

الإلكترونية ، وبدا ذلك واضحا حيث انتشرت بأسواق المدينة ، وظهرت أهميتها محليا ، وساندت وحدات الإنتاج الصغيرة والمتوسطة الحجم ، وساهمت في منع الاحتكار ، وذلك كما يلي :

أ- أهمية التجارة الإلكترونية محليا :

تسهم التجارة الإلكترونية بصورة واضحة في توفير فرص عمل جديدة في مجالات متنوعة حيث الطلب على منتجات المدينة ، وما يتطلبه ذلك من استثمارات جديدة لإقامة وحدات إنتاجية إضافية أو التوسع في الوحدات القائمة مما يوفر المزيد من العمالة والكوادر البشرية القادرة على التعامل مع أساليب التقنية الحديثة ، كما تتيح التجارة الإلكترونية للأفراد تقديم منتجاتهم إلى السوق دون النظر إلى حجم المشروع وبتكاليف محدودة ، فمن أهم المزايا الرئيسية للتجارة الإلكترونية هي توفير المناخ المناسب لوحدات الإنتاج الصغيرة والمتوسطة الحجم التي يتم أنشاؤها حديثا في البدء في القيام بنشاطها حيث تستطيع أن تواجه الشركات الكبيرة القائمة فعلا والتي تبسط سيطرتها على الأسواق المحلية مستفيدة في ذلك من حجمها الكبير وتكلفتها المنخفضة (وزارة التجارة الخارجية ، ٢٠٠٣ ، ص ص ١٢-١٥) .

وتعمل التجارة الإلكترونية بما توفره من شفافية ومعلومات للبائع والمشتري إلى الحد من الاحتكار وتوجيه السوق إلى أن يصبح سوقا تنافسيا يخضع لآليات العرض والطلب وبالتالي إيجاد سعر متوازن في الأسواق المحلية والخارجية مع زيادة المعروض ، وبالتالي كسر الاحتكار القائم على وجود شركات ذات رأس مال كبير في الأسواق .

وتتضح أهمية التجارة الإلكترونية محليا على مستوى مدينة دمياط عند قياس وعي أفراد المجتمع فيها حول استخدام شبكة الإنترنت في مجال التسوق للحصول على السلع المتنوعة ، وذلك من خلال تحليل البيانات الخاصة بالاستبيان ، كالتالي :



- يختلف الهدف من استخدام الحاسب بمجتمع المدينة ، لكن أقل من النصف بقليل يستخدمه للترفيه ، والعُشر يستخدمه في مجال وظيفته ، و ١٦.٢% يستخدمونه في برامج نظم خاصة في مجال الحاسب ونحو الرُّبع يرتبط استخدامهم للحاسب بقطاع التجارة .
- يصل متوسط استخدام شبكة الإنترنت إلى ٢.٨ ساعة يوميا حيث يوجد تفاوت كبير بين أفراد المجتمع في عدد ساعات استخدامه ، فنحو خُمس الأفراد يستخدمون الإنترنت أقل من ساعة واحدة يوميا ، ونحو الأقل من الثلث بقليل يستخدمونه ساعتين يوميا ، و ١٤.٣% من الأفراد يستخدمونه ثلاث ساعات ، وعُشر أفراد المجتمع يستخدمونه أربع ساعات يوميا ، وأما من يستخدمه خمس ساعات فأكثر فلا تزيد نسبتهم على ٣% من أفراد مجتمع المدينة . ونلاحظ بذلك تناقص عدد مستخدمي شبكة الإنترنت بتزايد وقت الاستخدام ، وأن أغلبية المستخدمين يصل استخدامهم إلى ساعتين، ويفضل معظم المتصفحين لشبكة الإنترنت استخدام اللغة العربية حيث يزيد عدد من يفضل التصفح باللغة الإنجليزية على ١٥.٧% فقط .
- بدأت تنتشر ثقافة استخدام شبكة الإنترنت في مجال التجارة بمدينة دمياط ؛ حيث أشار ٥٨.٧% إلى أهمية التجارة الإلكترونية ، بينما أشار ٢٢.٨% إلى عدم أهميتها حيث تكفى الأساليب التقليدية في حركة التجارة وتتردد النسبة الباقية في تحديد مدى أهميتها ، ويتساوى تقريبا من يرى أن العقود الإلكترونية عقودا قانونية مع من لا يرون ذلك ، وهناك عدد كبير من أفراد المجتمع تستخدم شبكة الإنترنت في الحصول على منتجات مجانية ، وهي تتمثل أساسا في بيانات المعلومات والكتب والأبحاث وبرامج الحاسب .
- يتجنب البعض المشاركة في التسويق الإلكتروني بنسبة ٤٠.٨% من أفراد المجتمع ، بينما يقوم به ٣٠% بشكل غير مستمر بسبب الخوف من الحصول على سلع غير جيدة أو عدم جدية الطرف الآخر .
- يمتلك ١٥.٥% فقط من أفراد المجتمع حسابا بنكيًا إلكترونيًا مع بطاقة ائتمان أنترنت .



- تتقارب أعداد أفراد المجتمع الذين استخدموا التلفاز والهاتف في التسوق مع أولئك الذين لم يقوموا بالتسوق بهما نهائيا .
 - يوجد تفاوت بين أفراد المجتمع في حجم مبلغ التسوق ؛ حيث توجد بينهما علاقة عكسية، فكلما زاد حجم مبلغ التسوق قل عدد المتسوقين كما يختلف الأفراد فيما بينهم في عدد مرات التسوق .
 - يقوم البعض بالتسوق إلكترونيا في مدينة دمياط باستخدام بطاقة الائتمان بنسبة ١٢.٣% بينما ٣.٢% لم يقوموا بالتسوق الإلكتروني رغم امتلاكهم لها ، وهناك ما يزيد علي الثلاثة أرباع لا يملكون بطاقة ائتمان .
- وفي دراسة أجريت علي عينة من المجتمع المصري ككل وجد أن ٧٠% يمتلكون بطاقة ائتمان ، و ٧.١% فقط لديهم حساب بنكي إلكتروني ، و ٢٧.١% يمتلكون بطاقة ائتمان إنترنت ، وأن نسبة المتسوقين عبر الإنترنت باستخدام بطاقة ائتمان ٢١.٤% -Islam , 2010,p p.94 (96) .
- تتمثل أهم شركات التسوق الإلكتروني في مدينة دمياط في شركات : نفسك ، وجوميا ، وسوق ^(١) ، بنسب : ٣٦.٤ و ٣٤.٥ و ٢٩.١ % علي الترتيب ، وكانت مفردات البحث على المواقع عنها هي : nefesak ، ونفسك ، ونفسك دوت كوم ، وجوميا ، و jumia ، و jumia Egypt ، وسوق كوم ، وسوق ، souq (إجابة السؤال ١٤ في الاستبيان) ،

(١) تعد شركة التسويق الإلكتروني نفسك شركة مصرية تأسست عام ٢٠١٢ ، وتديرها شركة ويب ولها فروع في الإمارات والسعودية والكويت ، وأما شركة جوميا فهي شركة دولية تأسست في عام ٢٠٠٦ ويتوزع نشاطها في مجال التسويق الإلكتروني في مصر والمغرب ونيجييريا وكينيا وأوغندا وساحل العاج وغانا والكميرون وتنزانيا والسنغال والجزائر ، وتعد شركة سوق شركة دولية أيضا مقرها الرئيسي في دبي بدولة الإمارات وتأسست عام ٢٠٠٥ ولها مكاتب تجارية في مصر والسعودية والكويت والأردن والهند ، وتعرض هذه الشركات الكثير من المنتجات في مجال الإلكترونيات والملابس والمنتجات المنزلية والساعات والعطور وغيرها (لمزيد من التفاصيل راجع : نقطة التجارة الدولية بغرفة التجارة ، بيانات غير منشورة عن التجارة الإلكترونية ، ٢٠١٤).



وهذه الشركات بتلك النسب ومفردات الوصول إليها على المواقع الإلكترونية تماثل تقريبا مثيلتها على المستوى القومي (وزارة الاتصالات ٢٠٠٩ ، ص ص ١٣-١٥) .

ب - التوزيع الجغرافي للتجارة الإلكترونية لمدينة دمياط :

تتم التجارة الإلكترونية بين مدينة دمياط وبين داخل مصر وخارجها بنسب متفاوتة ، وبالتالي تنتزع على محافظات الجمهورية والعديد من دول العالم مستفيدة في ذلك من موقعها على قاعدة الدلتا وسهولة الوصول إلى الداخل ، وقربها من البحر المتوسط الذي يصلها بالخارج خاصة عن طريق مينائها البحري.

١- التوزيع الجغرافي للتجارة الإلكترونية داخل مصر من مدينة دمياط :

يوضح الجدول (٢) والشكل (٣) حركة التجارة بين مدينة دمياط ومحافظات مصر عام ٢٠١٤ ، ومنهما يتبين ما يلي :

- تأتي محافظات : القاهرة ، والإسكندرية ، والجيزة بالترتيب في مقدمة المحافظات التي تتعامل معها مدينة دمياط من خلال التجارة الإلكترونية بنسبة تزيد على النصف بقليل ، وذلك أمر طبيعي حيث الثقل السكاني لها وتركز شركات التجارة والأعمال المختلفة فيها .

- جاءت محافظات : الدقهلية ، والشرقية ، والغربية ، ودمياط في الترتيب الثاني بنسبة مجتمعة تقترب من الربع ٢٣.٤ % من إجمالي حجم التسوق بسبب حجمها السكاني وقربها الجغرافي .

- مثلت حجم التجارة الإلكترونية بين مدينة دمياط ومحافظات القناة ٧.٣ % من حجم التسوق مع محافظات الجمهورية وكان ترتيبها : بورسعيد ، والإسماعيلية ، والسويس .

- جاءت محافظات أطراف الدلتا الشمالية "كفر الشيخ" ، والغربية "البحيرة" و الجنوبية "القليوبية والمنوفية" في الترتيب الخامس في حجم التعامل بنسبة ٦% .



- حجم التسوق الإلكتروني بين مدينة دمياط ومحافظات الصعيد والحدود بلغ ١١% فقط من حجم التعامل رغم أن عددها يبلغ ١٣ محافظة ، وقد يرجع ذلك إلى بُعد المسافة وتكلفة الشحن للسلع أو الحجم السكاني الصغير وانخفاض مستوى المعيشة لبعضها ، ومن هذه المحافظات من لم يتعامل نهائيا عام ٢٠١٤ مع مدينة دمياط مثل : مطروح والوادى الجديد.

ويمكن قياس الارتباط بين المتغير الأول حجم سكان المحافظات و المتغير الثاني حجم التسوق الإلكتروني في عام ٢٠١٤ باستخدام معامل ارتباط الرتبة "سبيرمان" بتطبيق القانون :

س ر = ١ - ٦ مج ف ٢ / ن - ٣ - ن (عيسي إبراهيم، ١٩٩٥، ص ٢٤٠) "حيث إن : س ر = معامل ارتباط سبيرمان ، مج ف ٢ = مجموع اختلافات الرتب بين القيم ، ن = عدد القيم" ، فكأن معامل الارتباط بينهما = ٠.٣٩ ، وتبين هذه النتيجة أن العلاقة بينهما موجبة حيث يزيد حجم التسوق الإلكتروني بالمحافظات مع زيادة حجم سكانها .

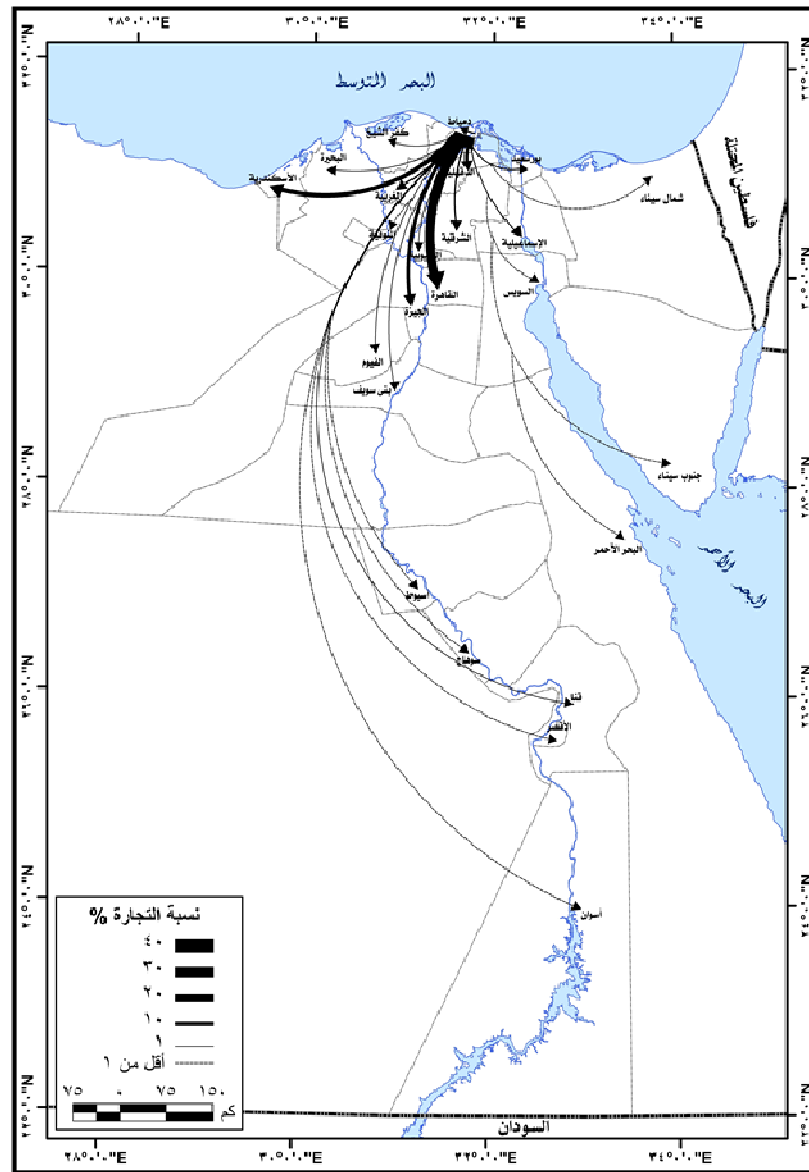


جدول (٢) توزيع عينة التجارة الإلكترونية داخل مصر من مدينة دمياط عام ٢٠١٤

م	محافظة	حجم التسوق		م	محافظة	حجم التسوق	
		عدد	%			عدد	%
١	القاهرة	١٥١	٢٨.٥	١٥	القليوبية	٨	١.٥
٢	الإسكندرية	٦٧	١٢.٧	١٦	بني سويف	٨	١.٥
٣	الجيزة	٥٩	١١.١	١٧	أسيوط	٥	٠.٩
٤	الدقهلية	٥٤	١٠.٢	١٨	السويس	٥	٠.٩
٥	الشرقية	٢٤	٤.٦	١٩	سوهاج	٤	٠.٨
٦	الغربية	٢٤	٤.٥	٢٠	المنوفية	٤	٠.٨
٧	دمياط	٢٢	٤.١	٢١	أسوان	٤	٠.٧
٨	بورسعيد	١٨	٣.٣	٢٢	الأقصر	٤	٠.٧
٩	الاسماعيلية	١٦	٣.١	٢٣	ش سيناء	٣	٠.٦
١٠	كفر الشيخ	١٠	١.٩	٢٤	ج سيناء	٣	٠.٦
١١	البحيرة	١٠	١.٨	٢٥	البحر الأحمر	٣	٠.٥
١٢	المنيا	٨	١.٦	٢٦	مطروح	-	-
١٣	قنا	٨	١.٦	٢٧	الوادي الجديد	-	-
١٤	الفيوم	٨	١.٥				
الإجمالي						٥٣٠	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا علي استمارة الاستبيان التي أجريت في ديسمبر ٢٠١٤.





المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على الجدول (٢) .

شكل (٣) توزيع عينة التجارة الإلكترونية داخل مصر من مدينة دمياط عام ٢٠١٤ .



٢- التوزيع الجغرافى للتجارة الإلكترونية خارج مصر من مدينة دمياط :

تتعدد وتتنوع المناطق التى تتعامل معها مدينة دمياط من خلال التجارة الإلكترونية ، وتتمثل فى ٦ مناطق تشمل ١٨ دولة كما يتضح من الجدول (٣) والشكل (٤) وهذه المناطق بالترتيب حسب حجم التجارة معها عام ٢٠١٤ ، هي: الخليج العربي ٣٩.١% ، وأوروبا ٣٣.٩% ، والصين ١١% ، و روسيا ٨.٢% ، والشام ٣.٩% ، والولايات المتحدة ٢.١% ، و أفريقيا ٠.٧% .

ويختلف الترتيب على مستوى الدول حيث جاءت المملكة العربية السعودية فى الترتيب الأول بنسبة ١٣% من إجمالي حجم التعامل الإلكتروني ، تليها الإمارات العربية المتحدة بنسبة ١١.١% حيث التركيز هنا على تجارة الأثاث ، ثم الصين بنسبة ١١% حيث تجارة الأدوات التى تدخل فى صناعة الأثاث ، وتجارة الأدوات المنزلية ، والأجهزة الكهربائية ، ثم تأتى دول : السويد و روسيا وفنلنده ولكسمبورج بالترتيب حيث استيراد الأخشاب ، وبذلك يبلغ حجم التجارة بين مدينة دمياط والسبع دول السابقة ٧٠.٢% ، بينما يبلغ حجم التعامل مع الإحدى عشر دولة الأخرى ٢٩.٨% وهى بالترتيب : المملكة المتحدة والكويت وقطر وعمان والبحرين والولايات المتحدة ولبنان وفلسطين واليونان والسودان وليبيا.

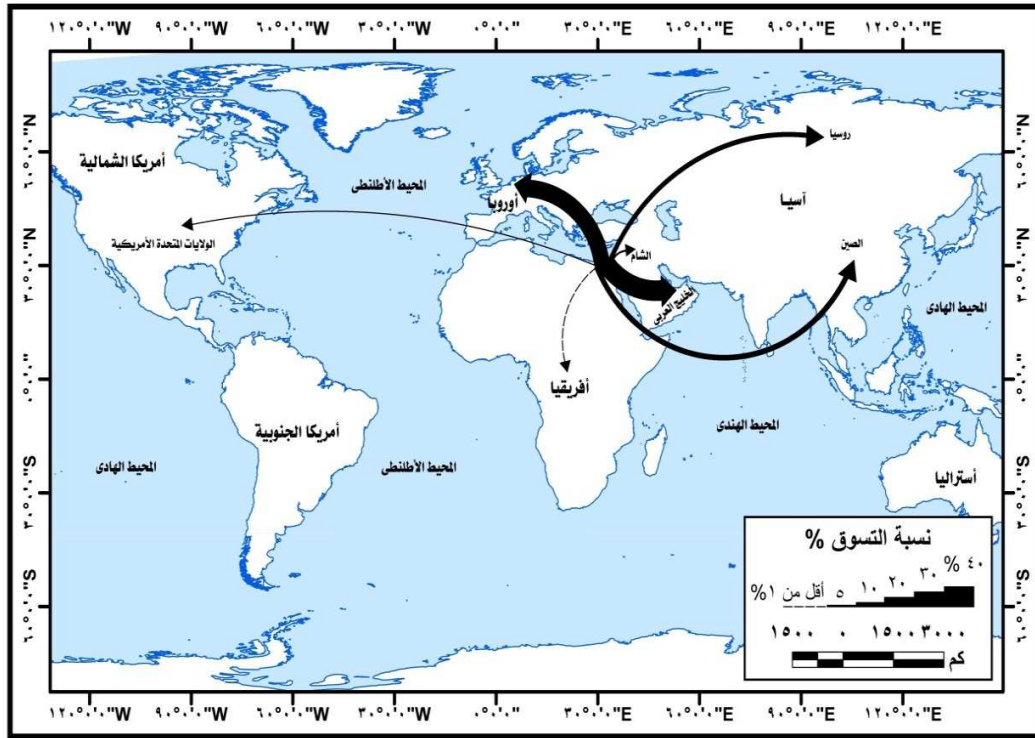


جدول (٣) توزيع عينة التجارة الإلكترونية خارج مصر من مدينة دمياط

م	الدولة	حجم التسوق		م	الدولة	حجم التسوق	
		عدد	%			عدد	%
١	السعودية	٦٩	١٣.٠	١٠	قطر	١٦	٣.١
٢	الإمارات	٥٩	١١.١	١١	عمان	١٥	٢.٩
٣	الصين	٥٨	١١.٠	١٢	البحرين	١٥	٢.٨
٤	السويد	٥٤	١٠.٢	١٣	أمريكا	١١	٢.١
٥	روسيا	٤٩	٩.٣	١٤	لبنان	١١	٢.٠
٦	فنلندة	٤٣	٨.٢	١٥	فلسطين	١٠	١.٩
٧	لكسمبرج	٤٠	٧.٤	١٦	إلبونان	١٠	١.٨
٨	بريطانيا	٣٣	٦.٣	١٧	السودان	٣	٠.٦
٩	الكويت	٣٣	٦.٢	١٨	ليبيا	١	٠.١
الإجمالي						٥٣٠	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا استمارة الاستبيان التي أجريت في ديسمبر ٢٠١٤.





المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا علي الجدول (٣) .

شكل (٤) توزيع عينة التجارة الإلكترونية خارج مصر من مدينة دمياط عام ٢٠١٤ .

ومن قياس الارتباط بين المتغيرين : حجم سكان الدول وحجم التسوق الإلكتروني في عام ٢٠١٤ باستخدام معامل ارتباط الرتبة وجد ٠.٢٤ ، أي أن العلاقة بينهما موجبة حيث يزيد حجم التسوق الإلكتروني بهذه الدول مع زيادة حجم السكان .

