



شركات التجارة الإلكترونية.. هل تُغيّر مسارات التضخم العالمي؟

حققت التطورات المتلاحقة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات طفرة في كل جوانب الحياة، ولا سيَّما الجانب الاقتصادي، وأدخلت نموذجًا جديدًا للأنشطة التجارية محدثةً تغييرًا جذريًا في أساليب ومناهج التجارة والأعمال، وصولاً إلى ميلاد التجارة الإلكترونية وانتشارها في العالم، نظرًا لما تتميز به من سهولة في الاستخدام وسرعة في تدفق المنتجات، ناهيك عن اعتمادها على المعلومة التي برزت كأهم عنصر من عناصر الإنتاج بخلاف التجارة التقليدية التي تعتمد في الإنتاج على رأس المال والموارد الطبيعية.

وفي الآونة الأخيرة، شهد قطاع التجارة الإلكترونية تطورات متلاحقة في ظل احتدام المنافسة بين كبرى الشركات العملاقة المتخصصة في صناعة التجزئة؛ ما أبرز شركات عدت ضمن القطاعات الأكبر على مستوى العالم. وتشير بعض التقارير إلى أنها الأكثر ربحية على الإطلاق، وتؤدي دورًا هامًا في التحكم في مستويات التضخم العالمي.

شهد قطاع التجارة الإلكترونية تطورات متلاحقة في ظل احتدام المنافسة بين كبرى الشركات العملاقة المتخصصة في صناعة التجزئة

وحسب الاونكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية) - وهو تقرير اقتصاد المعلومات السنوي الصادر عن الأمم المتحدة سنة ٢٠١٧ - فإن حجم التجارة الإلكترونية خلال عام ٢٠١٥ بلغ ٢٥.٣ ترليون دولار، وكانت الصين على رأس الهرم بحجم استثمار ٥٦٢ بليون دولار، فيما تراجع حجم النشاطات التجارية الإلكترونية إلى المرتبة الثانية بحجم استثمار ٣٤٩ بليون دولار. وأشار التقرير نفسه إلى أن ١٠٠ مليون فرد يعملون في قطاع خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كان لهم الأثر في نمو صادرات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بنسبة ٤٠٪ في الفترة الزمنية بين ٢٠١٥-٢٠١٠. كما ارتفع حجم التجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية والمستهلكين لتصل مع نهاية عام ٢٠١٥ إلى ١٨٩ بليون دولار. (١)

نشأة بيع التجزئة الإلكتروني

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودخولها قطاع التجارة، أرخت بتأثيراتها على الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، واتجهت بها إلى عالم المنافسة مع الشركات الكبرى، ليس في إطار المعايير التقليدية "لعدد الموظفين أو حجم الإنتاج" فقط، بل اتجهت بها إلى

وتنقسم عمليات بيع التجزئة الإلكترونية إلى عدة أنواع، منها ما تعتمد على الإنترنت كوسيلة أساسية للبيع كما في مواقع: amazon.com و blueNile.com، ومنها ما يعتمد على التجارة المتعددة القنوات التي تستخدم الإنترنت لعرض سلعة أو خدمة معينة، بالإضافة إلى الخدمات التي تتوفر في المعارض التقليدية بحيث تجمع بين المعارض في السوق وتوفير خدمات البيع على الإنترنت، وبذلك تؤدي دوراً جيداً في رفع الحركة الاقتصادية للمعارض التقليدية، مثل محلات: wallmart.com و JCPenny.com. فيما يعتمد نوع ثالث على البيع عبر المجالات والكاتلوجات من خلال تضمينها الإنترنت، ويقوم خلالها المشتري باختيار ما يريد من المنتجات، ومن ثمّ يذهب لمعاينتها وشرائها واستلامها من المخزن المخصص للمحل. ومع التطور في التجارة الإلكترونية عمدت هذه المحلات إلى إضافة خدمة تجعل الزبون يختار ويشتري عن طريق الإنترنت كما هو الحال في موقع ilbean.com (٣)

بيع التجزئة الإلكتروني، يحقق العديد من المزايا كرفع الأرباح نتيجة تقليل النفقات المتمثلة في مساحات التخزين للبضائع والعرض

انتعاش أسواق ناشئة للبيع بالتجزئة

شهد الاقتصاد العالمي خلال عام ٢٠١٦ نمواً آمناً نسبياً، مقارنة بالسنوات السابقة، وبدأ تسارع النمو في أوروبا واليابان ووضوحاً خلال العام، فيما بقي محافظاً على ثباته في أسواق الصين والولايات المتحدة التي تحتل المرتبة الأولى والثانية على التوالي في تحقيق أرباح هائلة لعمليات البيع بالتجزئة. ويقول رئيس الخبراء الاقتصاديين في "ديلويت" آيرا كاليش: إنه مقابل ذلك، شهد الاقتصاد العالمي انتعاشاً في أسواق ناشئة تُشجع البيع بالتجزئة، رغم وجود عواقب سلبية تتراوح بين التفاوت في الدخل وإجراءات حمائية، بالإضافة إلى تأثير تشديد القيود النقدية على نشاطاتها.

وبحسب ما جاء في تقرير "ديلويت" عن القدرات العالمية للتجزئة للعام الحالي، الذي حمل عنوان "التغيير الجذري وإعادة تنشيط التجارة"، فإن عائدات أكبر ٢٥٠ شركة بيع بالتجزئة في العالم خلال عام ٢٠١٦ قُدّرت بـ ٤.٤ تريليون دولار، مُحققة بذلك نمواً بنحو ٤.٤٪.

وتعتبر شركات بيع الألبسة والإكسسوارات بالتجزئة الأعلى ربحاً، مقارنة بشركات السلع الاستهلاكية السريعة التداول، مثل "أف أم سي جي"، غير أنها للمرة الأولى خلال ٤ سنوات لم

تحتل مركز الصدارة، وبلغ فارق عائدات التجزئة قرابة ٢١.٧ بليون دولار بنسبة ٤٥ ٪ لحوالي ١٣٥ شركة بيع بالتجزئة من أصل لائحة أكبر ٢٥٠ شركة، أي ما يُمثل ثلثي العائدات - وفق تقدير "ديلويت" - الذي شدد على ضرورة "إعادة صياغة قواعد البيع بالتجزئة في زمن التغيير الجذري الذي نشهده، ورجح أن يُشكل كلٌّ من الإبداع والتعاون وتوحيد الجهود والتكامل والأتمتة، عناصر ضرورية لإنعاش التجارة وتجديدها؛ ما سيؤثر بامتياز على طبيعة نشاطات شركات البيع بالتجزئة اليوم وفي المستقبل"، خاصة أن قطاع البيع بالتجزئة يشهد فترة تحول كبيرة يتحكم فيها المستهلك بتجربته عبر إتاحة التكنولوجيا الحديثة له، إمكانية البقاء على اتصال دائم بالأسواق وما تقدمه من خدمات وسلع. (٣)

مزايا وعيوب البيع بالتجزئة

يُشير الاقتصاديون إلى أن عمليات بيع التجزئة الإلكتروني، تُحقق العديد من المزايا كرفع الأرباح نتيجة تقليل النفقات المتمثلة في مساحات التخزين للبضائع والعرض، بالإضافة إلى توفير رواتب العمال. كما أنها تُقدّم وسيلة فعالة للبدء بمشروع تجاري جديد منخفض التكلفة، وتعمل على تسهيل الوصول إلى العملاء في مختلف أنحاء العالم بموقع إلكتروني موحد يُتيح بيع المنتجات وتقديم الخدمات في كل وقت من دون وسيط، ويوفر للعملاء معلومات أكثر عن الخدمات أو المنتجات التي تقدمها الشركة. (٤)



ولكن، على الرغم من هذه المزايا، فإن بعض الاقتصاديين رأوا أن هناك بعض العيوب من شأنها أن تُفشّل عمليات البيع بالتجزئة إلكترونيًا، منها عدم حصول المتاجر الإلكترونية على فرص متعددة في تلبية احتياجات العملاء، واقتصارها على الانطباع الجيد الذي يضمن عودة المشتري مرة أخرى، بالإضافة إلى الانتشار الواسع للمواقع الإلكترونية التي تعرض منتجاتها مع احتدام فرص المنافسة، التي ربّما لا ينجح فيها غير المواقع التي تملك ماركة معروفة تجذب المستهلكين. ويُشكل الافتقار إلى استراتيجية عمل واضحة لدى متاجر البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، سببًا آخر في إمكانية فشلها، ناهيك عن إهمال الجوانب التسويقية المتعلقة بخدمة العملاء وغيرها، حيث يواجه المستهلك بعض القلق حيال معلوماته الخاصة التي يدلي بها للموقع لإتمام عملية الشراء، فهو من جهة لا يضمن أن الموقع سوف يقوم بحفظ معلوماته الخاصة، وأيضًا لا يمكنه ضمان عدم سرقة معلوماته من قبل الأفراد والمجموعات التي قد تخترق الموقع وتكشف بياناته في أثناء عملية الإرسال. ويُعدُّ هذا تحديًا كبيرًا لدى متاجر البيع بالتجزئة عبر الإنترنت التي تسعى إلى تفاديه وتحقيق أكبر قدر من الأمان للمستهلك للمحافظة على استمرارية شرائه لمنتجاتها وخدماتها. وفي هذا الإطار، أنشئت العديد من المنظمات التي تساعد المستهلك على أخذ حقوقه كاملة والحفاظ على خصوصيته، منها: دائرة الأعمال الأفضل والمعروفة بـ (Better Business Bureau)، ومنظمة TRUSTe وغيرها الكثير. (٥)

يعد التضخم أحد أهم المشاكل التي يُعاني منها الاقتصاد العالمي باعتباره ظاهرة متغيرة

التضخم كأحد أهم مشاكل الاقتصاد العالمي

يحتل التضخم مكانًا بارزًا لدى الاقتصاديين في العالم، كونه أحد أهم المشاكل التي يُعاني منها الاقتصاد العالمي باعتباره ظاهرة متغيرة، إذ تختلف معدلات التضخم من عام إلى آخر ومن حقبة زمنية إلى أخرى، وتصل إلى الارتفاع الشديد، وأحيانًا إلى الانخفاض، وفقًا لمستويات الأسعار في العالم.

وتُشكل حالة الذبذبة تلك، جدلاً لدى الاقتصاديين في فهم الظاهرة والكشف عن الأسباب الكامنة وراء حدوثها، وما تحمله من آثار على النظام الاقتصادي القائم، فمنهم من يعزو أسبابها

إلى الزيادة في كمية النقود وارتفاع مستويات الأسعار، ومنهم من يعتبرها ظاهرة نقدية وأداة تصحيحية لعلاج المشكلة الاقتصادية المتمثلة في الركود، مثل "ملتون فريدمان" زعيم المدرسة النقدية في الفكر الاقتصادي. على حين يمكن إرجاع أسباب التضخم ليس إلى زيادة عرض النقود فقط، بل إلى العناصر الرئيسية المتمثلة في المالية والنقدية والإنتاجية، وأن ما يعانيه الاقتصاد العالمي - اليوم - من مشكلة الارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار، هو غير ناجم عن قوى العرض والطلب، بل يعود إلى سياسة الاحتكار التي تمارسها الشركات متعددة الجنسيات والشركات الرأسمالية والصناعية المتقدمة كأداة تصحيحية لإعادة توزيع الدخل لصالح الطبقات الرأسمالية، وذلك على حساب الفقراء وذوي الدخل المنخفضة، وما يرافقه من آثار اجتماعية سلبية تتمثل في ارتفاع معدلات الفقر، وسوء مستويات المعيشة، واتساع حدة التفاوت في الأجور والدخول بين الشرائح الاجتماعية. (٦)



وخلال عام ٢٠١٧ فُوجئ الاقتصاديون بتباطؤ معدلات التضخم في الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي معاً، رغم انتعاش النمو الاقتصادي العالمي وانخفاض معدلات البطالة التي كان من المفترض أن ترفع معدلات التضخم إلى نسبة ٢ ٪ من قبل الاقتصادات الكبرى، وفقاً لنظرية "منحنى فيليبس" الذي يربط بين معدلات البطالة ومعدلات التضخم بعلاقة عكسية. فمع انخفاض البطالة وقلة التوظيف، يجب على أصحاب الأعمال والشركات أن يُقدّموا وظائف برواتب أفضل لجذب العاملين، ومن ثمّ العمل على رفع الأسعار مع نقل وتمير الشركات التكاليف الإضافية على كاهل المستهلكين بالتزامن مع إنفاق الأسر رواتبهم المجزية والعالية على احتياجاتهم المعيشية، وهو ما يُؤثر على زيادة الطلب.(٧)

”

على الرغم من تراجع معدلات البطالة على مستوى العالم المتقدم في عام 2017، فإن مقاييس التضخم والأجور لم تُسجل أي ارتفاع يذكر على المدى القريب

“

لكن، على الرغم من تراجع معدلات البطالة على مستوى العالم المتقدم في عام ٢٠١٧، فإن مقاييس التضخم والأجور لم تُسجل أي ارتفاع يذكر على المدى القريب، ويعود ذلك بحسب مجلس الاحتياطي الفيدرالي إلى أسعار شركات البيع بالتجزئة، ومنها "أمازون" التي أبقت الأسعار في الأسفل معها، بالإضافة إلى وجود عدد كبير من الباحثين عن عمل بخلاف التقديرات السابقة، فضلاً عن التهديدات بنقل الوظائف إلى البلدان ذات العمالة الأقل تكلفة، وهذا ما أبقى الأجور منخفضة في الدول الصناعية، وسجلت مبيعات التجزئة الأميركية أكبر زيادة في عامين ونصف العام خلال سبتمبر ٢٠١٧ بعد إعصاري "هارفي وإرما". ووفقاً لتقديرات وزارة التجارة الأميركية، فإن مبيعات التجزئة قفزت ١.٦ ٪ بدعم من ارتفاع إيرادات محطات الوقود بسبب ارتفاع أسعار البنزين بعد أن عطل إعصار "هارفي" الإنتاج في مصافي النفط بالساحل الأميركي على خليج المكسيك.

وجاءت زيادة مبيعات التجزئة خلال سبتمبر ٢٠١٧ بمستوى أكبر منذ مارس ٢٠١٥. وجرى تعديل بيانات أغسطس الماضي لتظهر انخفاض المبيعات ٠.١ ٪ بدلاً من تراجعها ٠.٦ ٪ في القراءة السابقة، كما زادت مبيعات التجزئة بنحو ٤.٤ ٪ على أساس سنوي، وتوقع اقتصاديون أن تقفز مبيعات التجزئة ١.٧ ٪.(٨)

البيع بالتجزئة يُسهم في تغيير مسارات التضخم العالمي

وفقاً لدراسة قدمها "ألبرتو كافالو" الأستاذ في جامعة هارفرد - قسم الأعمال، فإن المنافسة عبر الإنترنت أرخت سدول تأثيرها على أسعار السلع المقدمة عبر شركات التجزئة متعددة القنوات كشركة "وول مارت"، والموقع التجاري "أمازون". وقال "كافالو" في الورقة البحثية التي شارك بها في المؤتمر السنوي لمصرفيي البنوك المركزية، في جاكسون هول في وايومنغ: "إن شفافية ووضوح الإنترنت في عرض الأسعار في الشركات المتنافسة أدت إلى تقليص الفجوات بينها، إذ إن تكنولوجيات التسعير باستخدام الخوارزميات شائعة في الحالتين: البيع الإلكتروني والبيع التقليدي".

فيما أرجع عدد من كبار المصرفيين في المجلس الاحتياطي الاتحادي، الانخفاض النسبي لمستويات التضخم في الولايات المتحدة، التي تتزامن مع قوة الاقتصاد، إلى قدرة شركات البيع بالتجزئة كـ "أمازون" على كبح الأسعار بشكل عام خلال السنوات الأخيرة. (٩)

مخاوف عالمية من زيادة التضخم بسبب التجارة الإلكترونية

نمو منصات البيع الإلكتروني بالتجزئة، زاد القدرة التنافسية بين الشركات، غير أنه ساهم في زيادة المخاوف حول التضخم

الانتشار المتزايد لشركات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، أثر بشكل كبير في عمليات التضخم فبدأ أكثر حساسية للعمليات الاقتصادية المنفردة كتقلب سعر الصرف



معدلات التضخم تتقلب بشكل كبير على الصعيد الوطني، غير أنها على المستوى العالمي تبقى المعدلات محدودة بالتأثيرات الكبرى



التهديدات بنقل الوظائف إلى البلدان ذات العمالة الأقل تكلفة، أبطت أجور العمال منخفضة في الدول الصناعية؛ مما ساهم في ارتفاع الأرباح وأثر في معدلات التضخم

وتُشير تقديرات اقتصادية إلى أن انخفاض التضخم العالمي في السنوات الأخيرة، يعود إلى انتشار العولمة التي أدت إلى ارتفاع أشكال المنافسة وزيادة التكامل في عملية إنتاج السلع والخدمات المُقدمة عبر شركات التجزئة في العالم، وهو ما ساهم في انخفاض تكاليف وأسعار التجزئة للمستهلكين العالميين. ووفقاً لمؤشرات الأسعار الرقمية، فإنها تكشف عن انخفاض الأسعار في عدد كبير من فئات السلع، مقارنة مع فئات مماثلة في مؤشرات أسعار المواد الاستهلاكية الرسمية؛ مما يُشير إلى احتمالية أن يكون انخفاض الأسعار ناتجاً عن زيادة مبيعات التجزئة عبر الإنترنت.

ومن ناحية أخرى، أدى تقلص نمو الأجور لدى العمال إلى انخفاض التضخم، خاصة مع نمو الشركات، وتراجع قوة النقابات العمالية، وضعف نمو الإنتاجية لدى العمال؛ إذ كانت القيمة المضافة للعاملين تنمو بشكل أسرع في الماضي، وكان العاملون أكثر فعالية من خلال النقابات أمام الشركات الأصغر حجمًا، مما كان ينعكس على نمو الأجور بشكل أسرع ويؤدي إلى ارتفاع معدلات التضخم، أمّا الآن فلا يحدث ذلك بعد تهاوي وانعدام أسباب التضخم بفعل انتشار البيع بالتجزئة عبر الإنترنت.(١٠)

ومما سبق نستخلص ما يلي

إن نمو منصات البيع الإلكتروني بالتجزئة، زاد القدرة على التنافسية بين الشركات العاملة في المجال، وسهل على المتسوقين إمكانية الوصول إلى الأسعار عبر الإنترنت ومقارنتها بغيرها؛ مما أثر في ولائهم للعلامات التجارية.

إن الانتشار المتزايد لشركات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، أثر بشكل كبير في عمليات التضخم فبدأ أكثر حساسية للعمليات الاقتصادية المنفردة، مثل: تقلب سعر الصرف للعملات، والارتفاع في أسعار السلع والخدمات، خاصة النفطية، وكذلك الرسوم الجمركية التي تُفرض بين الحين والآخر.

إن معدلات التضخم تتقلب بشكل كبير على الصعيد الوطني، غير أنها على المستوى العالمي تبقى المعدلات محدودة بالتأثيرات الكبرى التي تحدث لمرة واحدة كالارتفاع والانخفاض في أسعار النفط.

على الرغم من تراجع معدلات البطالة على مستوى العالم المتقدم في عام ٢٠١٧، بقيت مقاييس التضخم والأجور ثابتة، ولم تُسجل أي ارتفاع يذكر على المدى القريب، ووفقاً لتأثيرات "أمازون"

التسعيرية التي أبقت الأسعار في الأسفل معها؛ ما جعل الكثير من تجار التجزئة يتوجهون إلى التنقيب في الإنترنت لرصد آلية التسعير في الشركات المنافسة. إن التهديدات بنقل الوظائف إلى البلدان ذات العمالة الأقل تكلفة، أبقت أجور العمال منخفضة في الدول الصناعية؛ مما ساهم في ارتفاع الأرباح والحصص السوقية لدى الشركات وأثر في معدلات التضخم.

المراجع

- ١ - خبراء دوليون: ٢٥ تريليون دولار حجم مبيعات التجارة الإلكترونية سنويًا، صحيفة أخبارك. <https://bit.ly/2PS5L24>
- ٢ - أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية العربية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية الاقتصادية والسياسية. <https://bit.ly/2om5O9E>
- ٣- عائدات أكبر ٢٥٠ شركة بيع بالتجزئة ٤.٤ تريليون دولار عام ٢٠١٦، الحياة. <https://bitly/2o-hiz5c>
- ٤ - ما هي مزايا وعيوب التجارة بالتجزئة، موقع بيت كوم. <https://bit.ly/2omH2Gq>
- ٥ - ما هي التحديات التي تواجه قطاع التجزئة في المنطقة خلال ٢٠١٧؟ صحيفة مال الاقتصادية. <https://bit.ly/2MBHz61>
- ٦ - التضخم الاقتصادي، موقع المعرفة. <https://bit.ly/2MIK3j4>
- ٧ - ما هو التضخم الاقتصادي، موقع موضوع. <https://bit.ly/2PhCHjc>
- ٨ - ارتفاع التضخم ومبيعات التجزئة الأميركية في سبتمبر، الشرق الأوسط. <https://bit.ly/2PmsDWb>
- ٩ - تأثير شركات التجزئة عبر الإنترنت على معدلات التضخم، موقع مصر ٣٦٥. <https://bit.ly/2wwWkN>
- ١٠ - مخاوف انخفاض التضخم تشكل تحدياً أمام تشديد الاحتياطي الفيدرالي للسياسة النقدية، شبكة QNB الدولية. <https://bit.ly/2ovbwGg>

خدمات مركز سمت

