

أثر التجارة الالكترونية على الفرد والمجتمع

منال تاج الدين

221001717

مشروع تخرج -1

كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة تدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

24-2-2025 الفصل الدراسي الاول

أثر التجارة الإلكترونية على الفرد والمجتمع

أثر التجارة الإلكترونية على الفرد والمجتمع: الفرص والتحديات

شهدت التجارة الإلكترونية تطورًا هائلًا خلال العقدین الماضیین، مما جعلها جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات. بفضل التقدم التكنولوجي، أصبح التسوق عبر الإنترنت أكثر سهولة وأمانًا، مما أدى إلى تغييرات جذرية في العادات الاستهلاكية وسلوكيات الأفراد. لم تعد التجارة الإلكترونية مجرد خيار إضافي، بل أصبحت ضرورة تفرضها متطلبات العصر الحديث، خاصة بعد جائحة كوفيد-19 التي سرعت من الاعتماد على التسوق الإلكتروني.

تؤثر التجارة الإلكترونية على الأفراد من خلال توفير خيارات شراء واسعة، وأسعار تنافسية، وراحة في عمليات الشراء. أما على مستوى المجتمع، فإنها تؤدي إلى تطورات اقتصادية جديدة، وخلق فرص عمل في مجالات رقمية متطورة، إلا أنها في الوقت نفسه قد تؤدي إلى تحديات مثل تراجع التجارة التقليدية وتأثيرها على الوظائف التقليدية. من هنا، تأتي أهمية دراسة تأثير التجارة الإلكترونية على الفرد والمجتمع، وتقييم مدى استفادة المجتمع من هذه التغيرات أو التحديات التي قد تواجهها.

لكن على الرغم من الفوائد الكبيرة التي تقدمها التجارة الإلكترونية، إلا أنها تثير العديد من التساؤلات حول تأثيرها الحقيقي على الاقتصاد والمجتمع. فمع تزايد الاعتماد على المتاجر الإلكترونية، يواجه بعض القطاعات التقليدية تراجعًا في المبيعات، كما أن بعض الأفراد يواجهون تحديات في التكيف مع هذا النمط الجديد من التسوق.

إذاً ما هو الأثر الفعلي للتجارة الإلكترونية على الأفراد والمجتمعات؟

للأفراد:

- فهم كيف تسهل التجارة الإلكترونية حياة المستهلكين.
- تحليل تأثير التسوق عبر الإنترنت على العادات الشرائية للأفراد.
- مناقشة مدى الأمان والخصوصية في التجارة الإلكترونية.

للمجتمع:

- دراسة تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد المحلي وفرص العمل.
- تحليل دور التجارة الإلكترونية في دعم ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة.
- استكشاف التحديات التي تواجه الأسواق التقليدية بسبب التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع :

- .1 Chaffey, D. (2019). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson.
- .2 Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). E-commerce: Business, Technology, Society. Pearson.
- .3 Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer.
- .4 تقرير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) حول تأثير التجارة الإلكترونية على الأسواق الناشئة (2022).