التحديات والفرص المستقبلية

للتسويق الإلكتروني

د. أحمد بن عبدالرحمن الشميمري

أستاذ الإدارة والتسويق المشارك

**ملخص**

 يسعى هذا البحث إلى إلقاء الضوء على التسويق الإلكتروني كأحد الأساليب الحديثة في مجال التسويق والتي أخذت بالنمو والتطور في الأسواق العالمية. وقد ناقش البحث بشيء من التفصيل التحليل التسويقي الاستراتيجي لبعض العوامل المحيطة باستخدام التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية. وقد قسمت وفق تحليل SWOTإلى أربعة عوامل رئيسة هي **أولاً** : نقاط القوة التي تضمنت خمسة عوامل هي زيادة النمو السكاني، والقوة الشرائية ، والبيئة الثقافية وعمل المرأة، والزيادة المضطردة في عدد بطاقات الائتمان، وكذلك التطور التقني والنظام الحديث للاتصالات. **وثانياً**: نقاط الضعف وهي تدني جودة الخدمات البريدية، وعدم وجود نظام آلي للمدفوعات، وقلة الكفاءات المدربة، وغياب التشريعات القانونية المنظمة لصناعة التسويق المباشر. **ثالثاً**: الفرص وهي انتشار استخدام الإنترنت، والتوجه العالمي نحو خدمة العميل، وتحول القوة من المنتجين إلى الموزعين. **ورابعاً**: التحديات التي اندرج تحتها ثلاثة عناصر هي المنافسة العالمية، وأمن المعلومات، والتغيرات التكنولوجية المتسارعة. وخلص البحث بعد ذلك بتقديم التوصيات والاقتراحات المتعلقة بدعم التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.