقتصادية

## مفهوم النمو الاقتصادي ومفهوم التنمية الاقتصادية

يُعد موضوعي النمو والتنمية من الموضوعات الهامة، التي زاد الاهتمام بها في العقود الأخيرة يُعد النمو الاقتصادي من أهم مؤشرات قياس الأداء الاقتصادي لدولة ما خلال فترة زمنية معينة تعتبر دراسة النمو الاقتصادي والعوامل المؤثرة فيه من الأهداف الرئيسة لصانعي السياسات الاقتصادية

الفرق بين النمو والتنمية الاقتصادية؟

## مفهوم النمو الاقتصادي Growth

أولاً

يتمثل في تحقيق  $\uparrow$  مستمرة في (ل)  $\leftarrow$   $\uparrow$  في متوسط نصيب الفرد من (ل) الحقيقي

تحقيق  $\uparrow$  في متوسط نصيب الفرد من (ل)

1

$$100 \times \frac{ل}{\text{عدد السكان}} =$$

معدل نمو الدخل القومي < معدل النمو السكاني

2

أن تكون  $\uparrow$  في متوسط دخل الفرد **حقيقية** وليست نقدية

معدل الزيادة في دخل الفرد < معدل التضخم

معدل النمو الاقتصادي الحقيقي = معدل الزيادة في دخل الفرد النقدي - معدل التضخم

3

أن تتسم  $\uparrow$  في متوسط دخل الفرد بصفة **الاستمرارية**

~~النمو العابر~~

أي تكون على المدى الطويل

**النمو:** يتمثل في تحقيق  $\uparrow$  مستمرة في (ل)  $\leftarrow$   $\uparrow$  في متوسط نصيب الفرد من (ل) الحقيقي



## مفهوم التنمية الاقتصادية Development

ثانياً

تنطوي عملية التنمية الاقتصادية علي:

عوامل أخرى تنفرد بها عملية التنمية



جميع ما انطوت عليه عملية النمو

1. إجراء تغييرات في الهيكل والبنيان الاقتصادي
2. الاهتمام بنوعية السلع والخدمات المنتجة
3. تحقيق عدالة أكبر في توزيع الدخل

1. زيادة متوسط نصيب الفرد من (ل)
2. أن تكون تلك الزيادة حقيقية
3. أن تتصف تلك الزيادة بالاستمرارية

∴ **التنمية الاقتصادية** هي عملية شاملة ومستمرة تهتم بـ :

- تحقيق  $\uparrow$  مستمرة في الدخل القومي الحقيقي  $\uparrow$  متوسط نصيب الفرد منه (نمو)
- إجراء عديد من التغييرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة
- تحقيق عدالة أكبر في توزيع الدخل القومي

## الخصائص الاقتصادية للتخلف

### 1 انخفاض مستويات المعيشة

1

- $\downarrow$  متوسط نصيب الفرد من (ل)
- $\downarrow$  معدل نمو متوسط نصيب الفرد من (ل)
- (ل) القومي (معدل النمو الاقتصادي)
- سوء توزيع الدخل القومي



• عملية متعددة الأبعاد Multidimensional Process  
• من القضايا المعقدة ومتعددة الأوجه Complex & Multifaceted  
□ أهداف التنمية:

- تحقيق النمو في (ن.م.ج) لكل فرد (النمو الاقتصادي)
- تحسين نوعية الحياة
- تحقيق تنمية مستدامة Sustainable
- تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية (MDGs) عام (2000)
  - ✓ القضاء على الفقر المدقع والجوع
  - ✓ تعميم التعليم الابتدائي
  - ✓ ↓ معدل وفيات الأطفال
  - ✓ تعزيز المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة
  - ✓ تحسن صحة الأمهات
  - ✓ مكافحة الأمراض
  - ✓ ضمان الاستدامة البيئية
  - ✓ إقامة شراكة عالمية من أجل التنمية



# محاضرات اليوم الأول

## الجلسة الثانية

### مدخل إلى التجارة الإلكترونية

# ما هي التجارة الإلكترونية

- التجارة الإلكترونية: هي إنتاج وتسويق وبيع وتوزيع المنتجات عبر شبكات الاتصال (مثل الإنترنت).
- تتيح التجارة الإلكترونية طرقًا جديدة لإنشاء وتقديم القيمة والاستفادة منها للعملاء.



# السوق الإلكتروني

• هو سوق عبر الإنترنت يلتقي فيه المشترون والبائعون لتبادل السلع أو الخدمات أو المعلومات



amazon

# أمثلة على التجارة الالكترونية

## Travel tickets



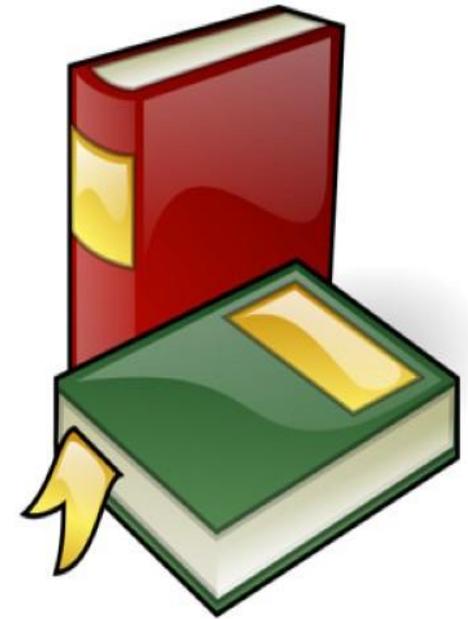
VectorStock®

VectorStock.com/1344319

## Banking services



## Books



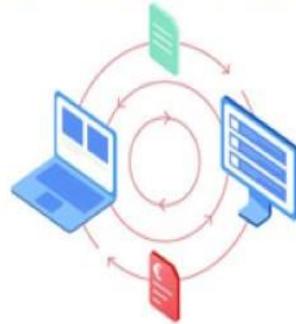
- عادة ما ترتبط التجارة الإلكترونية بالشراء والبيع عبر الإنترنت
- يعتبر الانترنت عصب التجارة الالكترونية، فهو نظام اتصالات مفتوح



- انتشار الإنترنت عمل على دعم التجارة الإلكترونية.

# تتضمن التجارة الإلكترونية استخدام:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ( ICT ) Information & Communication Technology
- التحويل الإلكتروني للأموال ( EFT ) Electronic funds transfer
- التبادل الإلكتروني للبيانات ( EDI ) Electronic data interchange
- معالجة المعاملات عبر الإنترنت Online transaction processing



# تقنيات التجارة الإلكترونية

## 1- Internet

## 2- Network technologies (تقنيات الشبكات)

✓ e.g., LAN, WAN, router

## 3- The World Wide Web (WWW)

## 4- Search engines

Google  
bing  
YAHOO!

## 5- Mobile technologies



# تقنيات التجارة الإلكترونية

## 6- Multimedia applications تطبيقات الوسائط المتعددة

- ✓ an application that uses multiple media sources
- ✓ e.g., text, graphics, images, audio, videos, animations



## 7- E-payment الدفع الإلكتروني

## 8- Data Mining



# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

1- Logistical infrastructure البنية التحتية اللوجستية



2- Technological infrastructure البنية التحتية التكنولوجية

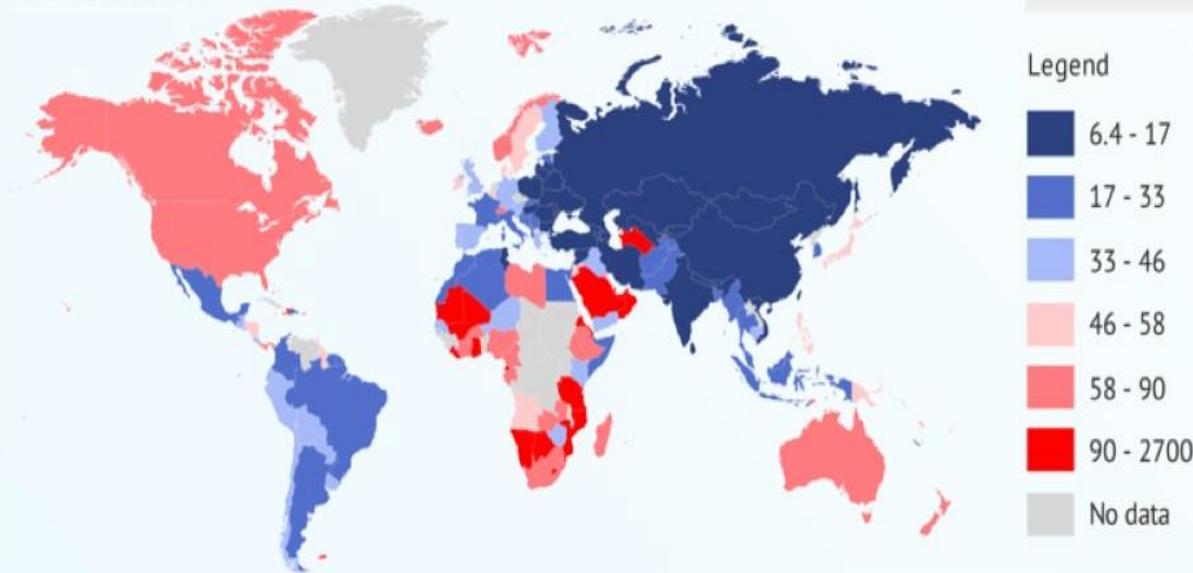


# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

## 3- Communications مجال الاتصالات

### Average Cost of a Fixed-Line Broadband Package Per Month

USD per month, end of 2020.



knoema

Source: Cable.co.uk

# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

4- Customer service خدمة العملاء



5- Full information معلومات كاملة عن السوق



# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

6- Economic indicators المؤشرات الاقتصادية



7- Skills



# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

8- E-payment system الدفع الإلكتروني

Debit & Credit Cards

VISA



E-wallet



Apple Pay Google Pay

PayPal

Online Banking



# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

## QR code



Snap here to pay

## NFC



## Cryptocurrencies



# العوامل التي تؤثر على التجارة الإلكترونية

9- Legal framework الإطار القانوني



10- Security



# مراحل التجارة الالكترونية

Searching



Ordering



Payment



Delivery



Web + E-mail

Search Engines

Mobile (Apps)



Cash-on-delivery

E-payment

Goods

Services

## Thanks for your order

Your order number is **4021514976540**

### Order Tracking

You will receive an email and SMS that contains your order tracking page URL, where you can easily track your order even from your mobile or copy and save this URL to track your order anytime

<https://egypt.souq.com/eg-en/ship> COPY LINK



Shipment 1 of 1  
Shipped

Courier: souq.com  
+20-2-25989500

Tracking #  
**6200039492009**

Order placed  
18 March 2018

Order Confirmed  
18 March 2018

Picked by the courier  
19 March 2018

Arriving: Today

# محاضرات اليوم الثاني

## الجلسة الأولى

### تاريخ التجارة الإلكترونية



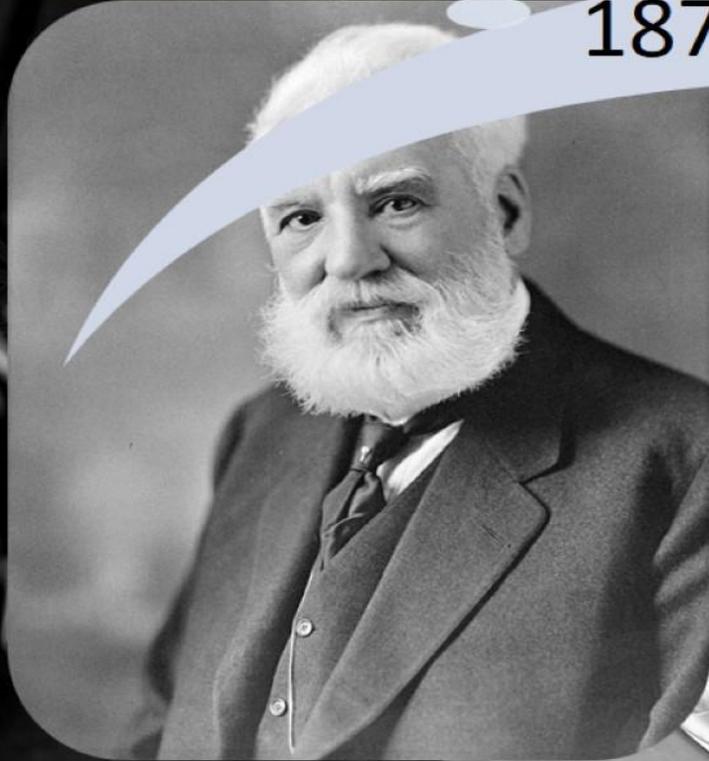
تطورت التجارة منذ قديم الازل من المقايضات إلى النقود إلى الشراء الاون لاين



THE EVOLUTION OF COMMERCE

Alexander Graham Bell

1876



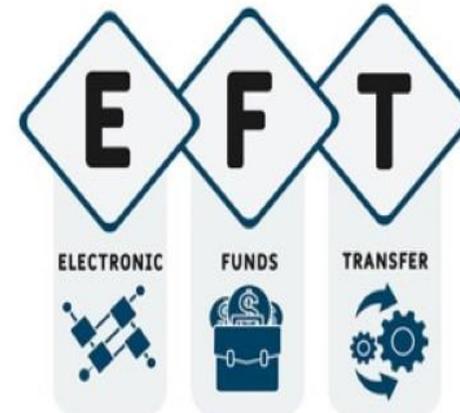
Antonio Meucci

2002



#105382

# تاريخ التجارة الالكترونية قبل الانترنت



# تاريخ التجارة الالكترونية بعد الانترنت



# Telephone



## • أقدم الأدوات في التجارة الإلكترونية



العيوب

المميزات

1 أداه ليست متكاملة: يقتصر على الإعداد للصفحة فقط

1

2 المكالمات الدولية مرتفعة التكاليف

2

1 متاح في كل مكان تقريباً

1

2 أداة متنوعة الوظائف (الاعلان – التسوق)

2

3 ↓ تكلفة المعدات وسهولة التعامل معها

3

4 خدمة الهاتف رخيصة نسبيا في بعض الدول

4

5 تقديم خدمات (البنوك، الاستشارات الطبية)

5

6 يتطلب سعة Band-width حزمة محدودة

6

# Fax



• يحل محل خدمة البريد التقليدية



يحل محل خدمة البريد التقليدية

العيوب

1 معدات الفاكس أعلى تكلفة من معدات الهاتف

1

2 لا يسمح بالاتصال التفاعلي

2



ثانياً  
الفاكس FAX

ثانياً

المميزات

1 يمكن نقل صورة المستند من خلاله

1

2 الإعلان واصدار أوامر الشراء

2

3 يمكن توثيق المعاملات التجارية

3

4 سهولة الاستخدام

4

# ت.٧ التلفزيون



• يتمتع بانتشار أوسع من التليفون





## العيوب

1 اتمام الصفقة يحتاج لعدة خطوات

1

2 يسمح بالاتصال في اتجاه واحد فقط One-way

2

3 تكلفة انتاج اعلان تلفازي مرتفعة جدا

3



## المميزات

1 يتمتع بانتشار أوسع كثيرا من الهاتف

1

2 Shopping at home

2

3 ينقل صوت وصورة

3

4 تكلفة اقتناؤه منخفضة

4

شبكة مغلقة تتيح تبادل المستندات  
بين حواسيب شركتان أو أكثر

العيوب

↑ تكاليف توصيله

1

مقصور على المصنعين الكبار  
يحتاج إلى بنية تحتية خاصة، ومعدات معقدة

2

EDI

المميزات

1 أمان المعاملات بين الشركات (شبكة مغلقة)

1

EDI

خامساً

# EDI



## 1970s

- **Electronic Data Interchange (EDI)**



- كان في الأساس (قديمًا) نظام مغلق  
تحتاج: it needs: تكاليف مرتفعة جدا



# EFT



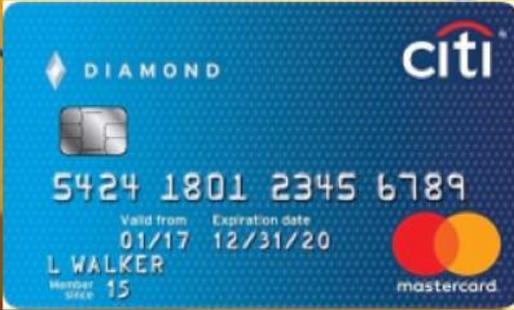
## Late 1970s and early 1980s

Electronic funds transfer



## نظم الدفع الإلكترونية ونقل الأموال

## أدوات تسوية المعاملات إلكترونيات



### العيوب

التعرض للسرقة

1



### المميزات

سداد واستلام النقود

1

تثبيت هوية المشتري في المعاملات الإلكترونية

2

# E-shopping (1979)



<https://www.cultofmac.com/309484/grandma-bum-hip-sparked-shopping-revolution/>

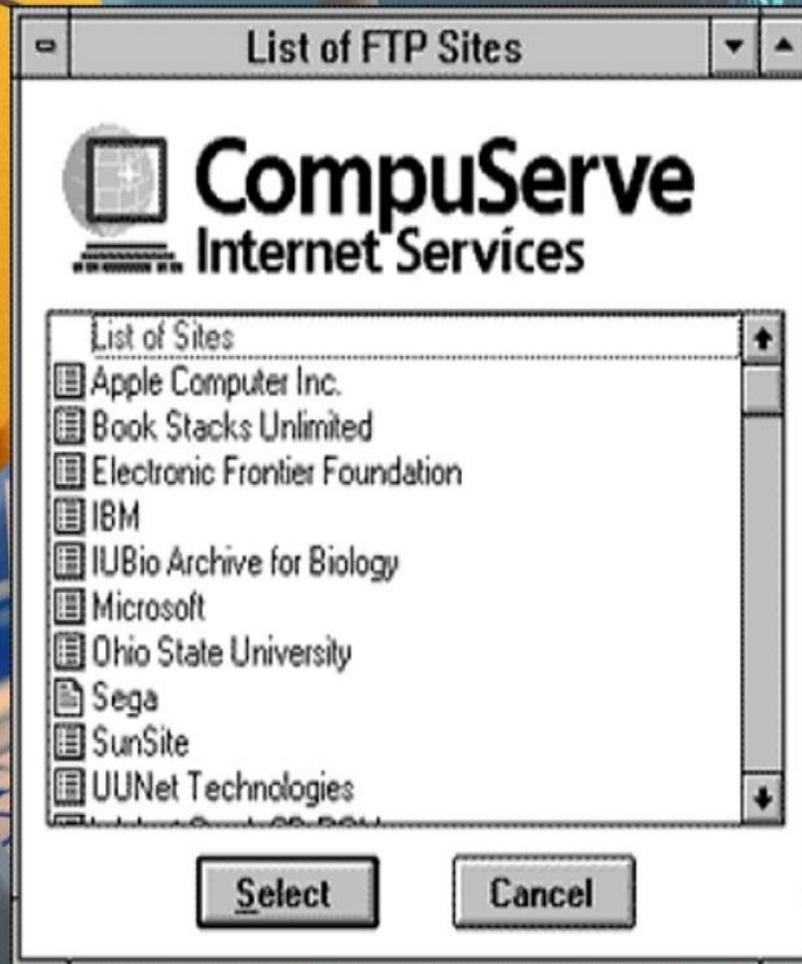


# Internet

# CompuServe (1979)



E-Commerce



# Boston Computer Exchange (1982)

E-Commerce



# Tele-shopper (1984)

E-Commerce

TESCO



# World Wide Web (1991)

E-Commerc

 <http://www>



# Netscape Navigator (1994)



# Pizza Hut (1994)



## Welcome to Pizza Hut!

This Electronic Storefront is brought to you by **Pizza Hut®** and **The Santa Cruz Operation®**. You may click on the Pizza Hut logo on any page to submit comments regarding this service to [webmaster@pizzahut.com](mailto:webmaster@pizzahut.com).

Take a look at what we have to offer: [Sample Menu](#)

If you would like to order a pizza to be delivered, please provide the following information:

Name

Street Address

Voice Phone ###-###-####  (where we can reach you)

### PIZZA BUILDER

#### Build Your Own



Large Hand-Tossed Style Pizza

[View Details](#)

Crust:

Hand-Tossed Style Pizza

Quantity:

Size:  Medium  
 Large

Special Instructions:

Add extra cheese for only \$1.69 more!

[GO FOR IT >](#)

Pizza Type Toppings Sauce & Cheese

Meat Toppings:  NONE    x2

- Pepperoni
- Ham
- Beef
- Italian Sausage
- Bacon Pieces
- Chicken

Veggies & Fruits:  NONE    x2

- Mushrooms
- Green Peppers
- Onions
- Black Olives
- Diced Tomatoes
- Jalapenos

[« Previous](#)

[Next >](#)

[ORDER THIS PIZZA >](#)

Amazon (1995)

amazon

amazon



eBay (1995) 

eBay



# PayPal (1998)



# Alibaba (1999)



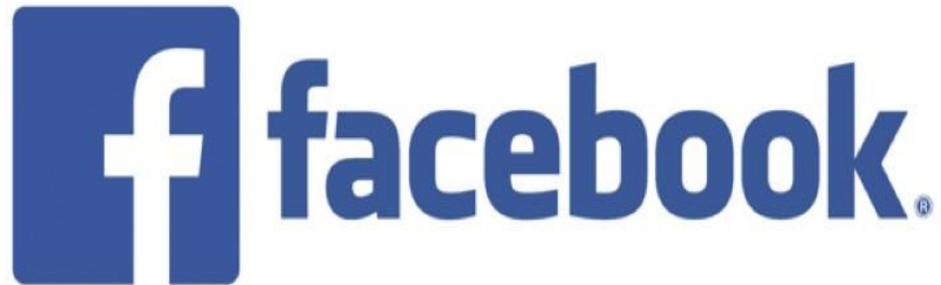
# Apple's iTunes (2003)



 iTunes



# Facebook (2004)



Etsy (2005)



Etsy

Cyber Monday (2005)

CYBER  
MONDAY

# Facebook Ads (2007)



## facebook Ads

The screenshot shows a Facebook profile for Pascal Rossini. The page layout includes a search bar, a left sidebar with navigation options like 'Groups', 'Events', and 'Marketplace', and a main content area with a profile picture, bio, and a feed of posts. Several advertisements are visible in the feed, including 'iPod Store, save 30\$', 'Mobile Phone Advertising', and 'Fantasy Stock Exchange application'. Red arrows highlight these ads.

# M-Commerce (2008)

- في عام 2008، تم إجراء أول عملية شراء باستخدام الهاتف المحمول ، وكانت خطوة رئيسية لتطوير السوق.

- Cellphones
- tablets
- PDA



✓ to conduct commercial transactions **online**

# مزايا التجارة الإلكترونية من خلال الجوال



1- حجم صغير

2- يمكن التفاعل من خلاله بالصوت والصورة

3- يمكن الوصول إلى الإنترنت من خلاله

4- انتشار أكبر بين السكان

6- يمكن حجز أو إلغاء ← تذاكر السكك الحديدية والطيران والأفلام



# مزايا التجارة الإلكترونية من خلال الجوال

7- إيصال الأخبار الترفيهية ، والمالية ، والشخصيات الرياضية ، والمستجدات المرورية

8- توفير الشمول المالي

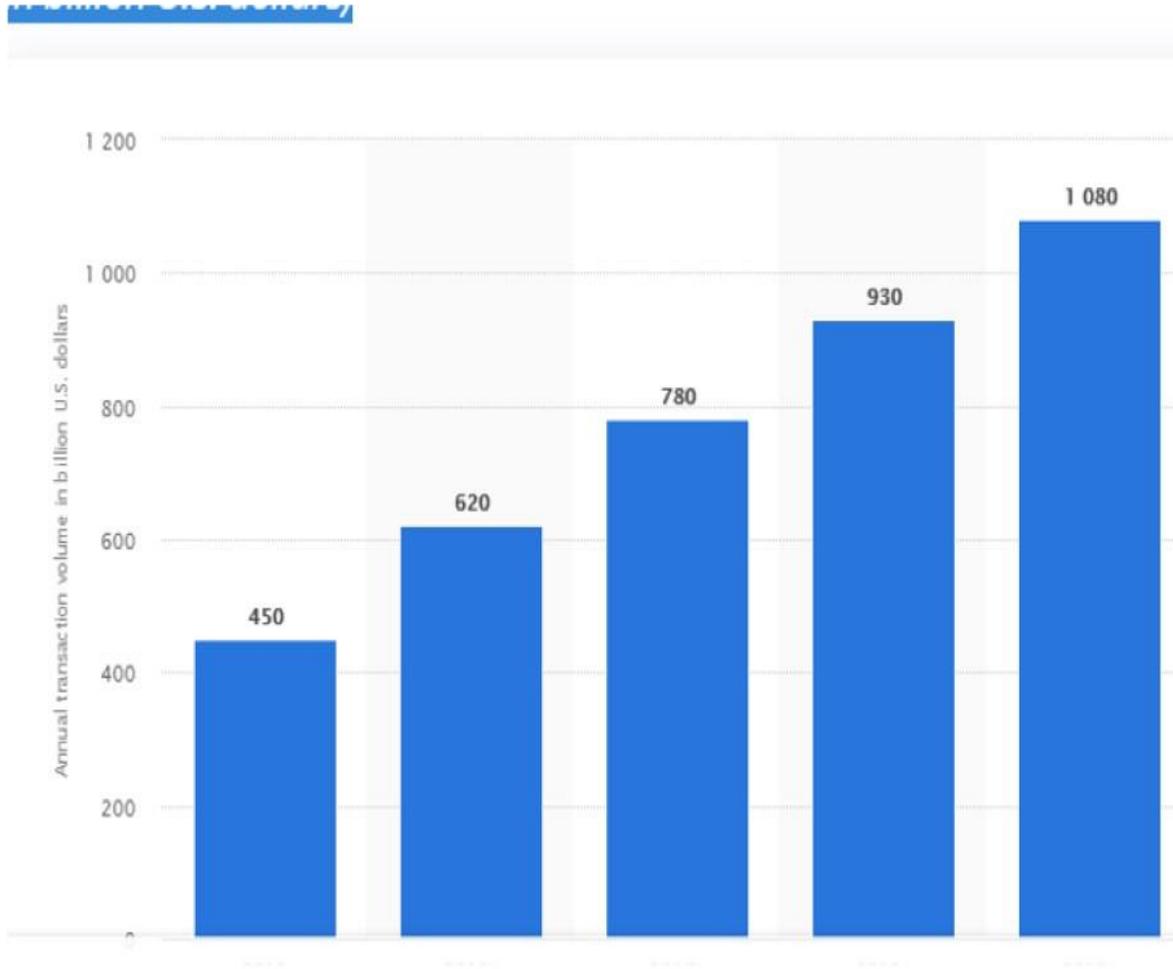
9- يتضمن وظائف الحاسوب



**Includes all the features in all the previous tools**

## إجمالي إيرادات سوق الدفع عبر الهاتف المحمول العالمي من 2015 إلى 2019

(in billion U.S. dollars)



# BigCommerce (2009)

- was founded in 2009

• تساعد في انشاء موقع واجهة متجر للتجارة الإلكترونية E-commerce storefront platform



- الغرض منها هو تزويد جميع الشركات الناشئة startups والشركات القائمة بجميع المعلومات التي يحتاجونها والتي ستمكنهم في النهاية من بدء أسواقهم عبر الإنترنت .

## سرعة وتكلفة نقل مستند من نيويورك إلى طوكيو عام 1998

الزمن	التكلفة		
5 أيام	\$ 7.4	البريد الجوي	1
24 ساعة	\$ 26.3	مخصص	2
31 دقيقة	\$ 28.8	فاكس	3
2 دقيقة	\$ 0.1	البريد الإلكتروني	4

Internet	EDI	ATM	T.V	Fax	Tele			
							العناصر التي يمكن توصيلها	عناصر المعاملة التجارية
✓	✓		✓	✓	✓	الإعلان		
✓	✓			✓	✓	الشراء		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	السداد		
✓				✓	✓	التسليم		
							التوصيل كيفية	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	عدة خطوات		
✓						خطوة واحدة		
✓	✓	✓				نص	نوع البيانات المنقولة	الخواص التقنية
✓				✓		صورة		
✓					✓	صوت		
✓			✓			فيديو		
✓					✓	إمكانية التفاعلية		
✓	✓	✓		✓	✓	واحد - واحد	نمط الاتصال	
✓	✓		✓			واحد - متعدد		
✓						متعدد - متعدد		
متوسطة	مرتفعة	منخفضة	متوسطة	متوسطة	منخفضة	أعباء أولية للمستهلك	سهولة الاستخدام	
متوسطة	--	منخفضة	منخفضة	منخفضة	منخفضة	أعباء تشغيل للمستهلك		
متوسطة	مرتفعة	متوسطة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	تكاليف استثمارية للمنتج		
احتمال	احتمال					مشاكل سعة الحزمة		
ليس دائما		✓	✓	✓	✓	ملائمة للمستخدم		



# محاضرات اليوم الثاني

## الجلسة الثانية

### مستقبل التجارة الإلكترونية

# مستقبل التجارة الإلكترونية

## Pop Up Shops



# مستقبل التجارة الإلكترونية

Virtual Reality

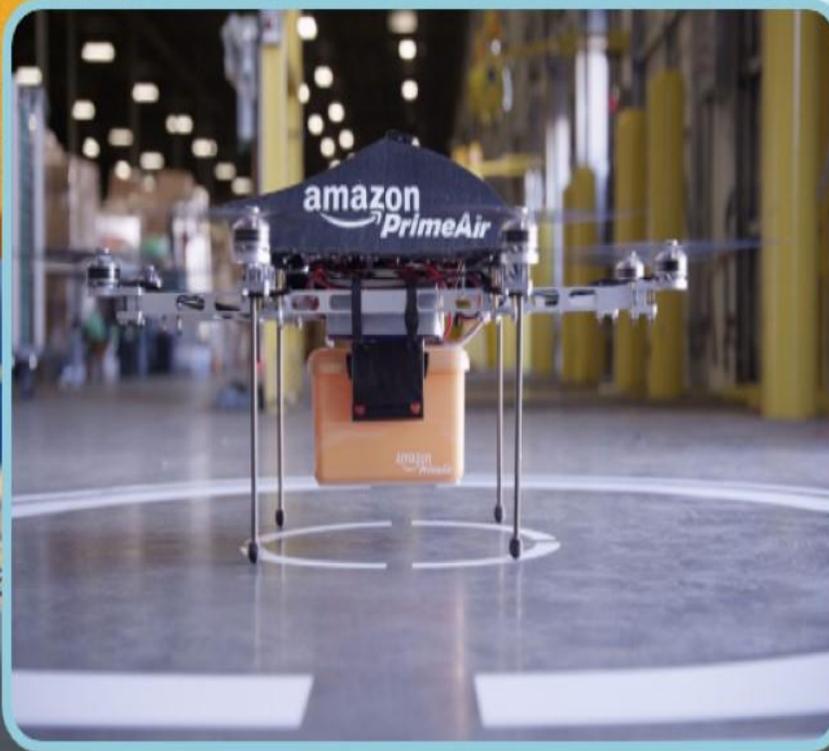


Meta



# مستقبل التجارة الإلكترونية

## Delivery Drones



# مستقبل التجارة الإلكترونية

## Automated Customer Service



# مستقبل التجارة الإلكترونية

استخدم العملات الرقمية - كطريقة دفع





# اقتصاديات الأسواق الإلكترونية



Jeff Bezos

amazon



\$138  
billion  
May / 2022





# Forbes

## The Richest people in the world

EDITOR'S PICK | MARCH 5, 2019 7:30AM

# BILLIONAIRES

THE RICHEST PEOPLE IN THE WORLD

# The Richest people in the world Forbes



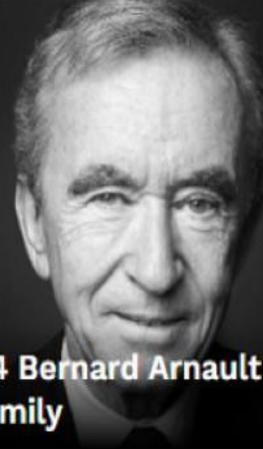
#1 Jeff Bezos



#2 Bill Gates



#3 Warren Buffett



#4 Bernard Arnault & family



#5 Carlos Slim Helu & family



#6 Amancio Ortega



#7 Larry Ellison



#8 Mark Zuckerberg



#9 Michael Bloomberg



#10 Larry Page

# The Richest people in the world (Now)

# Forbes



## The Richest people in the world (2019)

RANK	NAME	NET WORTH	CHANGE	AGE	SOURCE	COUNTRY/TERRITORY
	1 Jeff Bezos	\$108.2 B	▼ \$403 M   -0.37%	55	Amazon	United States
	2 Bill Gates	\$104.6 B	▼ \$295 M   -0.28%	64	Microsoft	United States
	3 Bernard Arnault & family	\$93.5 B	▲ \$1.3 B   1.39%	70	LVMH	France
	4 Warren Buffett	\$81.7 B	▼ \$468 M   -0.57%	89	Berkshire Hathaway	United States

# List of richest people in the world

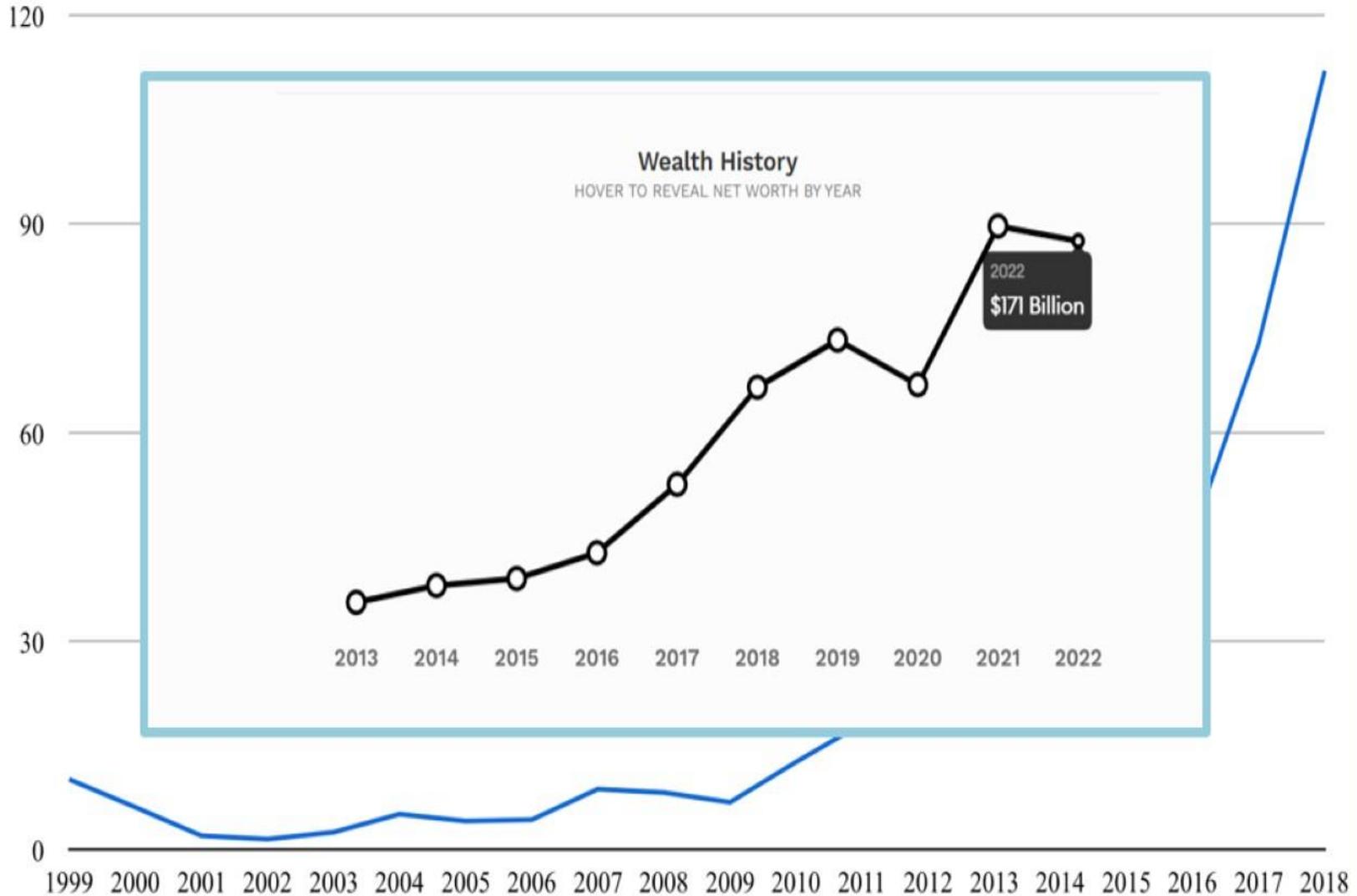


Rank ↕	Name ↕	Citizenship ↕	Net worth (USD) ↕	Age ↕	Main source of wealth ↕	Ref(s)
1	Jeff Bezos	 United States	\$110.7 billion ▼	55	Amazon	[4]
2	Bill Gates	 United States	\$103.5 billion ▲	64	Microsoft	[5]
3	Bernard Arnault	 France	\$95.7 billion ▼	70	LVMH	[6]
4	Warren Buffett	 United States	\$79.7 billion ▲	89	Berkshire Hathaway	[7]
5	Amancio Ortega	 Spain	\$67.7 billion ▲	83	Zara	[8]
6	Mark Zuckerberg	 United States	\$67.6 billion ▲	35	Facebook	[9]
7	Larry Ellison	 United States	\$64.8 billion ▲	75	Oracle	[10]
8	Michael Bloomberg	 United States	\$56.1 billion ▲	76	Bloomberg	[11]
9	Larry Page	 United States	\$54.8 billion ▲	46	Alphabet Inc.	[12]
10	Carlos Slim	 Mexico	\$54.3 billion ▼	79	América Móvil	[13]
11	Sergey Brin	 United States	\$53.4 billion ▲	46	Google	[14]
12	Françoise Bettencourt Meyers	 France	\$53.2 billion ▲	66	L'Oréal	[3]
13	Steve Ballmer	 United States	\$51.3 billion ▲	63	Microsoft	[15]
14	Alice Walton	 United States	\$50.4 billion ▲	70	Walmart	[16]
15	Jim Walton	 United States	\$50.4 billion ▲	71		[17]

# Mapping the World's Richest **Forbes**



## Net worth of Jeff Bezos from 1999 to 2018



# amazon



## E-Markets

# السوق الإلكتروني

amazon

Alibaba.com™

JUMIA

noon

RAVA Shop

Carrefour

Sharaf DG

# المنظمات الافتراضية والمنظمات التقليدية

## Traditional Organizations مؤسسات التجارة التقليدية

- **Brick-and-mortar organizations** مؤسسات الأصول الثابتة

- المنظمات التي تؤدي أعمالها الأساسية في وضع عدم الاتصال

*Old Economy*

*Traditional Market*

- The market that brings together sellers and buyers in **geographic space**

# المنظمات الافتراضية والمنظمات التقليدية

## Virtual Organizations المؤسسات الافتراضية

- **Click-and-mortar organizations** المؤسسات التي تتاجر عبر الانترنت

- المنظمات التي تمارس أنشطتها التجارية عبر الإنترنت

## Virtual Market

- The market that brings together sellers and buyers in **Cyberspace**

## مقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية  
E-Commerce

التجارة التقليدية  
Traditional Commerce

تحقيق الربح

تحقيق الربح

الهدف

1

لا يوجد مكان مادي

مكان مادي

مكان الصفقة

2

المواقع الإلكترونية

المجلات والمنشورات

عرض المعلومات  
للمنتج أو الخدمة

3

من خلال Web - E-mail

من خلال التليفون والفاكس والرسائل

التحقق عن المنتج أو  
الخدمة + التواصل

4

ToysRUS  
تويز آرأص

هناك شركات تجمع بين التجارة التقليدية والإلكترونية مثل:

# مميزات التجارة الإلكترونية

- تمكنت التجارة الإلكترونية من تطوير التجارة التقليدية من خلال:
- **Information**
  - a- **Fast** access to information
  - b- **Easy** access to information (Full information)
  - c- **Lower-cost** information



# مميزات التجارة الالكترونية

- **تقليل تكلفة المعاملات والاتصالات** ↓ Reducing transaction & communication cost

➤ The system is faster and less expensive

- **تقليل الأسعار (أسعار أقل)** Reducing prices (lower prices)

- a. ↓ cost
- b. ↑ competition
- c. price offers



# مميزات التجارة الالكترونية

- **المزادات عبر الإنترنت Online Auctions**

ebay™



- **Available 24 hours a day**

- Being online



- Time constraints almost disappear



*Non-closure of the Internet markets*

# مميزات التجارة الالكترونية

- تسليم سريع للمنتجات (الرقمية) (Fast delivery (Digital products))



- Reach narrow market segments

➤ remote areas



# مميزات التجارة الالكترونية

## • إمكانية الدفع الرقمي E-payment Possibility



## • حرية الاختيار Freedom of choice

➤ without any pressure



# مميزات التجارة الالكترونية

- **Save time and effort** توفير الوقت والجهد

➤ just clicking on the product



# مميزات التجارة الالكترونية

- أطراف الصفقة كيانات رقمية The parties of the transaction are digital entities
- الحواجز أمام الدخول للسوق ↓ Barriers to entry are lower
- Providing customer service



# مميزات التجارة الالكترونية

- ↑ **volume of commerce** حجم التجارة ↑
  - a- ↑ sale opportunities for the seller
  - b- ↑ purchasing opportunities for the buyer



- ↑ **Welfare of society** رفاهية المجتمع ↑
  - Get the satisfaction of the buyer & seller.



# عيوب التجارة الالكترونية

- Although e-commerce is increasingly flexible today, it still has its own set of disadvantages, like:
- **Limited interactions with customers**    تفاعلات محدودة مع العملاء
- ↓ ability to have a direct conversation with your customer.



# عيوب التجارة الالكترونية

• لا يمكن لمس العنصر قبل الشراء

• No ability to test or try on



# عيوب التجارة الالكترونية

- المعوقات الثقافية والقانونية Cultural and legal obstacles



- Lack of privacy الخصوصية



# عيوب التجارة الالكترونية

- إمكانية انتهاك حقوق النشر Possibility of violation of copyright & publishing

- مشاكل متعلقة بالأمان Lack of system security



# عيوب التجارة الالكترونية

- **Some items are hard to buy online** بعض السلع من الصعب شرائها عبر الإنترنت



- **Delays Goods**



Perishable Goods

R  
I  
S  
K  
S

Virtual Pickpocketing الاحتيال الافتراضي

Irreversible Transactions معاملات غير رجعية

Illegal Activities الأنشطة غير القانونية

Regulatory Risks المخاطر التنظيمية

Currency Fluctuation تقلب سعر العملة





ورشة تدريبية افتراضية صباحية

تقييم اقتصادي لمخاطر  
العملات الرقمية



د. عبدالحليم شاهين

الخميس 10 فبراير 2022

11:00 ص - 13:00

(بتوقيت مكة المكرمة)

تقام الورشة من خلال ZOOM

تقييم اقتصادي لمخاطر  
العملات الرقمية





# محاضرات اليوم الثالث

## الجلسة الأولى

## خصائص السوق الإلكتروني

# خصائص السوق الالكتروني

Economies of scale وفورات الحجم **1**

Economies of scope وفورات النطاق **2**

Network Effects مؤثرات الشبكة **3**

Speed: Dynamics of time السرعة **4**

Product Differentiation تنويع المنتجات **5**

Perfect Competition المنافسة الكاملة **6**

## تميز الشركات التي تعمل في الأسواق الافتراضية بـ :

1 ليس لها معرض للبيع بالشكل المادي التقليدي (لها موقع ويب)

1

2 تحقق مصطلح "موت المسافة" Death of distance

2

3 ↓ الأيجارات والإهلاكات قليلة

3

4 ↓ الأجور المباشرة

4

5 تحتفظ بمخزون أقل

5

6 يستغرق إنشائها ساعات محدودة

6

7 سهولة الدخول إلى السوق بسبب التشبيك و↓التكلفة الثابتة

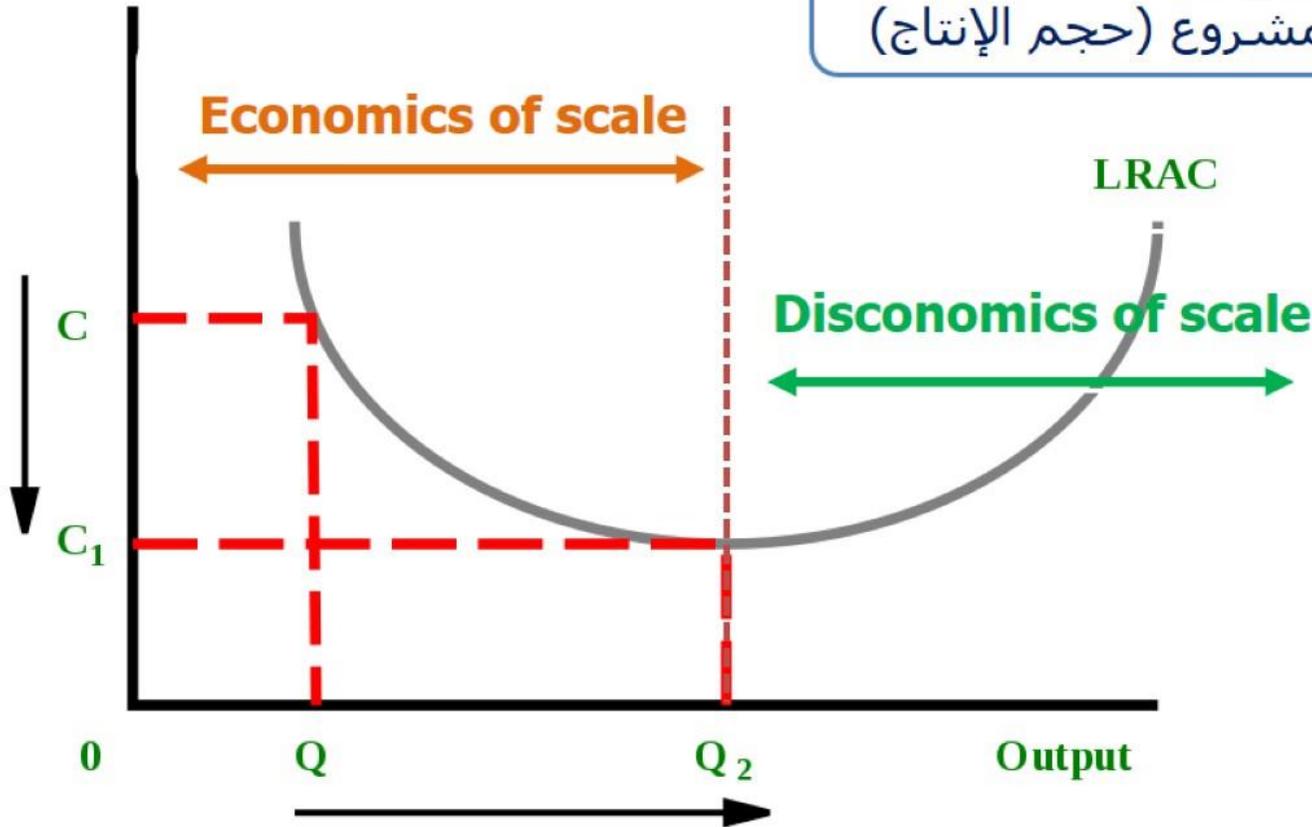
7

## وفورات الحجم Economies of scale

أولاً

هي  $\downarrow$  في متوسط التكلفة للوحدة نتيجة  $\uparrow$  الطاقة الانتاجية للمشروع (حجم الإنتاج)

Average Cost



## وفورات الحجم Economies of scale

في صالح الشركات الكبيرة

**الاقتصاد التقليدي**

الحجم الكبير لم يعد ميزه

**الاقتصاد الرقمي**

↑ التوسع في إنتاج السلع الرقمية ← ↓ بشدة (مرت)

يحقق وفورات كبيرة أكثر بكثير من الاقتصاد الصناعي

(مرت) > من المنافس بـ 10%

**الاقتصاد الصناعي**

(مرت) > من المنافس بـ 50%

**الاقتصاد الرقمي**

إذا كان حجم شركة  
ما **ضعف** حجم  
شركة منافسة

**Ex**

## Economies of scope وفورات النطاق

ثانياً

هي الحالة التي تكون فيها التكلفة المتوسطة (ت.م) أقل عندما يتم إنتاج سلعتين متكاملتين معاً

بواسطة نفس المعدات أو نفس فريق العمل أو نفس الموقع الإنتاجي

Ex افتراض أن الشركة تستطيع ان تنتج سلعتين (س<sub>1</sub>، س<sub>2</sub>)

حالة لا وفورات النطاق

$$\text{ت.م (س}_1\text{، س}_2\text{)} < \text{ت.م (س}_1\text{، صفر)} + \text{ت.م (صفر، س}_2\text{)}$$

1

أثر محايد على (ت.م)

$$\text{ت.م (س}_1\text{، س}_2\text{)} = \text{ت.م (س}_1\text{، صفر)} + \text{ت.م (صفر، س}_2\text{)}$$

2

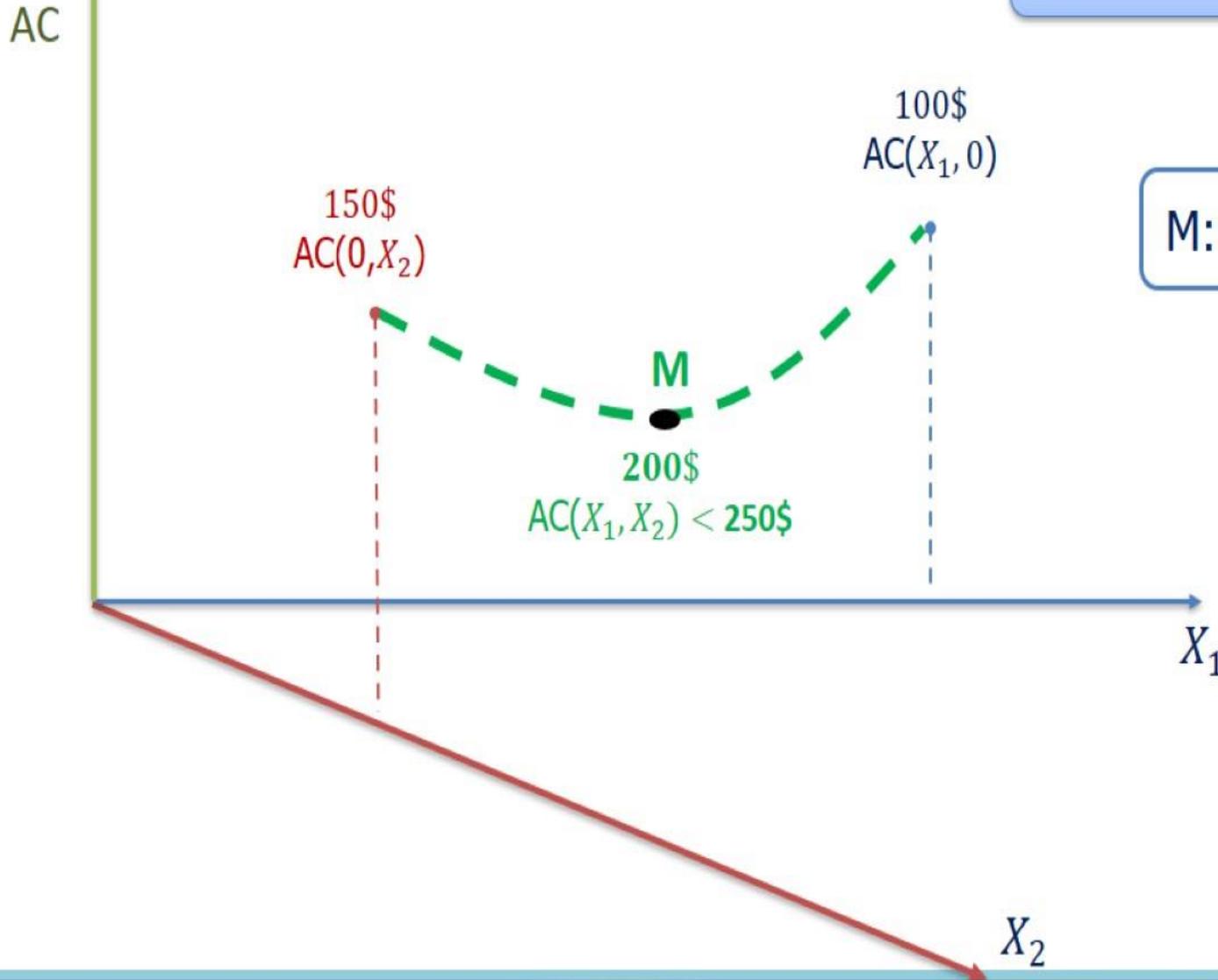
حالة وفورات النطاق

$$\text{ت.م (س}_1\text{، س}_2\text{)} > \text{ت.م (س}_1\text{، صفر)} + \text{ت.م (صفر، س}_2\text{)}$$

3

## Economies of scope

M: optimum production



## مؤثرات الشبكة Network Effects

ثالثاً

هي الحالة التي يفضل فيها المستهلك شراء عدة اصناف من نفس المصدر بدلاً من التعامل مع عدة مصادر

في صالح الشركات الكبيرة والمشهورة ← Amazon – Microsoft

Demand-side

مؤثرات الشبكة

1 نقص خبره المستهلك

1

2 اقتصاديات السمعة Economics of Reputation

2

3 عادات المستهلك وتكاليف التحول Switching Costs

3

## تنويع المنتجات Product Differentiation

رابعاً

يعمل اقتصاد الانترنت على ← تكيف المنتجات وفقاً لرغبات المستهلكين

Automated Information Processing System

تعديل المواصفات التفصيلية  
وفق رغبات كل عميل علي حدا

لم تعد هناك قدره على التمييز بين المنتجات وفقاً لأسمائها فقط

PRODUCT DIFFERENTIATION

## سوق المنافسة الكاملة Perfect Competition Market

خامساً

هي تلك الأسواق التي لا يكون  
للمشروع القدرة على التأثير  
في الأسعار

1 كثرة عدد البائعين والمشتريين

2 السعر ثابت ← المنشأة قابلة للسعر Price taker

3 حرية الدخول والخروج من السوق Free Entry and Exit

4 المعرفة التامة بأحوال السوق Perfect Information

5 تجانس السلعة تجانساً تاماً Homogeneous Goods

السلع تكون بدائل كاملة Perfect Substitution

# منحنى الطلب على إنتاج المنشأة التي تعمل في سوق المنافسة الكاملة

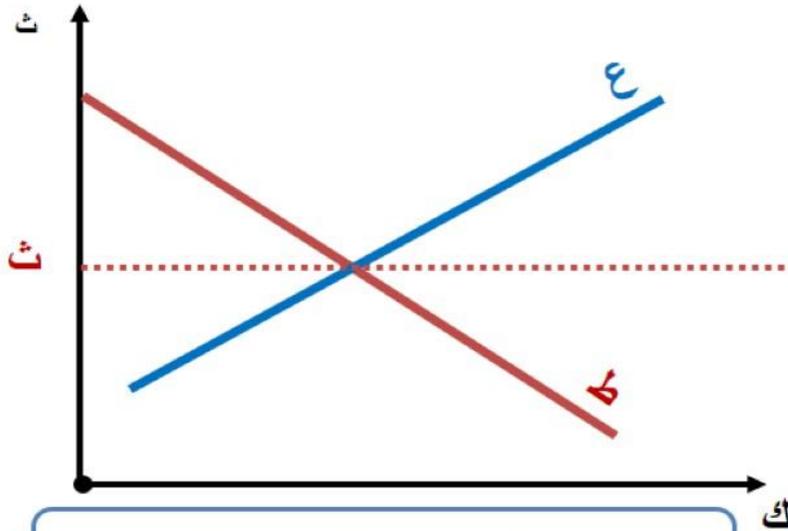
1

كثرة عدد الباعين والمشتريين

2

السعر ثابت ← المنشأة قابلة للسعر

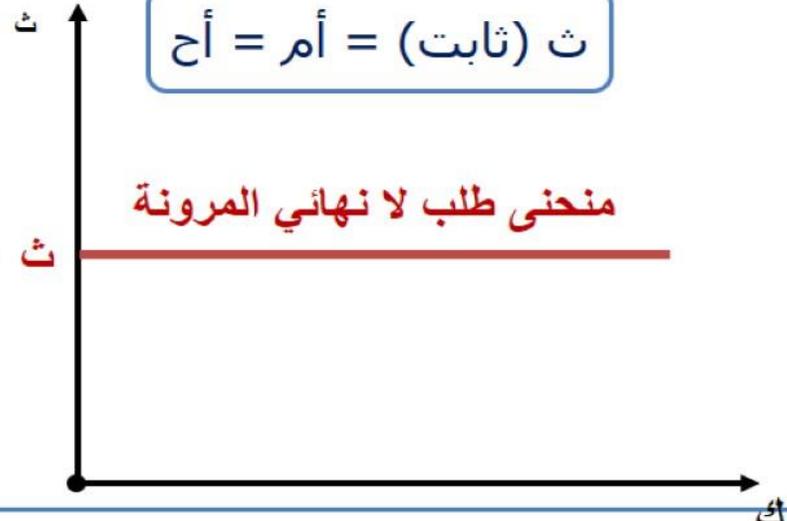
منحنى الطلب: خط أفقي  
عند السعر السائد في السوق (ث)



منحنى الطلب والعرض للسوق

ث (ثابت) = أم = أح

منحنى طلب لا نهائي المرونة



منحنى الطلب على الذي يواجه المنتج

## هيكل السوق الرقمي:

الأسواق في  
اقتصاد الانترنت  
افتراضيه

لا توجد قيود على  
دخول السوق  
الرقمي  
مثل Amazon

1 هل قيود الدخول الي السوق الالكتروني منخفضه؟

1

2 هل ستكون الاسواق الرقمية أكثر استقرارا من الأسواق التقليدية؟

2

3 هل الكيانات الصغيرة قادره على المنافسة في الاسواق الافتراضية ام لا؟

3

4 هل تتحقق نظرية المنافسة الكاملة عملياً في السوق الرقمية؟

4

تؤثر (IT) على درجة المنافسة واساليبها وتحسين المراكز التنافسية

يختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

## تتحقق المنافسة الكاملة في السوق الافتراضية:

1 وجود عدد كبير جدا من البائعين والمشتريين

2 وحدات السلعة متجانسة من وجهة نظر المستهلك

3 حرية الدخول والخروج

4 العلم التام بأحوال السوق

التحدي الأكثر أهمية في مجال التجارة الإلكترونية ← ليس مجرد الدخول الي الاسواق الافتراضية

لكن الأهم هو عمل الكثير من الانجازات لتحقيق تواجد مستمر في بيئة السوق الافتراضي

## عقبات الاستمرار في السوق الافتراضي:

1 كيفية جذب المستهلك نحو موقعك الذي يقع ضمن ملايين المواقع في الفضاء السيبري

ارضاء العميل

بناء الثقة

أكثر جاذبيه

2 أن يحتفظ العميل بهذا الموقع



**Nokia 3310**



# Android

# 2008



**Microsoft Lumia 540**



YAHOO! MESSENGER  
Messenger | Help

Yahoo! ID:

Password:

Remember my ID & password  
 Sign in automatically  
 Sign in as invisible to everyone

Language:  
English (U.S.)

[Get a new Yahoo! ID...](#)  
[Forgot your password!](#)



MSN Messenger

Archivo Contactos Acciones Herramientas Ayuda

msn Messenger

Cuenta de correo electrónico:

Contraseña:

Estado: Conectado

- Recv Conectado
- Recv No disponible
- Recv Vuelvo enseguida
- Inic Ausente
- Al teléfono
- Sali a comer
- No conectado

[Configuración personal...](#)

[¿Olvidaste la contraseña?](#)  
[Estado del servicio](#) [Obtener una cuenta nueva](#)

Microsoft Passport Network

malavida.com



Account: [New user?](#)

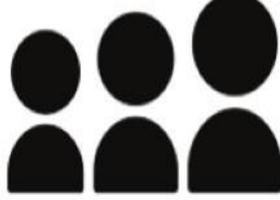
Password: [Forgot?](#)

Sign in as invisible  
 Remember me

For account safety, uncheck if you are using a public computer.

[Feedback](#)

**Aol.**  **altavista™**

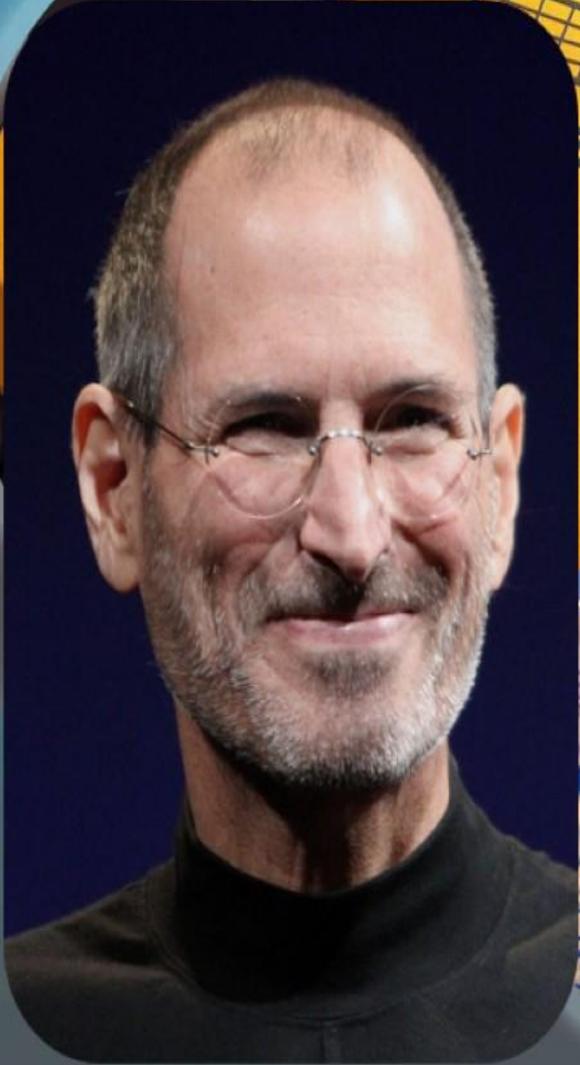
 **myspace**

سقوط الشركات الرائدة المهيمنة

# Kodak



# Steven Paul Jobs



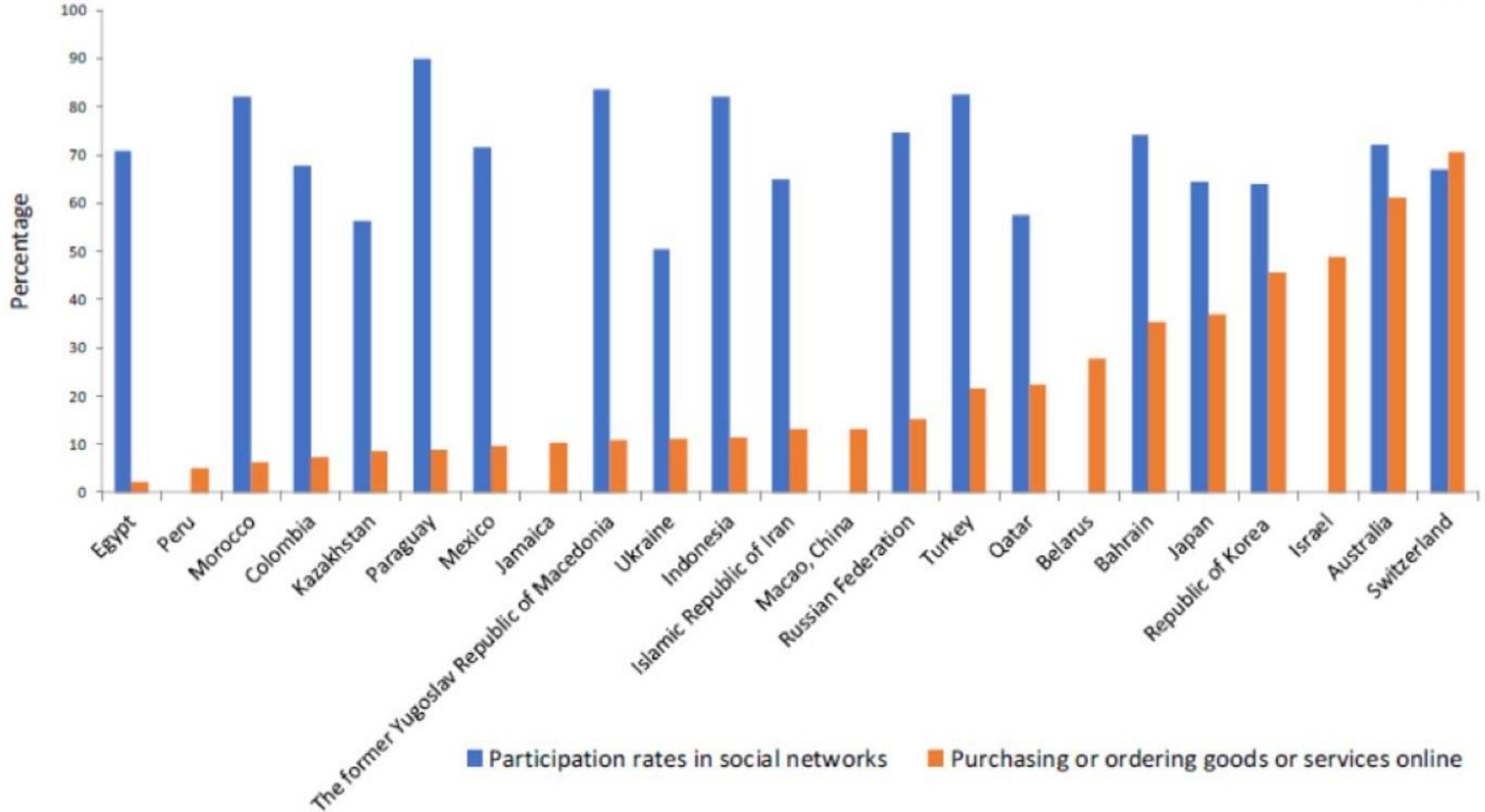


# محاضرات اليوم الثالث

## الجلسة الثانية

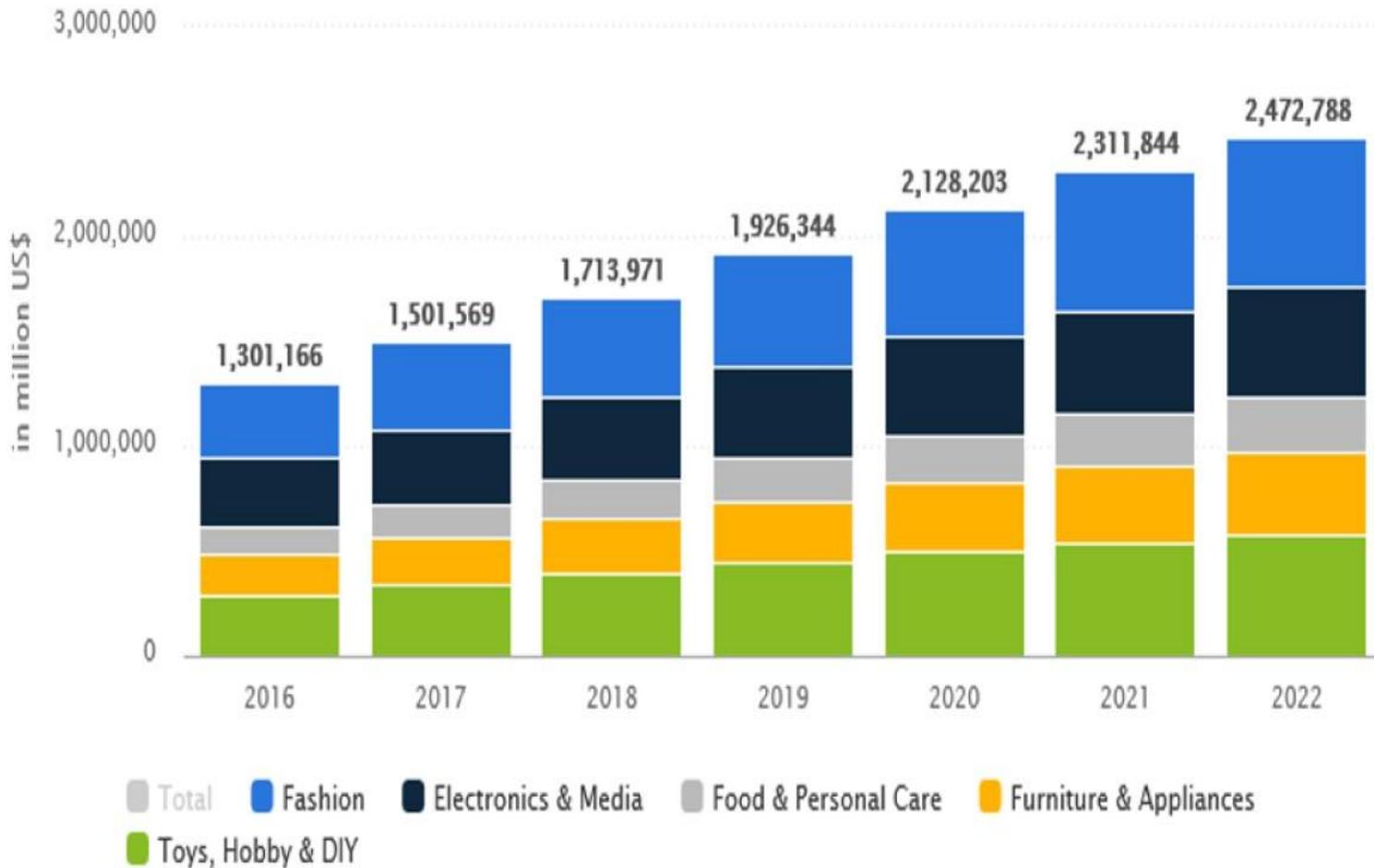
# التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية والتنمية الاقتصادية

## نسبة مستخدمي الإنترنت الذين يشترون عبر الإنترنت والمشاركة في الشبكات الاجتماعية

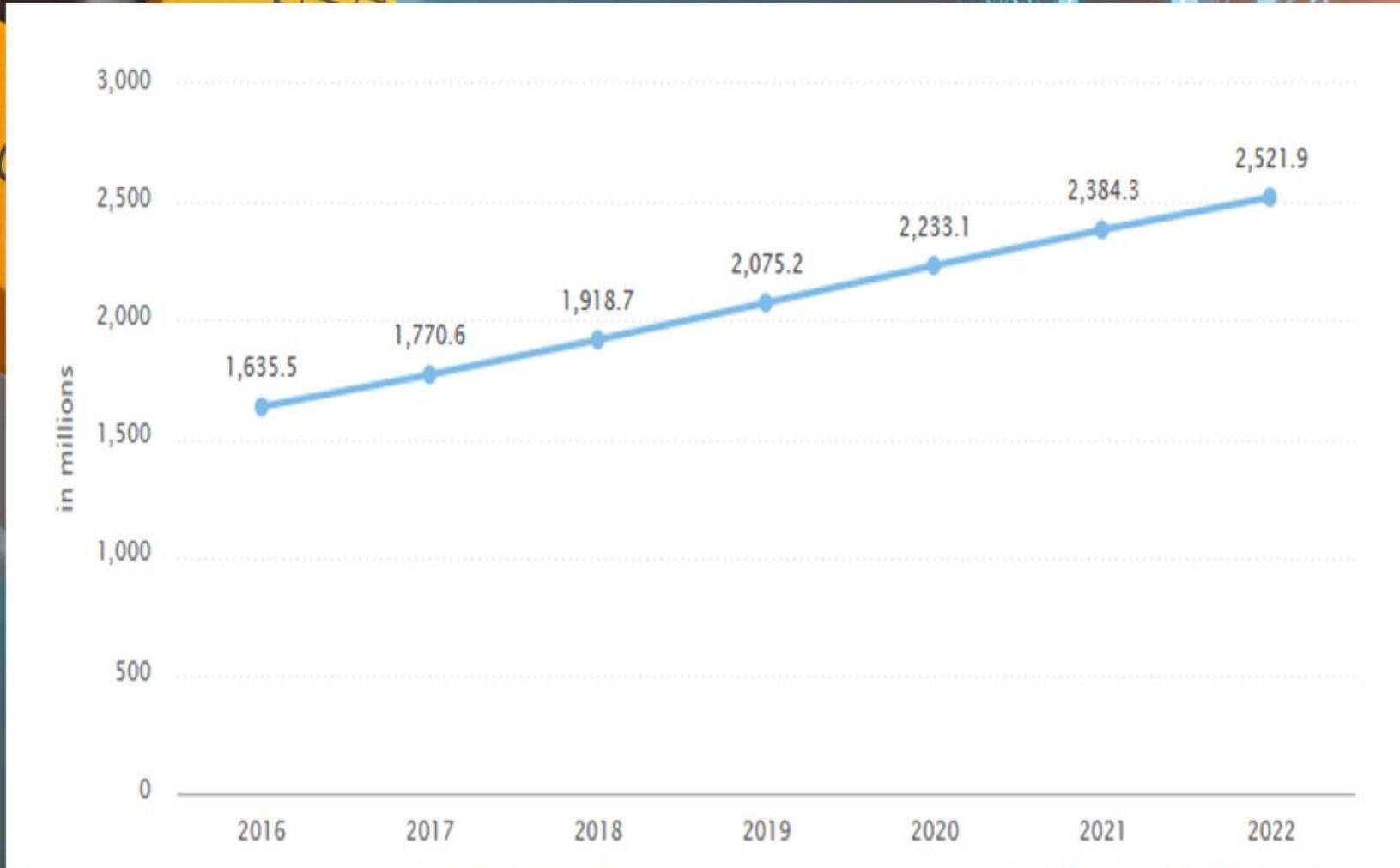


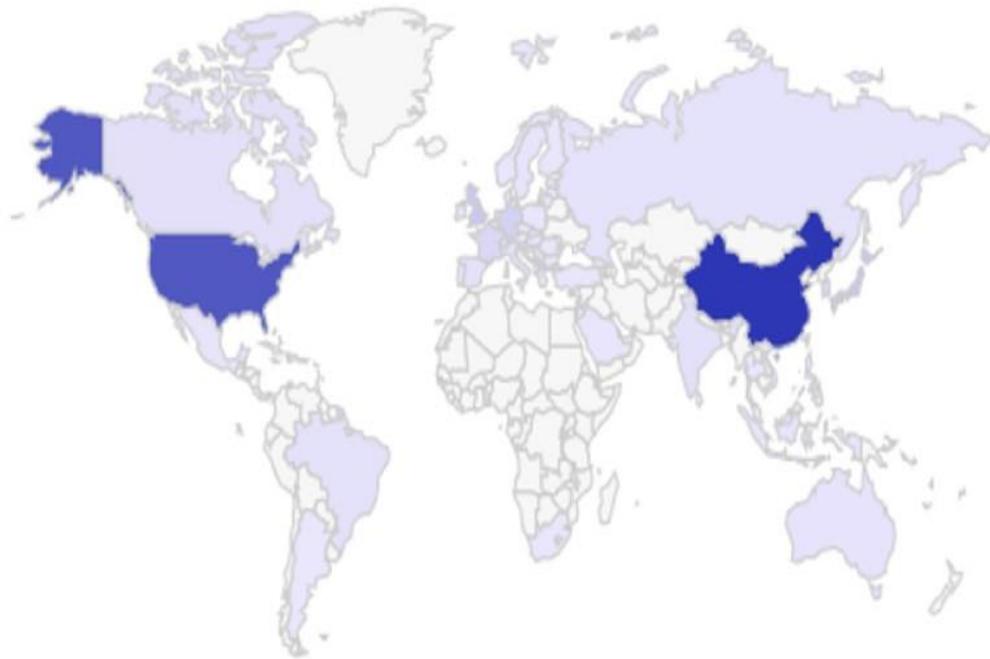
Source: UNCTAD, 2017a.

## إيرادات التجارة الإلكترونية



## عدد المستخدمين في سوق التجارة الإلكترونية





### Top Countries

 China	US\$584,002.0m
 United States	US\$474,353.3m
 Japan	US\$105,118.3m
 United Kingdom	US\$103,487.4m
 Germany	US\$69,773.6m

+



-

0 100,000 200,000 300,000 400,000 500,000 60...

## الدول العشر الأولى من حيث مبيعات التجارة الإلكترونية

Rank	Economy	Total (\$ billion)	As a share (%) of GDP	B2B (\$ billion)	Share (%) of all e-commerce	B2C (\$ billion)	Annual average spent per online shopper (\$)
1	United States	8,883	46	8,129	90	753	3,851
2	Japan	2,975	61	2,828	95	147	3,248
3	China	1,931	16	869	49	1,062	2,574
4	Germany	1,503	41	1,414	92	88	1,668
5	Korea (Rep.)	1,290	84	1,220	95	69	2,983
6	United Kingdom	755	29	548	74	206	4,658
7	France	734	28	642	87	92	2,577
8	Canada	512	31	452	90	60	3,130
9	India	400	15	369	91	31	1,130
10	Italy	333	17	310	93	23	1,493
	<b>Top 10 Total</b>	<b>19,315</b>	<b>36</b>	<b>16,782</b>	<b>87</b>	<b>2,533</b>	<b>2,904</b>
	<b>World</b>	<b>29,367</b>		<b>25,516</b>		<b>3,851</b>	

## مساهمات تقنيات التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية

تعزز التجارة الدولية

التجارة الإلكترونية (عبر الإنترنت)

1 تحرير التجارة بين الدول

2 إسهام الاتصالات بين الشركاء التجاريين عبر الحدود

3 ↓ تكاليف المعاملات خاصة السلع القابلة للرقمنة Digitation

4 توسيع مجالات عمل المؤسسات المالية (البنوك)

5 إتاحة عدد كبير من الخدمات دولياً

6 تيسير التجارة وإدارة الجمارك  
معالجة البيانات بطريقة إلكترونية ← أكثر كفاءة، وأقل تكلفة

## التجارة الإلكترونية في ظل الاتفاقيات الدولية

هل ما يتم تداوله عبر الإنترنت يمكن أن ينظر إليه بوصفه **سلع** أو **خدمات** أو **أخر** ؟

~~GATS~~

~~GATT~~

### المنتجات التي تطلب عبر الانترنت

منتج رقمي

منتج مادية

1 منتجات رقمية **تنقل** في شكل مادي

1

تجارة سلع ← ينطبق عليها GATT ✓

~~GATT~~

2 منتجات رقمية **لا تنقل** في شكل مادي

2

~~GATS~~

Packets – Digits

## أثر واردات الإنترنت على توازن السوق

فرض رسوم جمركية على المنتج المستورد في شكل مادي وإعفاء المنتج المستورد المنقول إلكترونياً

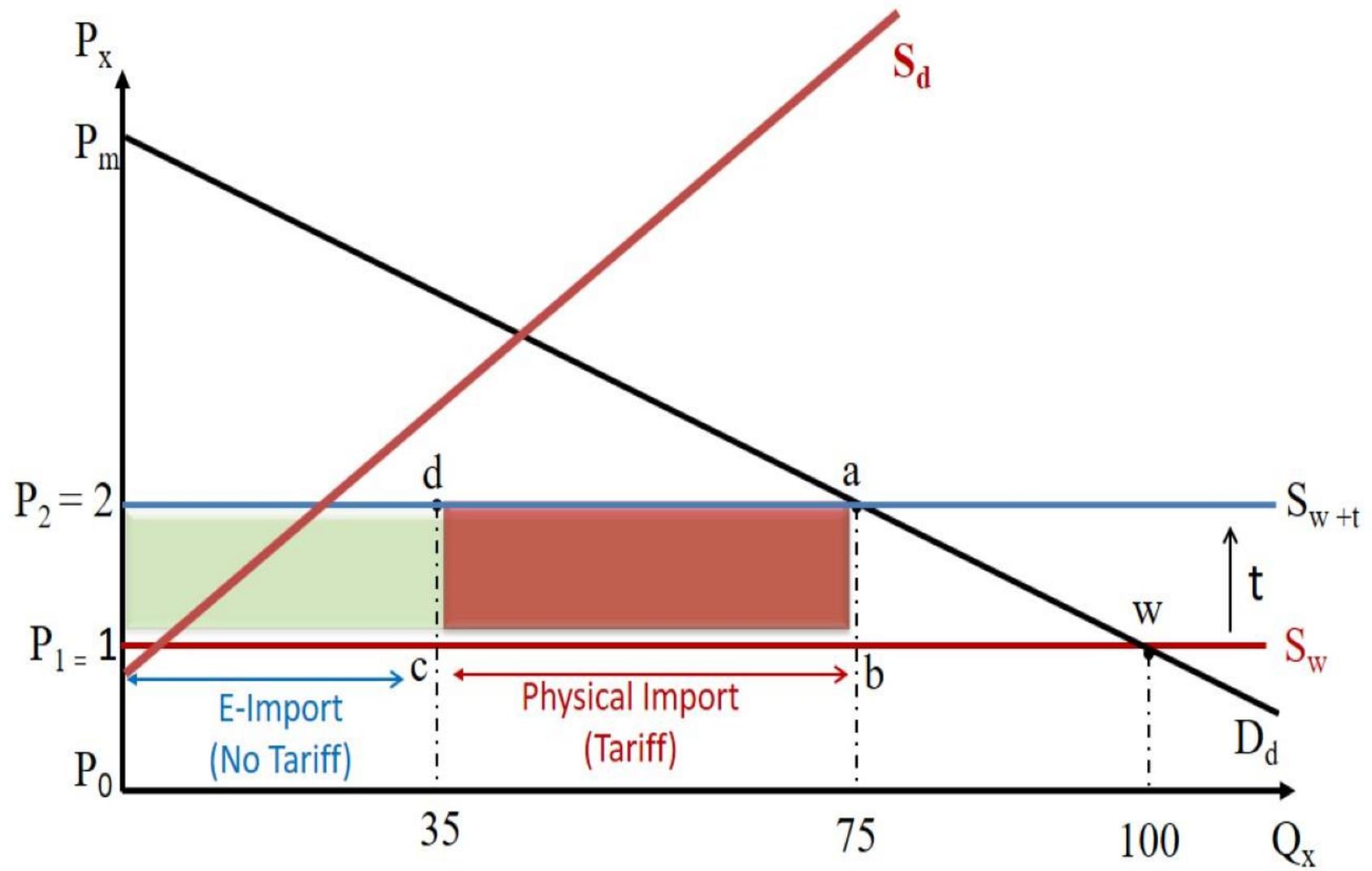
يحسن شروط التجارة لصالح الدولة المستوردة + ↓ الإيرادات الجمركية

غير واقعي بالنسبة للدول النامية بشكل خاص (صعوبة الاتصال بالإنترنت)

قيام مجموعة من الشركات بتلقي المنتج عبر الإنترنت ثم تحويله إلى شكل مادي

غير كفاء من الوجهة الاقتصادية

# تحليل الآثار الاقتصادية لإعانات الصادرات



إخضاع منتجات متماثلة من مصادر مختلفة لمعاملة جمركية مختلفة ← ينتج عنه آثار ضارة بالكفاءة

efcg

abw

تقوم الدولة بإلغاء التعريفات الجمركية على السلعة المادية

1

المشكلة  
حل

تفرض الدولة رسوم جمركية على الصحيفة المستوردة عبر الانترنت

2

إذا كانت تكلفة الوحدات المستوردة من الانترنت منخفضة

منحنى عرض الانترنت ( $S_d$ ) يقطع منحنى الطلب أسفل ( $S_w$ )

لن تكون هناك مشكلة

يحل عرض الانترنت محل عرض الصحيفة الورقية التي سيتوقف استيرادها

## تحليل المكاسب المتوقعة لإدخال الإنترنت وتطبيقاتها في الدول النامية

تعاني معظم الدول النامية من القصور الشديد في البنية التحتية للإنترنت مقارنة بالدول المتقدمة

الدول النامية لها الحظ الأوفر من إدخال تقنيات الإنترنت، بسبب وفورات الحجم الكبير المتوقعة

تعتمد منافع التجارة الإلكترونية لأي دولة ← على حجم الطلب والعرض من السلع والخدمات التي يمكن الاتجار بها عبر الإنترنت

لكن في الدول النامية لا يعتبر الطلب والعرض هم الأساس بسبب:

↓ الطلب المحلي على السلع والخدمات الرقمية

2

↓ وسائل الدفع الإلكترونية

1

تعد الهند أكثر الدول النامية استفادة من التجارة الإلكترونية خاصة في مجال E-exports

## السياسات اللازمة لنمو التجارة الالكترونية في الدول النامية

IT Agreement

1 توفير المعدات والبرمجيات اللازمة لتطوير خدمات يمكن بيعها إلكترونياً

1

- إتاحة خدمات الإنترنت في كل مكان وبسعر رخيص
- حل مشكلة الطاقة الكهربائية

2 توفير البنية التحتية الضرورية لأنشطة التجارة الإلكترونية

2

UNCITRAL

3 إدخال تعديلات على النظام القانوني القائم للتعامل مع القضايا المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية

3

4 تعزيز طرق الدفع الإلكترونية

4

5 تفاوض الدول النامية لدخول أسواق الدول المتقدمة في القطاعات التي تتمتع بميزة تصديرية

5



**نشكر لكم حسن مشاركتكم وتفاعلكم**

*Thank  
You*

**مع تحيات  
المعهد العربي للتخطيط**



**تابعونا على قنوات المعهد للتواصل الاجتماعي  
للاشتراك في البرامج التدريبية الافتراضية، الورش التدريبية وغيرها  
من الفعاليات والاطلاع على أحدث الإصدارات التي يمكن تحميلها  
” مجاناً ”**



[@Arab\\_API](https://twitter.com/Arab_API)



[/APIKW](https://www.facebook.com/APIKW)



[Arab Planning Institute](https://www.linkedin.com/company/Arab-Planning-Institute)



[api@api.org.kw](mailto:api@api.org.kw)



[@Arab\\_API](https://www.instagram.com/Arab_API)



[Arab Planning Institute](https://www.youtube.com/Arab-Planning-Institute)



[المعهد العربي للتخطيط- القناة الثانية](https://www.youtube.com/المعهد-العربي-للتخطيط-القناة-الثانية)



[www.arab\\_api.org](http://www.arab_api.org)