



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس

وضعیت تجارت الکترونیک در خاورمیانه: ترکیه و کشورهای خلیج فارس



دبیرخانه کمیسیون های تخصصی اتاق بازرگانی فارس
کمیسیون فناوری اطلاعات، ارتباطات و اقتصاد رسانه



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس

موضوع:

وضعیت تجارت الکترونیک در خاورمیانه: ترکیه و کشورهای خلیج فارس

گزارش شماره ۰۶/۰۲

تهیه شده در:

دبیرخانه کمیسیون های تخصصی اتاق بازرگانی فارس

تاریخ ارائه:

۱۴۰۱/۰۶/۱۵

برگردان متن:

مهسا عباسی

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

- مقدمه

دنیای تجارت الکترونیک بین المللی به دنیای غرب محدود نمی شود. در واقع، با برخاستن چین، هند، برزیل، کشورهای خلیج فارس، و دیگر قدرت های نوظهور برتری غرب به تدریج اما به طور پیوسته از بین می رود. با کاهش تسلط غرب و جابجایی مرکز ثقل به شرق، مطالعه دقیق قدرت های نوظهور مختلف به درک فرهنگ، مسائل سیاسی و ایدئولوژیک و مفاهیم مختلف تجارت و اقتصاد کمک می کند.

در این گزارش دو منطقه متمایز - خاورمیانه و آسیای جنوب شرقی، به طور خاص ترکیه و کشورهایی که خلیج فارس را احاطه کرده اند، شامل ایران، عربستان سعودی (SA) و امارات متحده عربی را بررسی خواهیم کرد.

- ترکیه

تجارت الکترونیک ترکیه به طور قابل توجهی از همه گیری کووید-۱۹ سود برد. حجم تجارت الکترونیک این کشور در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال گذشته ۶۶ درصد افزایش یافت و به ۳۲ میلیارد دلار رسید، در حالی که تعداد شرکت های تجارت الکترونیک با افزایش ۲۷۵ درصدی به بیش از ۲۵۶۰۰۰ تجارت رسید. تعداد سفارشات به ۲.۳ میلیارد رسید که افزایش ۶۸ درصدی را نشان می دهد و بخش های غذا و سوپرمارکت شاهد افزایش بیش از ۲۰۰ درصدی بوده اند.

تجارت الکترونیک ترکیه در سال ۲۰۲۰		
افزایش ۶۶٪	حجم تجارت الکترونیک ترکیه	\$۳۲ B
افزایش ۶۸٪	تعداد سفارشات	۲.۳B
افزایش ۲۷۵٪	شرکت هایی که عملیات تجارت الکترونیک را در ترکیه اجرا می کنند	۲۵۶K

Source: Turkey's ministry of trade

حتی قبل از همه گیری، رشد سریع فروش همراه با جمعیت جوان، ترکیه را به عنوان یک زمین بازی تجارت الکترونیک جذاب تبدیل کرده بود. با نگاهی به آینده، انتظار می رود بازار تجارت الکترونیک ترکیه تا سال ۲۰۲۳ با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۴ درصد رشد کند، اما همچنان این کشور را با یکی از پیش بینی های رشد بالاتر در گزارش JP Morgan Chase در مورد تجارت الکترونیک ترک می کند.

با کمک ضریب نفوذ گوشی های هوشمند تقریباً ۶۲ درصد و دسترسی آسان به شبکه های ۳G و 4G، انتظار می رود تجارت تلفن همراه در ترکیه از تجارت الکترونیک کلی پیشی بگیرد و تا سال ۲۰۲۳ با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۸.۶ درصد

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

رشد کند. این کشور در سال ۲۰۲۱ دچار افت چشمگیری در ارزش پول خود شد که به دنبال آن تورم به عنوان پیامد مستقیم سیاست اقتصادی شکست خورده دولت مبنی بر "نرخ بهره پایین به هر قیمتی" به دنبال داشت. به همین دلیل است که این کشور هنوز هم شرکت‌های دیجیتالی فوق‌العاده‌ای را پرورش می‌دهد که می‌توانند به شرکت‌های بزرگی به ارزش ۱۰ میلیارد دلار، مانند Trendyol، رشد کنند. این موضوع شاید به این دلیل است که آنها به طرز شگفت‌انگیزی انعطاف پذیر شده‌اند. این شرکت‌ها با فعالیت در میان افزایش قیمت‌ها و سرمایه‌های مخاطره‌آمیز ناچیز، یاد گرفته‌اند که با احتیاط تبدیل به شرکت‌های چندملیتی خیره‌کننده‌ای تبدیل شوند. در ادامه دو مورد از آنها بررسی می‌شود.

• ترندیول

Trendyol یک پلتفرم بازار تجارت الکترونیک است که دفتر مرکزی آن در استانبول می‌باشد. این شرکت که در سال ۲۰۱۰ تأسیس شد، با بیش از یک میلیون تحویل روزانه بسته در طیف گسترده‌ای از دسته بندی‌ها از مد تا الکترونیک، به یکی از بزرگترین شرکت‌های تجارت الکترونیک در جهان تبدیل شده است. در آگوست ۲۰۲۱، ترندیول ۱.۵ میلیارد دلار از تعدادی سرمایه گذار برجسته جمع آوری کرد و ارزش شرکت را به ۱۶.۵ میلیارد دلار رساند و به اولین شرکت داکورن یا خصوصی با پشتوانه سرمایه گذاری ترکیه با ارزش بیش از ۱۰ میلیارد دلار تبدیل شد. علی بابا از سال ۲۰۱۸ زمانی که شرکت چینی سهامی را در این شرکت به دست آورد که بعداً در سال ۲۰۲۱ به ۸۶.۵ درصد رسید، از Trendyol حمایت می‌کند. نفوذ علی بابا عمیق است: Trendyol مدل بازار چین را به اشتراک می‌گذارد و برنامه خود را یک برنامه فوق‌العاده معرفی می‌نامد و در نتیجه آن را اعلام می‌کند. هدف بلندپروازانه‌ای برای ارائه خدمات متنوعی دارد که برخی از آنها را قبلاً ارائه کرده است. وقتی نوبت به گسترش بین‌المللی می‌شود، ترندیول به احتمال زیاد به شرق نیز نگاه می‌کند و به اروپای شرقی و خاورمیانه و مکان‌هایی که پتانسیل ابر اپلیکیشن‌ها بسیار بیشتر است، گسترش خواهد یافت.

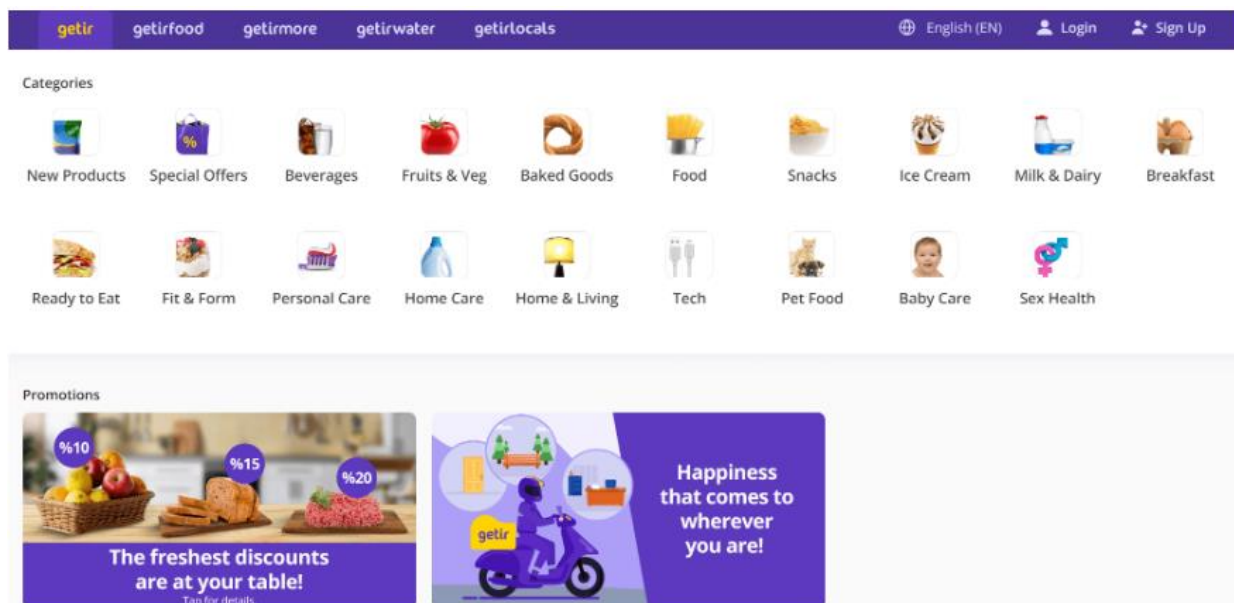
• گتیر

طبق قرارداد، اولین حامی خارجی Getir، مایکل موریتز از Sequoia Capital، یک شرکت سرمایه گذاری خطرپذیر آمریکایی بود. به درستی، گتیر به جای نگاه کردن به شرق، از سیلیکون ولی پیروی کرد: اول مقیاس برق آسا، بعد پول درآورد. Getir که در سال ۲۰۱۵ تأسیس شد، ادعا می‌کند که تحویل "فوق‌العاده سریع" کمتر از ده دقیقه را اختراع کرده است. با این حال، شروع با چنین وعده‌ای در ترکیه آسان‌تر بود، جایی که افراد کمی بیش از ده دقیقه با یک مغازه زندگی می‌کنند.

Getir از آن زمان به شدت گسترش یافته است و در سال ۲۰۱۹، ۲۱۰ میلیون دلار از فروش به دست آورده است و در نتیجه با جذب سرمایه گذاران برجسته بیش از ۷۶۸ میلیون دلار از زمان تأسیس آن به شرکت ورودی داشته است. ارزش Getir متعاقباً به ۱۲ میلیارد دلار افزایش یافت. چیزی که بنیانگذار شرکت، روی آن شرط بندی می‌کند، سرعت، تخفیف‌ها و شاید در آینده وسوسه رفتار با گتیر مانند یک پیشخدمت شخصی است. این شرکت که یک سال پیش تجارت خود

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

را در بریتانیا راه اندازی کرد، به سرعت به بیش از ۴۰ شهر در اروپا و آمریکا گسترش یافت. آقای سالورد در موقعیت بی‌سابقه‌ای از فرصت طلبی قرار دارد – او مدتی است که به آمریکا چشم دوخته است و یک بار گفته است که «اگر شما یک استارت‌آپ هستید، باید در جایی که استارت‌آپ‌ها هستند موفق شوید»



- ایران

داستان ایران متفاوت است. فقدان آمار قابل اعتماد و برآوردهای متناقض مختلف، ارزیابی وضعیت واقعی امور را دشوار می‌کند. اگرچه آمار نفوذ اینترنت با نرخ‌هایی تا ۸۵ درصد، غیرقابل اعتماد است، منطقی است تخمین بزنیم که نرخ واقعی در حدود ۶۵-۷۰ درصد است. کیفیت اینترنت همچنان پایین است، قیمت‌ها بالاست و زیرساخت مخابرات پهنای باند در کشور در انحصار شرکت دولتی است.

از سوی دیگر، حدود ۹۴ میلیون دستگاه اینترنتی در بین ۸۰ میلیون نفری ایران وجود دارد که بیش از ۷۰ درصد از مردم از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. در سال‌های اخیر، یک شبکه ۳G با دسترسی آسان، سرعت نفوذ و استفاده گسترده از اینترنت را افزایش داده است، به همین دلیل است که اکثر مردم ایران در ابتدا اینترنت را از طریق دستگاه‌های تلفن همراه خود تجربه می‌کنند.

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

علاوه بر این، به لطف تلاش‌های چند اپراتور و حمایت دولت، این کشور استقرار شبکه‌های مبتنی بر ۴G را افزایش داده است و اخیراً به ۹۰ درصد از پوشش جمعیتی ۴G LTE رسیده است. دولت ایران نیز به ۵G چشم دوخته است و اخیراً به تهیه مقررات برای استقرار ۵G و تخصیص پهنای باند اقدام کرده است.

با این حال، علی‌رغم تلاش‌های متعدد برای متحول کردن اقتصاد دیجیتال کشور، دولت ایران همچنان بگونه ای متفاوت با اینترنت برخورد می‌کند، در درجه اول به این دلیل که در طول سال‌ها ثابت شده است که اینترنت در سازماندهی اعتراضات مردم مؤثر بوده است. به عنوان مثال، در پاییز ۲۰۱۹، در خلال ناآرامی‌های گسترده، دولت تقریباً قطعی کامل اینترنت را اعمال کرد. حتی تظاهرات پراکنده نیز مانند اعتراضات اخیر به کمبود آب در جنوب غرب ایران از تعطیلی یا اختلال در خدمات مصون نبوده است. برای اینکه اینترنت جرقه اختلاف ایجاد نکند و به آشفتگی بیشتر منجر نشود، دولت برخی از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان را ممنوع کرد و بدین وسیله چیزی را که مقامات آن را «شبکه حلال» می‌نامند، یک نسخه «اینترنت پاک» تحت کنترل محلی ایجاد کرد. به این ترتیب، در حالی که تعداد کمی از پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و واتس‌آپ همچنان رفع انسداد هستند، اکثر وبسایت‌های معروف خارجی مانند یوتیوب، فیس‌بوک، توئیتر و تلگرام یک دهه پیش مسدود شدند. با این حال، به نظر می‌رسد که دولت ایران همچنان رسانه‌های اجتماعی در کشور را «لجام‌ناپذیر» می‌داند و مدام خواستار کنترل بیشتر است. لایحه حمایت از کاربران که اخیراً معرفی شده است، هنوز نهایی نشده و می‌تواند منجر به اختلال در چند پلت فرم رسانه‌های خارجی باقیمانده شود.

در مجموع، ایرانی‌ها هم در داخل (به دلیل اقدامات دولت) و هم در خارج (به دلیل تحریم‌های شدید آمریکا) عملاً از اینترنت قطع شده‌اند. در نتیجه، مردم از سیستم بانکی بین‌المللی جدا شده‌اند و هیچ گزینه‌ای جهت خرید بین‌المللی ندارند. برای جبران بخشی از این تحریم‌ها، ایران برنامه جامع اقدام مشترک را ارائه کرد که تأثیر قابل‌توجهی بر فضای تجاری ایران از جمله تجارت الکترونیک داشت، زیرا سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذاران خارجی (به جز آمریکایی‌ها) در این کشور را آسان‌تر کرد.

علیرغم موارد بیان شده، سهم تجارت الکترونیک در تولید ناخالص داخلی ایران در حال افزایش است. بر اساس بیانیه‌های رسمی، فناوری‌های جدید (به ویژه بلاک چین و ارزهای دیجیتال) به این کشور کمک کرده است تا در برابر تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده و مبارزه با همه‌گیری ویروس کرونا مقاومت کند. رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیک ایران در بهمن ماه ۱۳۹۰ اعلام کرد که ارزش معاملات تجارت الکترونیک ایران در شش ماهه نخست سال ۲۰۲۰ نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۱۹ چهار برابر شده است.

ارزش کل تراکنش‌های دیجیتال در مدت مشابه سال ۲۰۲۱ از ۵.۶ تریلیون ریال (حدود ۲۱.۵ میلیون دلار) فراتر رفت. درست مانند هر جای دیگری در جهان، این بیماری همه‌گیر تحول دیجیتالی کسب‌وکارهای ایرانی را بسیار تسریع کرد و در نتیجه بیش از ۱۹۰۰۰۰ کسب‌وکار به طور کامل یا جزئی آنلاین شدند. در این بین، آن دسته از مشاغلی که قبلاً به

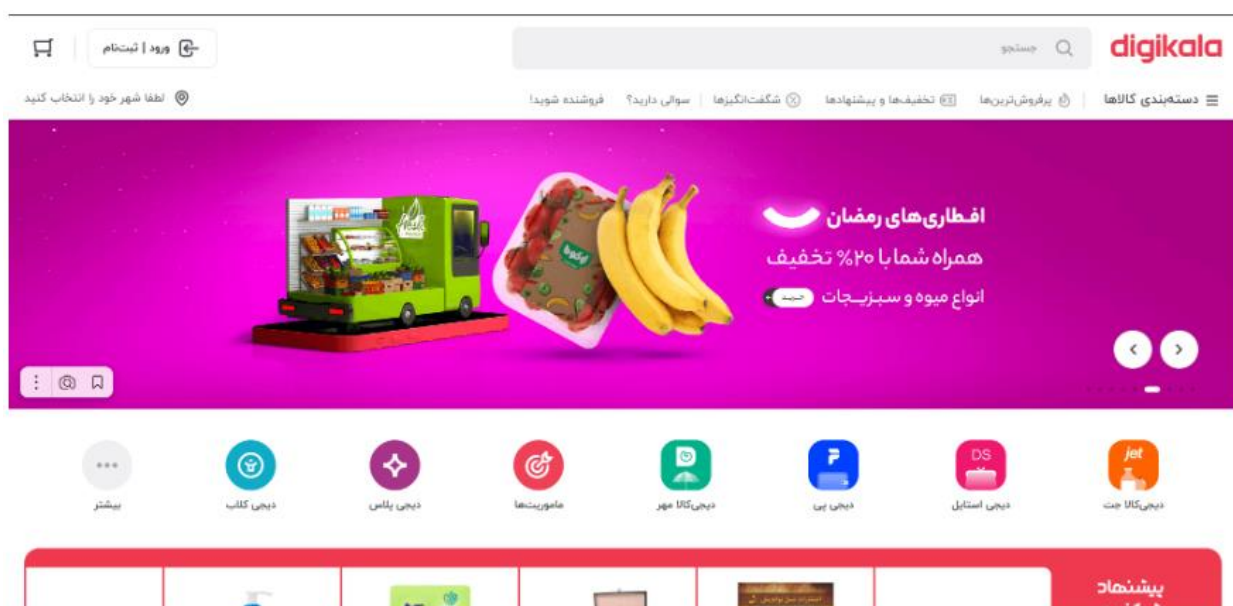
کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس 
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

صورت آنلاین فعالیت می کردند سعی کردند ظرفیت های دیجیتال خود را تقویت کنند. از محبوب ترین وب سایت های تجارت الکترونیک در ایران می توان به دیجی کالا، اسنپ و پین تاپین اشاره کرد. در ادامه به جزئیات بیشتری پیرامون دیجی کالا، بزرگترین تجارت الکترونیک در ایران پرداخته شده است.

• دیجی کالا

دیجی کالا که در سال ۲۰۰۶ توسط برادران دوقلو با سرمایه اندک تأسیس شد، به سومین وب سایت پربازدید ایران و بزرگترین تجارت الکترونیک در کشور تبدیل شده است. علیرغم اینکه دیجی کالا به عنوان پیشرو در خرده فروشی آنلاین شناخته می شود، بسیار بیشتر از یک بازار آنلاین به اکوسیستم تجارت الکترونیک کشور کمک کرده است. برادران محمدی با روحیه کارآفرینی، می خواهند پلتفرم آنها به مقصد اصلی خرید آنلاین - نه تنها در ایران، بلکه در سراسر خاورمیانه - تبدیل شود. دیجی کالا تحویل یک روزه را در تهران و کرج و تحویل روز بعد را در ۲۰ شهر دیگر ارائه می دهد. دیجی کالا با بیش از پنج میلیون محصول، ۱۶۰۰۰۰ فروشنده و ۴۰ میلیون کاربر فعال ماهانه، در حال حاضر به عنوان یکی از تجارت های بزرگ در خاورمیانه شناخته می شود.

همانطور که گفته شد، دیجی کالا فراتر از یک بازار است. در واقع دیجی کالا مجموعه ای از شرکت های فعال در زمینه لجستیک، تجارت الکترونیک، محتوا، فین تک و نوآوری است. این گروه بیش از ده زیرمجموعه دارد، از جمله فیدیو، دیجی پایپ، پیندو و کومودا.



کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

- عربستان سعودی

بر اساس گزارشی که اخیراً توسط BCG منتشر شده است، عربستان سعودی (SA) کشوری کاملاً متفاوت است که فرصت ارزشی ۵۰ میلیارد دلاری دارد. این گزارش که با همکاری متا تهیه شده است، توضیح می‌دهد که چگونه SA تاکنون به سمت چشم‌انداز ۲۰۳۰ خود برای تبدیل شدن به یک اقتصاد دیجیتال پیشرفت کرده است و چگونه بازار تجارت الکترونیک SA قبلاً از خرده‌فروشی سنتی پیشی گرفته است. با این حال، بر اساس این گزارش، از آنجایی که بازار دیجیتال SA هنوز در مراحل اولیه توسعه خود است، فرصتی منحصر به فرد برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند تا از این فرصت پرسود استفاده نمایند.

در ادامه وضعیت فعلی تجارت الکترونیک SA با جزئیات بررسی می‌شود.

در سال ۲۰۲۰، فروش آنلاین در SA به ۸٪ از کل خرده‌فروشی‌ها رسید، در مقایسه با ۱۸٪ در سراسر جهان، رقمی که بسیار کمتر از بازارهای پیشرو تجارت الکترونیک است. چند دلیل برای چنین میزان فروش کم وجود داشت. بازار SA به طور قابل توجهی کوچکتر از بازارهای چین یا ایالات متحده است.

با این حال، گزارش BCG استدلال می‌کند که سرمایه‌گذاری و در نتیجه، پیشرفت در اکوسیستم تجارت الکترونیک در چند سال آینده، فرصت‌های تجاری و اجتماعی بی‌شماری را به همراه خواهد داشت. در حالی که فرصت‌های تجاری بدیهی به نظر می‌رسند، احتمالات اجتماعی شاید محتاطانه‌تر باشند. شکوفایی صنعت تجارت الکترونیک تعداد قابل توجهی از مشاغل را ایجاد خواهد کرد که به مجموعه‌های متنوعی از مهارت‌ها و سطوح صلاحیت نیاز دارند، افراد را جذب می‌کند و از فعالیت‌های کارآفرینی به دلیل موانع کم ورود برای فعالان متخصص حمایت می‌می‌نماید.

وضعیت تجارت الکترونیک در عربستان سعودی	
افزایش خرید آنلاین از زمان پاندمی	۴۸٪
نفوذ تجارت الکترونیک در سال ۲۰۲۱	۷۷٪
تخمین نفوذ تجارت الکترونیک در سال ۲۰۲۴	۹۱٪
تخمین صنعت تجارت الکترونیک در سال ۲۰۲۵	\$۱۳.۲ B

Source:BCG,YCP Solidiance

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

به دنبال تغییر فزاینده ترجیحات مصرف کنندگان به هر کالای دیجیتالی، کسب و کارهایی که قبلاً به طور فعال از اکوسیستم موجود استفاده می کردند امروزه به دنبال امکانات گسترش شبکه های فعلی به منظور تسهیل دسترسی بازار کارآمد به محصولات و خدمات جدید هستند. یکی از عوامل اصلی برای رشد سالم اقتصاد دیجیتال، ایجاد یک محیط تجاری پایدار است که شامل عواملی مانند پذیرش پرداخت آنلاین، اتصال به اینترنت و موارد دیگر است.

با این حال، تاکنون کمتر از ۱ درصد از کسب و کارهای لجستیک SA از راه حل های دیجیتال مدرن استفاده می کنند. باز هم، این یک فرصت بزرگ برای سرمایه گذاران است. خوشبختانه، دولت SA به شانس خوب خود پی برد و افراد بیشتری را برای ورود به بازار تشویق می کند. تا کنون، SA به سرمایه گذاری ۲۱ میلیارد دلاری در خدمات و محصولات بین ۴۵۰۰۰ فروشگاه و پلتفرم تجارت الکترونیک رسیده است. از کل بازار تجارت الکترونیک فرامرزی SA، ۴۶٪ با چین انجام می شود. از جمله محبوب ترین فروشگاه های تجارت الکترونیک در SA عبارتند از: جریر، اکسترا، داروخانه های الدعوه، JollyChic و غیره.

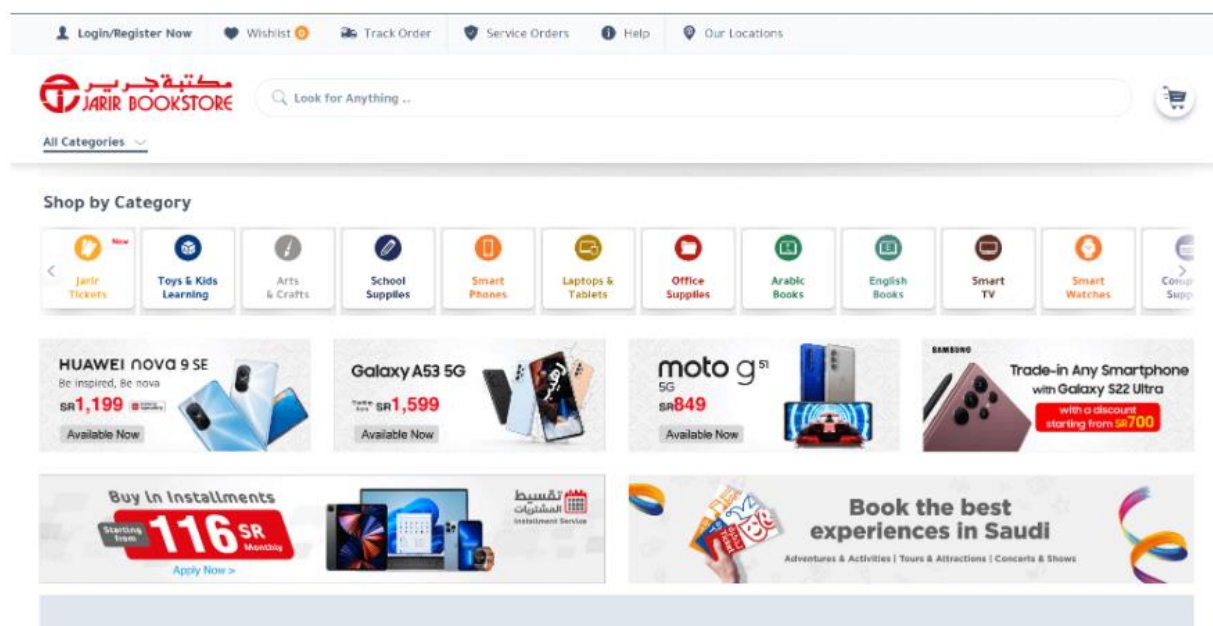
• جریر

Jarir.com که توسط کتابفروشی جریر اداره می شود، یک فروشگاه آنلاین با فروش متمرکز در سطح ملی است. این کتابفروشی در سال های اولیه فعالیت خود، با کتاب های دست دوم و آثار هنری فروخته شده توسط مهاجران مقیم ریاض، SA، سروکار داشت، اما از آن زمان، به بزرگترین خرده فروش کتاب و لوازم الکترونیکی مصرفی در کشور تبدیل شده است. این شرکت در سال ۲۰۰۳ یک IPO داشت و یک سوم سهام آن در حال حاضر در بورس اوراق بهادار عربستان سعودی معامله می شود. با توجه به همه گیری، فروش آنلاین جریر در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ شش برابر شد. در همان سال، این فروشگاه به عنوان خرده فروش شماره یک SA شناخته شد و طبق گزارشات فوربس، در بین ۱۰۰ شرکت برتر جهان عرب در رتبه ۶۱ قرار گرفت.

فروش تجارت الکترونیک Jarir که تقریباً به طور کامل در SA ایجاد شد، در سال ۲۰۲۱ به ۱۱۳.۸ میلیون دلار رسید. Jarir بیشترین بخش از فروش خالص تجارت الکترونیک خود را در دسته اسباب بازی ها، سرگرمی ها و DIY به دست می آورد و پس از آن بخش الکترونیک و رسانه قرار دارد. ارزش برند Jarir شماره هشت در SA و شماره یک در خرده فروشی است، با ارزش تخمینی (SAR ۵.۶ ~ ۱.۴۹ B میلیارد دلار)

از جمله اولویت های استراتژیک جریر، ۸۰ نمایشگاه در SA و GCC تا سال ۲۰۲۵، حفظ رهبری بازار با پیش بینی روندهای فناوری آینده، استفاده از فناوری های نوآورانه، افزایش قابلیت های اطلاعات محور فروشگاه و ایجاد ارزش در خدمات پس از فروش است.

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		



- امارات متحده عربی

امارات متحده عربی یک رهبر بی همتا در تجارت الکترونیک در میان کشورهای شورای همکاری خلیج فارس است. جای تعجب نیست که بازار امارات متحده عربی به طور قابل توجهی از این همه گیری کرونا منتفع شد و با جهش ۵۳ درصدی به رکورد ۳.۹ میلیارد دلار در فروش آنلاین رسید که ۱۰ درصد از کل خرده فروشی در این کشور است. اتاق بازرگانی و صنعت دبی پیش بینی می کند که تجارت الکترونیک تا سال ۲۰۲۵ بیش از ۸ میلیارد دلار فروش داشته باشد، که با توجه به اینکه تقریباً ۱۰٪ جمعیت امارات متحده عربی به اینترنت و تلفن همراه با کیفیت بالا دسترسی دارند، بسیار محتمل است.

در سال ۲۰۱۷، Amazon.com، Souq.com، بزرگترین تاجر آنلاین داخلی را خریداری کرد و به این ترتیب سهم زیادی از فروش در امارات به آمازون داد. در همان سال، به عنوان یک نیروی رقیب برای Amazon.com، سرمایه گذاران پلتفرم تجارت الکترونیک مشابه دیگری به نام noon.com را راه اندازی کردند که یک سال بعد، در سال ۲۰۱۸ با eBay همکاری کرد تا محصولات آمریکایی بیشتری را به منطقه بیاورد.

اخیراً، خرده فروشان آجر و ملات برای افزودن فروشگاه های آنلاین به کانال های سنتی خود به امید افزایش درآمد ترغیب شده اند. دو مورد از بزرگترین خرده فروش ها در خاورمیانه، Carrefour و Lulu Group، پورتال های بازار خود را در روزهای اولیه همه گیری با نتایج موفقیت آمیز راه اندازی کردند.

با توجه به تقاضای فزاینده مصرف کننده و فرصتهایی که صنعت شکوفا ارائه می دهد، سایر خرده فروشان سنتی نیز راغب هستند تا به بازار دیجیتال پیوندند. پرسودترین دسته بندی محصولات برای فروش آنلاین در منطقه عبارتند از: لوازم

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

الکترونیکی مصرفی و لوازم خانگی، رایانه، محصولات رسانه ای، لوازم جانبی مد، پوشاک زنانه، لوازم آرایشی و عطر. برخی دیگر از مقوله‌های اصلی سودآور مربوط به هزینه‌های سفر هستند، مانند بلیط هواپیما، هتل‌ها و تاکسی‌ها.

خدمات دولتی همچنین در حال مهاجرت به پلتفرم‌های آنلاین هستند و تلاش می‌کنند تا خدمات کارآمدتری را به شهروندان ارائه دهند: عمدتاً در زمینه‌های مربوط به صورت‌حساب خدمات شهری، خدمات ترافیکی، صدور مجوز، صدور ویزا و غیره.

اگر قبلاً محبوب‌ترین روش پرداخت برای خرید آنلاین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، از جمله امارات، پول نقد بود، بلافاصله پس از همه‌گیری و با انتقال روزافزون خدمات دولتی به صورت آنلاین، با توجه به اینکه مصرف کنندگان در اشتراک گذاری اطلاعات کارت اعتباری خود به صورت آنلاین احساس راحتی بیشتری می‌کردند خدمات پرداخت دیجیتال شروع به فعالیت بیشتری کردند..

اگرچه سرمایه گذاری در حوزه تجارت الکترونیک در امارات متحده عربی فوق العاده پرسود به نظر می‌رسد، اما موانعی وجود دارد که هنوز در بازار امارات باقی مانده است. یکی از این موانع، فرآیندهای لجستیکی است که در سراسر منطقه رایج است. با این حال، با ادامه فرآیند دیجیتالی شدن منطقه، بهبود در لجستیک نیز ادامه دارد.

در واقع، بر اساس تحقیقات انتظار می‌رود که بازار لجستیک امارات تا سال ۲۰۲۵ به لطف ابتکارات مختلف دولت که در جهت ارتقای تنوع اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای توسعه زیرساخت‌ها می‌باشند، ۳۰ میلیارد دلار تولید کند. صنعت لجستیک احتمالاً شاهد ورود بازیگران جدید بیشتری در سال‌های آینده، ادغام‌ها و تملک‌های جدید خواهد بود و بازار از هم گسیخته را تحکیم و تقویت می‌کند. ۵ شرکت برتر تجارت الکترونیک حاکم بر امارات در سال ۲۰۲۲ عبارتند از:

نام وب سایت	بازدیدکنندگان ماهانه
اپل	۴.۸ M
آمازون	۲.۸ M
NOON	۱.۶ M
Sharaf DG	۹۳۸.۸ K
نامشی	۳۲۴.۱ K

Source: www.appwrk.com

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۲	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس
تاریخ: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵		

• NOON

فرقی نمی‌کند که به لباس‌های پرطرفدار، وسایل الکترونیکی، لوازم ضروری خانه یا لوازم جانبی نیاز داشته باشید، Noon مکانی برای خرید در امارات است. NOON رقیب آمازون در خاورمیانه و یک شرکت تجارت الکترونیک داخلی است. این شرکت که در سال ۲۰۱۷ تأسیس شد، به یک غول تجارت الکترونیک تبدیل شده است و بیش از ۲۰ میلیون محصول از برندهای مد و فناوری گرفته تا خواربارفروشی را ارائه می‌نماید.

در سال ۲۰۲۱، محمد العبار، بنیانگذار NOON، فعالیت خود را جهت سرمایه‌گذاری بیش از ۲ میلیارد دلار در بازار دیجیتال طی سه سال آینده، با هدف بهبود شبکه زیرساخت حمل و نقل و فرآیندهای تکمیل شرکت و رسیدن به هدف تحویل ظرف ۱۵ دقیقه، آشکار کرد.

به عنوان بخشی از استراتژی توسعه شرکت و تلاش برای تقویت عملیات لجستیک، NOON بزرگترین فضای انبار خود را در ریاض، SA، در مارس ۲۰۲۲ افتتاح کرد. مرکز تکمیل مشتری جدید که بیش از ۴۸۵۰۰۰ فوت مربع وسعت دارد، نیازهای تحویل میلیون‌ها مشتری در سراسر SA را برآورده می‌کند.

• Namshi

نامشی یک شرکت تجارت الکترونیک مستقر در دبی است که لباس‌های طراحان را می‌فروشد. Namshi که در سال ۲۰۱۱ تأسیس شد، با ترکیب محصولات گسترده‌ای که دسترسی به بیش از ۱۳۰۰ برند از جمله انحصاری‌ها، مجموعه‌های داخلی، لباس‌های ورزشی و فعال و مارک‌های شناخته شده جهانی را فراهم می‌کند، به یکی از بزرگترین خرده‌فروشان مد آنلاین منطقه تبدیل شده است.

فرهنگ عظیم مراکز خرید که در منطقه GCC رایج است در ابتدا پیشرفت شرکت را خنثی کرد، اما وضعیت در سال ۲۰۲۰ زمانی که مردم گزینه دیگری جز خرید آنلاین نداشتند، به طرز چشمگیری بهبود یافت.

گزارش‌های درآمد برای نیمه اول سال ۲۰۲۱ حاکی از افزایش اندک درآمدها در مقایسه با مدت مشابه سال قبل است که در مجموع ۱۸۷ میلیون دلار می‌باشد. اکثر کسب و کار Namshi، حدود ۸۰ درصد، از طریق دستگاه‌های تلفن همراه است که به طور غیرمستقیم سن مشتریان Namshi را در کنار شیفتگی منطقه به فناوری تلفن همراه نشان می‌دهد. Namshi تحویل رایگان و سریع در کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، تحویل ۲۴ ساعته در امارات متحده عربی و سیاست تبادل ۱۴ روزه را ارائه می‌دهد.

- منبع