



يعتبر التطور التقني في المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتهم في العلوم المختلفة من أهم ما يميز العقود الأخيرة من القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين ، والذي أحدث ثورة معلوماتية هائلة أطلق عليها (الثورة الصناعية الثالثة) وذلك بعد الموجة الزراعية والثورة الصناعية اللتين مرت بهما البشرية في تاريخها الطويل مما كان له أكبر الأثر في ظهور الاقتصاد الرقمي ، وهو اقتصاد يختلف في نوعيته وبنيته وآلياته ونظرياته عن الاقتصاد التقليدي ، مما يؤدي إلى إضافة قطاع اقتصادي جديد بجانب القطاعات الاقتصادية التقليدية المعروفة في المجالات الزراعية والصناعية والخدمية ، حيث توقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) أن يهيمن هذا الاقتصاد الجديد على نحو ٨٠٪ من حجم النشاط الاقتصادي الإجمالي بحلول عام ٢٠١٢ م. والذي يقوم على دعامتين أساسيتين:

إحدهما : ثورة الاتصالات .

والآخر : التجارة الإلكترونية ، والتي جاءت كإحدى إفرازات ثورة تكنولوجيا المعلومات لتخلق أنماطاً جديدة في عالم التجارة ، شكلاً وموضوعاً ، وتستحدث سلماً وخدمات تصلح للتجارة مقارنة بذي قبل ، حيث تعمل التجارة الإلكترونية من خلال عالم افتراضي ، يحاكي نمط العالم الواقعي ، يلتقي فيه البائع والمشتري على مدار أربعة وعشرين ساعة يومياً ، حيث جاءت لتوفر في الوقت والتكلفة ، وتوفر المنهجيات المبدولة في البحث عن المنتجات ، وتفتح أسواقاً جديدة أمام الشركات والمؤسسات ، وتعمل على تقليص الحواجز الجغرافية والزمانية ، وتخلق سوقاً إلكترونياً يتم فيه تداول كافة أنواع المنتجات ، والعديد من الخدمات الاستشارية في النواحي المالية والمحاسبية والقانونية والطبية والتعليمية ، معتمدة على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) التي استطاعت أن تصل إلى خمسين مليون فرد في أربع سنوات ، في حين استغرق التلفزيون أربعين عاماً للوصول إلى هذا الرقم واستغرق التليفون عشر سنوات للوصول

إلى هذا الرقم أيضاً ، مما يحمل معه رياح التغيير والسرعة في الإنجاز ، واختصارا للوقت وتقريباً للمسافات ، وجعل العالم قرية كونية صغيرة يدور في رحاها كل مستخدمى الإنترنت في العالم ، وينهل من فوائدها ومزاياها كل طرف يتعامل من خلالها ، ونظراً لأهمية الدور الاقتصادي الهام الذى تلعبه التجارة الإلكترونية على كافة القطاعات الاقتصادية عامة ، وقطاع التجارة الخارجية بصفة خاصة ، حيث تعمل على فتح أسواق عالمية جديدة ، وتخفيض في التكلفة ، وتخلق فرصاً تسويقية جديدة بشكل دولى وعالمى ، وتساهم في تصريف محزونات الدول من السلع ، وتسهم في نمو التبادل التجارى الدولى ، ولأهمية قطاع التجارة الخارجية من كونه يعمل على توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك والاستثمار وتخفيض الموارد الإنتاجية بشكل عام ، والذى يعد مؤشراً جوهرياً على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولى وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانات الإنتاجية المتاحة ، وقدرة الدولة على التصدير ومستويات الدخول فيها ، وقدرتها كذلك على الاستيراد وانعكاس ذلك كله على رصيد الدولة من العملات الأجنبية وماله من أثار على الميزان التجارى. لذلك تم اختيار التجارة الإلكترونية في اليابان ودراسة مدى تأثيرها على القطاعات الاقتصادية المختلفة خاصة قطاع التجارة الخارجية وبيان مدى إسهامها في نمو الصادرات اليابانية ، ونمو الواردات اليابانية ، وتحقيق فائض في ميزان المدفوعات اليابانى ، من خلال خمسة فصول أساسية يتناول الفصل الأول ماهية التجارة الإلكترونية ومزاياها وفوائدها ودور اليابان في توفير البنية التحتية اللازمة لها ، ثم الفصل الثانى والذى يتناول تأثيرها على بورصة طوكيو ، ثم الفصل الثالث ليوضح تأثيرها على القطاع المصرفى اليابانى ، ثم الفصل الرابع ليوضح التسويق الإلكتروني للشركات اليابانية ، ثم الفصل الخامس ليوضح مدى تأثيرها على قطاع التجارة الخارجية .

