



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية

دراسة حالة منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ المشرف:

_ د. صيفي وليد

اعداد الطالبين:

- بلحجلة حنان
- خليلي زينب

لجنة المناقشة:

الاسم	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. صيفي وليد	استاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	بسكرة
د. نصبة مسعودة	استاذ محاضر أ	رئيسا	بسكرة
د. بروك مريم	استاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	بسكرة

السنة الجامعية: 2023 / 2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية

دراسة حالة منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ المشرف:

د. صيفي وليد

اعداد الطالبين:

- بلكلحة حنان
- خليلي زينب

لجنة المناقشة:

الاسم	الرتبة	الصفة	الجامعة
د. صيفي وليد	استاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	بسكرة
د. نصبة مسعودة	استاذ محاضر أ	رئيسا	بسكرة
د. بروك مريم	استاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	بسكرة

السنة الجامعية: 2023 / 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ
إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٩﴾

سورة الزمر

إهداء



إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها...إلى منبع الحب و العطاء...

إلى التي ربت و كافحت وسهرت... أمي، حفظها المولى ورعاها..

إلى الذي أفنى عمره محترقا شامخا لكي يربيني النور... إلى من أعطاني ولا يزل يعطيني بلا حدود..

إلى من تنحني هانتي له خجلا...إلى أبي العزيز

أطال الله في عمره و ألبسه ثوب الصحة و العافية..

إلى من أشد بهم أزرى... أخواتي منال، آسيا، فطوم..

إلى من كان مشجعا وداعما لي ماديا ومعنويا... رفيق دربي زوجي الغالي، حفظه الله..

إلى قرة عيني... ابني الغالي اسحاق..

إلى من أرى السعادة في صحتهم... جنى و جواد، إيلاف و ضياء الدين،

يوسف، أسينات، نسرين..

إلى كل من ساعدني لإتمام هذا العمل.

بلكحلة حنان



إهداء

عظم المراد فهان الطريق فجاءت لذة الوصول لتمحي مشقة العناء

الحمد لله الذي ما تم جهد ولا ختم سعي إلا بفضلته

وما تخطى العبد من عقبات وصعوبات إلا بتوفيقه

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

رمز التفاني و الاخلاص، إلى اسمى آيات العطاء، إلى القلب الحنون أمي الحبيبة

أطال الله في عمرها.

إلى روح أبي الزكية الطاهرة رحمه الله

إلى نفسي التي تكبدت معي عناء السفر في مشوار حياتي

إلى أخواتي و إخوتي الأعراء وأبنائهم

إلى صغيرتي وحببية عمته أميرة

إلى كل من علمي حرفا أو أزال غيمة جهل مررت بها

إلى جموع الأقارب و الأصدقاء

إلى كل من تلقيت منهم النصح و الدعم

أسأل الله ان يكون نبراسا لكل طالب علم

خليلي زينب

شكر و عرفان

الحمد لله و الشكر له على فضله وتوفيقه لنا في انجاز هذا العمل
نتقدم بخالص الشكر و التقدير للأستاذ المشرف: د صيفي وليد على ما
قدمه لنا من نصائح وتوجيهات قيمة وملاحظات نيرة كانت لنا عوناً في
انجاز هذا العمل

وأشكر اساتذتي الكرام بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
وشكر خاص وكبير لمستشار التربية عبد الحميد شبعاني الذي كان لي
عونا وسندا في مشواري الدراسي.

ملخص الدراسة:

ما يشهده العالم اليوم من تطورات تكنولوجية في مختلف المجالات، وخاصة في مجال التجارة الالكترونية مما جعل العالم قرية الكترونية واحدة، لها اثر كبير على التنمية الاقتصادية ولذا من الضروري التطرق إلى مفهومها وأثرها على التنمية و التحديات و المعوقات التي تواجهها خاصة في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا مثل البنية التحتية و الدفع الالكتروني وبنية التسويق الرقمي و اللوجستيات كما يجب على الحكومات دعم ذلك، غير أن هناك الكثير من التقدم و الازدهار في مجال التجارة الالكترونية في المنطقة وهذا يسهم في تعزيز الاقتصاد وتحفيز فرص العمل وتحسين مستوى المعيشة للمواطنين، و الوصول إلى حلول بهدف أن تصبح التجارة الالكترونية احدى الركائز الأساسية للدفع بعجلة التنمية الاقتصادية نحو الأفضل.

• الكلمات المفتاحية:

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1- التجارة الالكترونية | 4- البنية التحتية |
| 2- التنمية الاقتصادية | 5- بنية التسويق الرقمي |
| 3- الدفع الالكتروني | 6- اللوجستيات |

Study summary:

The technological developments that the world is witnessing today in various fields, especially in the field of electronic commerce, which has made the world a single electronic village, has a major impact on economic development, and therefore it is necessary to address its concept and its impact on development and the challenges and obstacles it faces, especially in the Middle East and North region. Africa, such as infrastructure, electronic payment, digital marketing infrastructure, and logistics, and governments must support this. However, there is a lot of progress and prosperity in the field of electronic commerce in the region, and this contributes to strengthening the economy, stimulating job opportunities, improving the standard of living for citizens, and reaching solutions. With the aim of e-commerce becoming one of the basic pillars of advancing economic development for the better.

• key words:

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| 1- Electronic commerce | 4- Infrastructure |
| 2- Economic development | 5- Digital marketing structure |
| 3- Electronic payment | 6- Logistics |

Résumé de l'étude :

Les développements technologiques dont le monde est témoin aujourd'hui dans divers domaines, en particulier dans le domaine du commerce électronique, qui ont fait du monde un village électronique, ont un grand impact sur le développement économique, et il est donc nécessaire d'aborder son concept et son impact sur le développement et les défis et obstacles auxquels il est confronté, en particulier au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, tels que l'infrastructure, le paiement électronique, l'infrastructure de marketing numérique et la logistique, et les gouvernements doivent soutenir cela, mais il y a beaucoup de progrès et Prospérité dans le domaine du commerce électronique dans la région Cela contribue à renforcer l'économie, à stimuler les opportunités d'emploi, à améliorer le niveau de vie des citoyens et à trouver des solutions dans le but de faire du commerce électronique l'un des principaux piliers pour pousser la roue du développement économique pour le mieux.

- les mots clés:

1- Commerce électronique

4- Infrastructures

2- Développement économique

5- Structure du marketing numérique

3- Paiement électronique

6- Logistique

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
/	البسمة
/	إهداء
/	شكر و عرفان
/	ملخص الدراسة
/	فهرس المحتويات
/	قائمة الجداول و الأشكال
/	ملاحق
أ ~ د	مقدمة
1	الفصل الأول : مفاهيم أساسية حول التجارة الالكترونية
2	تمهيد الفصل
3	المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية
3	المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية.
6	المطلب الثاني: خصائص التجارة الالكترونية.

6	المطلب الثالث: أهمية التجارة الالكترونية.
7	المطلب الرابع: الاجراءات القانونية الدولية في تنظيم التجارة الالكترونية.
8	المبحث الثاني: أنواع ومعوقات التجارة الالكترونية
8	المطلب الأول: أنواع التجارة الالكترونية.
9	المطلب الثاني: معوقات التجارة الالكترونية.
10	المطلب الثالث: آثار التجارة الالكترونية.
11	خلاصة الفصل
12	الفصل الثاني: العلاقة بين التجارة الالكترونية و التنمية الاقتصادية
13	تمهيد الفصل
14	المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية.
14	المطلب الأول: مفهوم وخصائص التنمية الاقتصادية.
15	المطلب الثاني: عقبات التنمية الاقتصادية.
16	المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية.
17	المطلب الرابع: الفرق بين التنمية الاقتصادية و النمو الاقتصادي.
19	المبحث الثاني: آثار التجارة الالكترونية على التنمية الاقتصادية

19	المطلب الأول: آثار التجارة الالكترونية على التنمية الاقتصادية.
22	المطلب الثاني: معوقات التجارة الالكترونية للتنمية الاقتصادية.
22	المطلب الثالث: الفرص المتاحة في التجارة الالكترونية للتنمية الاقتصادية.
23	المطلب الرابع: تحديات التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية.
24	خلاصة الفصل.
25	الفصل الثالث: تجارب بعض الدول في مجال التجارة الالكترونية
26	تمهيد الفصل
27	المبحث الأول: تجربة الصين في مجال التجارة الالكترونية
27	المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في الصين.
28	المطلب الثاني: أكبر بائعي التجزئة في الصين.
29	المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الصين.
31	المبحث الثاني: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في مجال التجارة الالكترونية
31	المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية.
34	المطلب الثاني: أكبر بائعي التجزئة في الولايات المتحدة الأمريكية.
34	المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية.

35	المبحث الثالث: تجربة اليابان في مجال التجارة الالكترونية
35	المطلب الأول: حجم التجارة الالكترونية في اليابان.
37	المطلب الثاني: أهم منصات التجارة الالكترونية.
38	المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد اليابان.
41	خلاصة الفصل.
42	الفصل الرابع: التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا
44	تمهيد الفصل
45	المبحث الاول: حجم السوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا.
46	المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط.
46	المطلب الثاني: حجم السوق التجارة الالكترونية في شمال افريقيا.
48	المطلب الثالث: أهم منصات التجارة الالكترونية في المنطقة.
49	المبحث الثاني: مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا و التحديات التي تواجهها
49	المطلب الأول: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الشرق الأوسط وشمال افريقيا.
54	المطلب الثاني: التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في المنطقة.

62	المبحث الثالث: فوائد التجارة الالكترونية في المنطقة.
62	المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على العمالة.
65	المطلب الثاني: أثر التجارة الالكترونية على الصادرات.
66	المطلب الثالث: أثر التجارة الالكترونية على الاستثمار.
68	خلاصة الفصل.
69	خاتمة
هـ ~ و	نتائج
ز	توصيات واقتراحات
/	قائمة المراجع

قائمة

الجداول و الأشكال
و التمثيلات البيانية

1- قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
19	مقارنة بين النمو الاقتصادي و التنمية الاقتصادية	01-01
39	أكبر أسواق التجارة الالكترونية حول العالم سنة 2023	02-03
51	الاحصاءات المتعلقة بالتجارة الالكترونية في بعض الدول العربية (2021-2022)	03-04
60	خلاصة التحديات	04-04
63	أثر التجارة الالكترونية على العمالة في الجزائر	05-04

2- قائمة الأشكال والتمثيلات البيانية:

الصفحة	العنوان	الرقم
5	أنشطة التجارة الالكترونية	01-01
5	المكونات الأساسية لنجاح التجارة الالكترونية	02-01
9	لأنواع التجارة الالكترونية	03-01
17	مؤشرات التنمية الاقتصادية	04-02
31	مبيعات التجارة الالكترونية بالتجزئة في الصين (2019- 2024)	05-03
32	احصاءات التجارة الالكترونية العامة للولايات المتحدة الأمريكية	06-03
35	سوق التجارة الالكترونية و المستهلكين في اليابان	07-03
36	سوق التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين بحسب قطاع 2023	08-03
40	قيمة سوق التجارة الالكترونية العالمية (بالمليار دولار)	09-03
52	مبيعات التجارة الالكترونية في مصر للفترة (2022- 2027)	10-04
53	مبيعات التجارة الالكترونية في تونس للفترة (2017- 2027)	11-04
53	مبيعات التجارة الالكترونية في السعودية للفترة (2019- 2026)	12-04
54	مبيعات التجارة الالكترونية في الامارات للفترة (2017- 2027)	13-04
55	نتائج استطلاع في بعض الدول في الشرق الأوسط وشمال افريقيا	14-04
58	خريطة تطوير التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا عام 2019	15-04

ملاحق



27 ديسمبر 2020

ملحق بالقرار رقم 10822... المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرطي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،
السيد(ة): بلحجة حنان الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 205870194 والصادرة بتاريخ: 2020/05/20
المسجل(ة) بكلية / معهد كلية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية
دراسة حالة منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
أصرح بشرطي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 01 جوان 2021

توقيع المعني (ة)

Belkas



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 شهر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله.

السيد(ة): خليلي زينب الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 4307578. والصادرة بتاريخ 27 / 08 / 2019
المسجل(ة) بكلية / معهد كلية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية
دراسة حالة منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 01.10.2020

توقيع المعني (ة)

مقدمة

شهد العالم من العقد الماضي تغييرات تطورات سريعة في مختلف المجالات بالأخص التقدم الهائل في التطور التكنولوجي، وظهور تقنيات حديثة حوّل العالم إلى قرية صغيرة، أو كما يطلق عليها البعض قرية واحدة الكترونية، وقد ساهم التقدم التكنولوجي في زيادة الترابط بين الأسواق العالمية و المحلية جراء النشاط التجاري، باعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فقد شكلت هذه التكنولوجيا محور تحول تجاري انجر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين و المستهلكين على حد سواء، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع جديد من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات و الاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة و الإلغاء النهائي لجميع القيود والحدود المادية و الجغرافية وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الالكترونية.

لقد أصبحت التجارة الالكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم فقد اكتسبت أهمية بالغة في تعظيم التواصل و النشاطات التجارية للمؤسسات من خلال التكنولوجيا الرقمية و تكنولوجيا المعلومات، المتضمنة أغلب العملاء و الشركاء التجاريين والمحافظة عليهم على خلاف التجارة التقليدية، حيث أصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في كل البيئة الحالية، حيث تسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية و التحديات الجديدة.

فالتجارة الالكترونية أصبحت تعادل الفرص التجارية الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الاسواق العالمية وترويج البضائع و السلع بكل يسر و سهولة متجاوزين بذلك كل الحدود، وكذلك أصبح بمقدور الأفراد اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

فالتجارة الالكترونية لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، بالرغم من أن التجارة الالكترونية بلغت حدوداً عالية في انتشارها لدى الدول الغربية و بعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة خاصة في ظل الوضع الاقتصادي الذي تعيشه الدول العربية، وأصبح للتجارة الالكترونية ضرورة ملحة ومتطلبات تنموية لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذلك تطوير قطاعاتها الانتاجية المحلية و التسويقية توفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي و زيادة التنمية الاقتصادية.

هنا تبرز ملامح إشكالية البحث و التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

الإشكالية:

ما مدى مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا؟

وماهي التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في المنطقة؟

❖ التساؤلات الفرعية:

- ماهي التجارة الالكترونية؟ وماهي الاجراءات القانونية التي تنظمها؟
- ما المقصود بالتنمية الاقتصادية؟ وما أثرها على التجارة الالكترونية؟
- ما هي اسباب نجاح التجارة الالكترونية في الدول المتقدمة؟
- كيف تساهم التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا؟

❖ فرضيات البحث:

تتمثل أهم فرضيات البحث في النقاط التالية:

- التجارة الالكترونية هي ظاهرة حديثة تعنى بعملية تبادل السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت.
- يؤثر الاقتصاد على التجارة الالكترونية.
- تساهم التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية بجزء بسيط.
- لا تزال منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا تواجه عراقيل التي تحول دون توسع وانتشار التجارة الالكترونية.

❖ أهداف البحث:

- معرفة مصطلح التجارة الالكترونية كونه مصطلح حديث النشأة في عالم المعاملات التجارية.
- التعرف على التجارة الالكترونية و أشكالها ومجالاتها.
- التعرف على الاجراءات القانونية للتجارة الالكترونية.
- التعرف على مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية.
- تجارب بعض الدول المتقدمة في التجارة الالكترونية وأسباب نجاحها.
- التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا وانعكاسها على التنمية.
- فوائد التجارة الالكترونية في المنطقة و التحديات التي تواجهها.

❖ أهمية البحث:

أعطى ظهور التجارة الالكترونية دافعا قويا لحجم المبادلات التجارية العالمية، من ضمنها أنها ساعدت الكثير من الأفراد و الشركات على تحقيق أرباح كبيرة بأقل جهد ممكن، وأصبحت ضرورية من أجل تحفيز المؤسسات على تطبيق هذه التجارة في معاملاتها الداخلية و الخارجية، ومناقشة مدى مساهمتها في تحقيق المزايا التنافسية للشركات بما يسهم في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا.

❖ أسباب اختيار البحث:

الدافع وراء اختياري لهذا الموضوع هو حدثته على المستوى الدولي و المحلي و تطوره المتسارع وبالتالي فإن معرفتي الخاصة به محدودة، فمزال العمل الالكتروني و التسويق الالكتروني بشكل عام و التجارة الالكترونية بشكل خاص حديث العهد أفرزه التطور التكنولوجي الهائل.

- زيادة مستعملي المنصات الالكترونية من المستهلكين و المؤسسات الاقتصادية استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في التعاملات التجارية.
 - معرفة دور التجارة الالكترونية في زيادة حجم الاقتصاد العالمي و المحلي ومساهمتها في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.
 - حب مجال التجارة ومغامرة الخوض فيه.
- ❖ منهجية البحث:**

اعتمدنا في منهجية البحث على المنهج الوصفي التحليلي و المنهج الاحصائي .

اخترنا منهج وصفي تحليلي وذلك للأسباب التالية: دراسة حالة، جمع بيانات كمية و نوعية، التنبؤ بالمستقبل، استخدام الارقام، تحديد اسباب.

واخترنا منهج احصائي وذلك للأسباب التالية: استخدام اساليب وطرق رقمية، اعتماد على الرسوم التحليلية و الجداول و البيانات.

❖ الإطار الزماني و المكاني:

الجانب المكاني يتحدد من خلال دراستنا واستعراضنا لدور التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا في التنمية الاقتصادية.

أما الجانب الزماني فيمكن حصره من 2017 إلى غاية 2024، ويليه بعض التوقعات لسنوات 2025-2026-2027.

❖ أدوات البحث:

اعتمدنا في دراستنا على الكتب، و مقالات اقتصادية، رسائل جامعية، ملتقيات و مؤتمرات، مواقع إلكترونية، قوانين ومراسيم ومجلات اقتصادية.

❖ هيكل الدراسة:

من خلال دراسة الموضوع ومعالجته قسمنا البحث إلى أربع فصول:

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول التجارة الالكترونية

تناولنا في المبحث الأول مفهوم التجارة الالكترونية

أما في المبحث الثاني، أنواع ومعوقات التجارة الالكترونية.

الفصل الثاني: العلاقة بين التجارة الالكترونية و التنمية الاقتصادية

تناولنا في المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية

أما المبحث الثاني، آثار التجارة الالكترونية على التنمية الاقتصادية.

الفصل الثالث: تجارب بعض الدول في التجارة الالكترونية

تناولنا في المبحث الأول تجربة الصين في التجارة الالكترونية

أما المبحث الثاني تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في التجارة الالكترونية وأهم المنصات.

الفصل الرابع: التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا

تناولنا في المبحث الأول حجم سوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا

أما المبحث الثاني، مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا

وأهم التحديات التي تواجهها المنطقة.

أما المبحث الثالث، فوائد التجارة الالكترونية في المنطقة.

خاتمة.

الفصل الأول:

مفاهيم أساسية حول التجارة
الإلكترونية

تمهيد:

يعود ظهور شبكات الانترنت عام 1996م، وكان ذلك بإنشاء وزارة الدفاع الأمريكية شبكة المشاريع البحثية المتقدمة، و كان في الموقع أول شبكة انترنت قادرة على العمل بين المنظمات لتلبية احتياجات الوزارة و المنظمات الأخرى و الأفراد.

في مطلع الثمانينات أصبحت التطبيقات التجارة الإلكترونية الأكثر انتشاراً بين المنظمات بأسلوب التبادل الإلكتروني للبيانات و البريد الإلكتروني، ويسمح هذا التبادل بإرسال و تسليم وثائق الاعمال.

وفي عام 1992م ظهرت الشبكة العالمية World Wide Web والتي جعلت الانترنت نابضا بالحياة وسهل الاستخدام.

وفي عام 1995م تطورت تطبيقات عديدة في التجارة الإلكترونية ومعظم الشركات الكبيرة و الصغيرة أصبحت تملك الانترنت على شكل مواقع وبوابات إلكترونية.

وقد شهدت التجارة الإلكترونية انتشارا واسعا في الآونة الأخير، وأصبحت أحد أهم أنشطة الاقتصاد الرقمي لاسيما في أعقاب جائحة كوفيد19، وباتت تلعب دورا كبيرا في تسيير و تنفيذ عمليات واسعة النطاق لبيع و شراء السلع و الخدمات على مستوى العالم على مدار الاربع و العشرين ساعة، وقد ساهمت في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين دول العالم.

سنتناول في هذا الفصل

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها ومميزاتها وأهدافها،

أما المبحث الثاني سنتناول فيه أنواع التجارة الإلكترونية و آثارها الايجابية و السلبية،

و معوقات التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات و التحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات و التقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، و أدى إلى ميلاد العديد من التطبيقات و الأنشطة الحديثة من بينها التجارة الإلكترونية، التي تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات و الاتصالات و انتشار الانترنت على وجه الخصوص، و أصبحت أسلوب حياة جديدة في بيئة التجارة و الأعمال العالمية و العربية.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الآن وذلك بسبب تعدد الجهات و المنظمات الدولية المعرفة لها، لذلك سوف ندرج بعض التعاريف منها:

تعبير التجارة الإلكترونية ينقسم إلى قسمين هما:

أولاً_ التجارة:

تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع و الخدمات بين الحكومات و المؤسسات و الأفراد و تحكمه قواعد و نظم متفق عليها.

ثانياً_ الإلكترونية:

هي أداة النشاط التجاري باستخدام الوسائط و الأساليب الإلكترونية التي من بينها شبكة الانترنت. (النمر، 2023، صفحة 6)

التجارة الإلكترونية:

هي المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد و الهيئات و التي تعتمد على معالجة و نقل البيانات إلى قيمة بما فيها الصوت و الصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة و التي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة. (زايدي و طوباشي، 2002، صفحة 360)

منظمة التجارة الإلكترونية:

عرفت التجارة الإلكترونية على أنها أنشطة إنتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية من هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات (سويقي، 2002، صفحة 343):

- (1) عمليات الاعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- (2) عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- (3) عمليات تسليم المشتريات.

منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية:

التجارة الالكترونية هي تنفيذ جميع عمليات البيع و الشراء على الخط المباشر من خلال شبكة الانترنت والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني، التي تتم بين مؤسسة أعمال ومؤسسة أعمال أخرى، أو بين مؤسسة أعمال ومستهلك. (عبد اللاوي، 2021، صفحة 691)

منظمة الأمم المتحدة UN:

تبادل معطيات المعلوماتية في مجالات الادارة و التجارة و النقل (United Nation UN).

المنظمة الدولية للاتصالات TU:

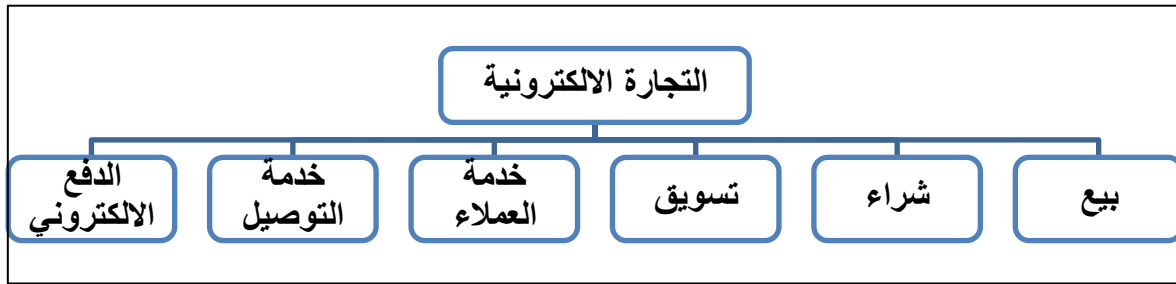
عملية انتاج ودعاية، بيع وتوزيع المنتجات بواسطة الوسائط الالكترونية معتمدة في ذلك على معالجة و نقل البيانات الرقمية (Union internationale des télécommunications (ITU)، تأسست سنة 1865.

أما في التشريع الجزائري، فقد عرف التجارة الالكترونية حسب المادة 06 من القانون 05/18 في 10 ماي 2018 على أنها نشاط تجاري الذي بموجبه يقوم مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع و الخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية. (الجريدة الرسمية عدد 28، 2018)

من خلال هذه التعاريف، نلاحظ أن الوسيلة المستخدمة في التعاقد هي شبكات الاتصال الالكتروني و أن التجارة الالكترونية منهج حديث في عملية البحث و استرجاع المعلومات لدعم قرار الافراد، والتعامل مع السلع و الخدمات بالسرعة الممكنة و أنها تمثل شكل من أشكال النشاط التجاري كوسيط في عمليات اعلان و عرض وتوزيع و بيع السلع و الخدمات، و تسوية العمليات بطريقة الكترونية من خلال أدوات الدفع الالكتروني منها بطاقات الائتمان، و هي أكثر أجهزة الدفع انتشارا على الانترنت و كانت أول بطاقة ائتمان قدمت منذ عقود مضت، وكذلك النقود الالكترونية و الشيك الالكتروني و الحافظة الالكترونية و البطاقات البنكية. (فاروق سيد، 2001، صفحة 24)

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن التجارة الالكترونية تركز على ستة أنشطة وهي حسب المخطط التالي:

شكل رقم 01-01: أنشطة التجارة الإلكترونية

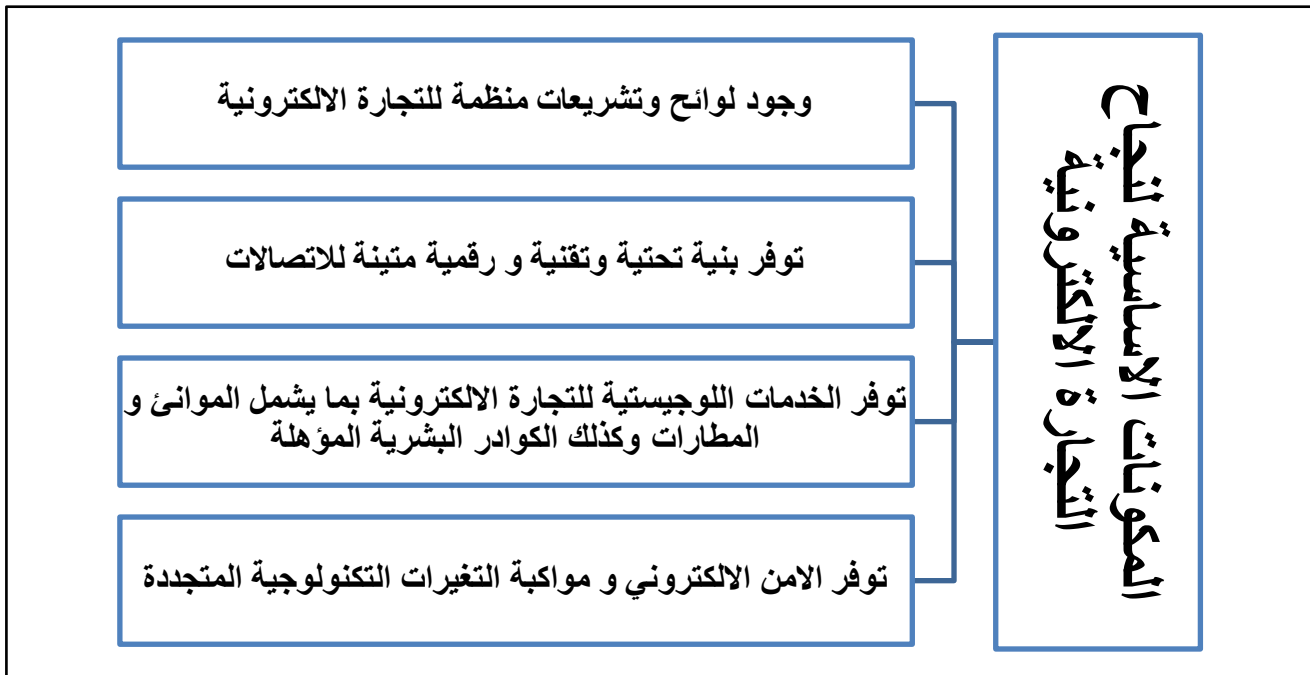


المصدر: من طرف الباحث

التجارة الإلكترونية هي عمليات الشراء و البيع للمنتجات السلعية و الخدمية عبر الشبكة العالمية للمعلومات "الانترنت" بمساعدة أدوات الاتصال، وتطبيقات الهواتف المحمولة وغيرها من الوسائل المتاحة.

ومن المكونات الأساسية لنجاح التجارة الإلكترونية ما يوضحه المخطط التالي:

شكل رقم 01-02: المكونات الأساسية لنجاح التجارة الإلكترونية



المصدر: من طرف الباحث

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي في جوهرها طريقة جديدة في التعامل مع الموردين و الشركاء ومن أهم خصائصها ما يلي (برهان و خطاب، 2009):

- شراء و بيع المنتجات و الخدمات الحالية من خلال موقع على الانترنت.
- بدء النشاط التجاري جديد وتحول المنتجات الى صورة رقمية.
- السرعة في انجاز العمليات التجارية.

- الطابع الدولي والعالمي لا تعرف حدود مكانية أو جغرافية.
- التعامل مع العميل وتتمثل في البريد الإلكتروني أو الصوت أو لقطات فيديو أو روابط.
- تلقائية التعامل فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبق لإجراء برائة تجارية و بدء التعامل الجديد.
- توفر خدمات التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوق تجاري متكامل.
- توفر الوقت و الجهد و تسهل الوصول إلى الأسواق الخارجية.
- تساعد على النمو الاقتصادي و تحصين الصادرات و الانتاج.
- التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين.
- غياب المستندات الورقية للمعاملات التجارية الإلكترونية.

المطلب الثالث: أهمية التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية أهمية كبيرة في وقتنا الحالي ولا تقتصر على صاحب المشروع أو الشركة فقط، فالأهمية تعود على الشركات والأفراد و المجتمع وتعد من اهم اختراعات العصر، و التي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية و السبب في ذلك هو:

- انخفاض التكلفة.
- حصول الزبون على المنتج من الشركة مباشرة عبر شبكة الانترنت.
- تجاوز حدود الدولة و التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة لاسيما في الدول النامية.
- التحرر من القيود.
- سرعة التسويق ومقارنة الاسعار. (كريمة، صفحة 17)
- تحقيق معدلات أعلى من المبيعات و زيادة الأرباح.
- ساعدت في رفع من مستوى المعيشة و المستوى الاجتماعي.
- ساهمت في تشغيل العديد من الشباب و تقليل معدل البطالة في المجتمع، وفرت فرص عمل للعديد من الشباب برأس مال قليل للغاية.
- أصبح عرض المنتجات في الاسواق المحلية و الدولية و العالمية ضمن خدمات التجارة الإلكترونية.
- دعم التنمية الاقتصادية وذلك من خلال المشروعات المتوسطة و الصغيرة التي تعد محورا أساسيا في التنمية الاقتصادية.
- دعم القطاعات التكنولوجية حيث يتيح انتشار التجارة الإلكترونية بيئة و مناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات وذلك بدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الانترنت. (أبو مصطفى، 2005، الصفحات 57-58)

المطلب الرابع: الإجراءات القانونية الدولية في تنظيم التجارة الإلكترونية

1) قانون الاونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية 1996:

يهدف إلى التمكين من مزاولة التجارة باستخدام وسائل إلكترونية وتسيير تلك الأنشطة التجارية من خلال تزويد المشرعين الوطنيين بمجموعة قواعد مقبولة دولياً ترمي إلى تذليل العقبات القانونية وتعزيز القدرة على التنبؤ بالتطورات القانونية في مجال التجارة الإلكترونية.

وتكمن أهميته في أنه أول نص تشريعي يعتمد المبادئ الأساسية لعدم التمييز و الحياد التكنولوجي و التكافؤ الوظيفي التي يراها الكثيرون أسس قانون التجارة الإلكترونية.

واضافة إلى ذلك فقد جدد القانون قواعد بشأن انشاء و صحة العقود المبرمة بوسائل الكترونية وبشأن اسناد وسائل البيانات و الاقرار باستلامها وتحديد وقت وزمان ارسالها وتلقيها.

2) اتفاقية الامم المتحدة بشأن استخدام الخطابات الإلكترونية في العقود

تهدف إلى تسهيل استخدام الخطابات الإلكترونية في التجارة الدولية، عن طريق التأكد من أن العقود المبرمة من الخطابات المتبادلة إلكترونياً صحيحة وقابلة للتنفيذ بقدر مثيلاتها من العقود و الخطابات الورقية التقليدية. (اتفاقية الامم المتحدة بشأن استخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية، 2005)

3) قانون الاتحاد الأوروبي في التجارة الإلكترونية

أصدر الاتحاد الأوروبي اتفاقية رقم 2000/31 المؤرخة في 8 جوان 2000 المتعلقة بالجوانب القانونية خدمات شركات المعلومات، بخصوص جوانب قانونية معينة لخدمات مجتمع المعلومات وخاصة التجارة الإلكترونية في السوق الداخلية، إذ عالجت المادة 09 منه مسألة إبرام العقود إلكترونياً تنص على أنه: "يجب على الدول الأعضاء ان تتأكد من أن نظامها القانوني يسمح للعقود بأن تبرم بواسطة الوسائل الإلكترونية. (Directive 31/CE du parlement europe, 2000)

المبحث الثاني: أنواع ومعوقات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: أنواع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من أنواع التجارة الإلكترونية حيث يتم استخدام هذه الأخيرة من طرفين، سواء كانوا أفراد ماديين أو معنويين أو مزيج بين النوعين، واستنادا إلى ذلك تنقسم التجارة الإلكترونية إلى الأنواع التالية:

(1) التجارة الإلكترونية بين وحدتي أعمال (وحدة أعمال و وحدة أعمال) B2B

تستعمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، ويقوم طرف بالشراء أو البيع أو التبادل السلعي بين شريكي أعمال، ويعد هذا النوع من أقدم أشكال التجارة الإلكترونية المستخدمة لوسائل تكنولوجيا المعلومات. (بن شهرة، 2011، صفحة 17)

(2) التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و المستهلك B2C :

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم التعامل فيه من بيع أو شراء بين المؤسسات التجارية و الأفراد أو المستهلكين، ويكون البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي، وقد ساهم هذا النوع في انتشار وظهور المراكز التجارية الافتراضية و الأسواق الإلكترونية التي توفر خدمات مختلفة وبأسعار منخفضة في جميع انحاء العالم. (يحيوي و يوسف، 2017، صفحة 185)

(3) التجارة الإلكترونية من المستهلك للمستهلك C2C:

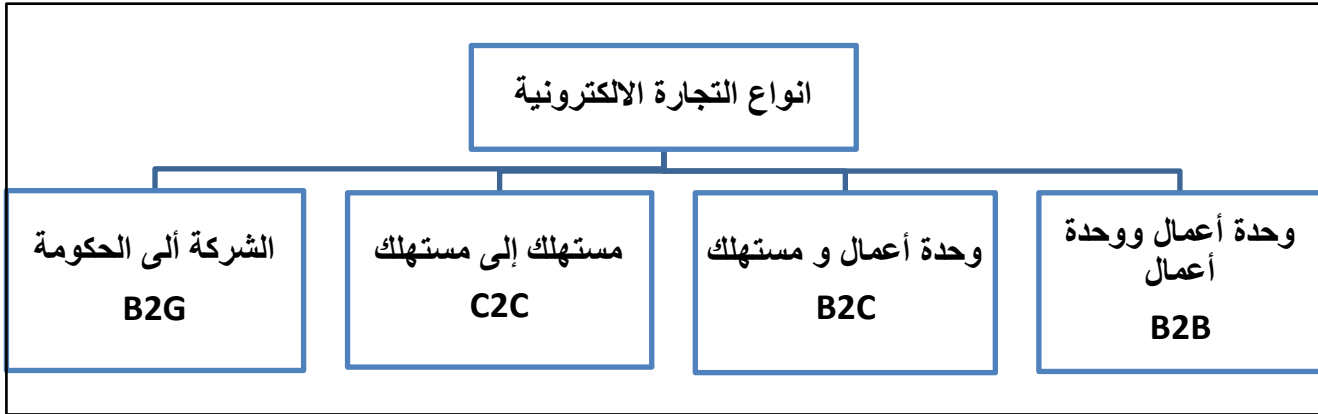
يقوم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين الأفراد، وذلك بالبيع و الشراء فيما بينهم وهذا من خلال المزادات التي تبني في شبكة الانترنت. (باسين و خلادي، 2015-2016، صفحة 6)

ومن الأمثلة الشهيرة على ذلك انشاء شركة e Bay.com مواقع للمستهلكين من خلالها بيئة تبادل ضخم على السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة، أي دون دخل من الوسيط. (كافي، 2009، صفحة 15)

(4) التجارة الإلكترونية من الشركة إلى الحكومة B2G:

هذا النمط من التجارة الإلكترونية يتضمن جميع المعاملات التجارية الإلكترونية التي تقدمها الشركات ذات الصلة بمشتريات الحكومة من مختلف السلع و الخدمات. (قاسم و محمود، 2021، صفحة 11)

الشكل رقم 01-03: أنواع التجارة الإلكترونية



المصدر: من عمل الباحث

المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية

تهدف التجارة الإلكترونية إلى اضعاف عاملي السرعة و السهولة على العمليات التجارية، ورغم الكثير من المميزات التي تتفوق بها على التجارة التقليدية إلا أن هناك بعض التحديات التي يواجهها القائمون على تلك التجارة ، وقد واجهت هذه الأخيرة العديد من العوائق التي أثرت عليها خاصة التفاوت التقني الهائل بين الدول المتقدمة و الدول النامية في حالات الاتصالات ومن أهم هذه المعوقات:

- زيادة تطلعات المستهلكين.
- انتشار الأمية.
- ارتفاع تكلفة الحصول على عملاء جدد.
- صعوبة جذب العملاء.
- صعوبة كفاءة قطاع الاتصالات في الدول النامية.
- غياب البنى التحتية و التي تتيح الاتصال بشبكة الانترنت.
- المنافسة العالية.
- ارتفاع مصاريف الشحن.
- تحول المورد إلى منافس.
- التعامل الخاطئ مع قنوات الترويج.
- تخلي العملاء على المشتريات.
- حدوث تراكمات مالية و أخطاء حسابية.
- صعوبة ادارة المخزون.
- غياب الوعي بكيفية اجراء المعاملات عبر الانترنت.
- ضعف الإلمام باللغة الانجليزية، علماً أن 89,5% من اللغات المتداولة في شبكة الانترنت هي اللغة الانجليزية.
- قلة عدد بطاقات الائتمان. (العيسوي، 2003)

المطلب الثالث: آثار التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية آثار ايجابية وسلبية

الآثار الايجابية للتجارة الإلكترونية

- التكلفة المنخفضة.
- كسر حواجز المكان الجغرافي و قدرة أكبر على التوسع.
- سهولة اتمام العملية التجارية من خلال الانترنت.
- سهولة الوصول إلى بيانات العملاء و تحليلها.
- سهولة عرض المنتجات الأكثر مبيعا.
- القدرة على معالجة كم كبير من الطلبات.
- من السهل استهداف المستهلكين.
- انتشار أكبر و قاعدة عملاء أوسع.
- دخل على مدار الساعة.
- إمكانية البيع دوليا.
- دعم التنمية الاقتصادية وذلك من خلال زيادة في حركة التجارة الدولية بفاعلية و كفاءة مما يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية. (الجداية و جودت، 2009)

الآثار السلبية للتجارة الإلكترونية:

- المنافسة الكبيرة في التجارة الإلكترونية.
- عدم توافر معاينة المنتجات كما في التجارة التقليدية.
- مشكلة شحن المنتجات.
- الانتظار ليوم و عدة أيام قبل استلام البضاعة.
- عدم إلمام بعض المستهلكين بتقنيات الحاسوب و الاتصالات.
- عدم ثقة بعض الأفراد في التبادل التجاري الإلكتروني.
- توقف الشراء في حالة تعطل الموقع.
- كثرة المتاجر الإلكترونية.
- إمكانية احتراق المواقع التجارية الإلكترونية.
- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء و الشركاء
- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية. (مدافي، 2011)
- النصب و الاحتيال من طرف الموردين المزيفين.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا السابقة استنتجنا أن التجارة الإلكترونية هي مزيج من التكنولوجيا و الخدمات من أجل الاسراع بأداء التبادل التجاري، و ايجاد آلية لتبادل المعلومات داخل مؤسسة الأعمال و بين مؤسسات الاعمال، و بين مؤسسات الأعمال و العملاء، أي عمليات البيع و الشراء و ترويج المنتجات.

كما أن التجارة الإلكترونية تتمتع بمزايا لا تتوفر في التجارة التقليدية، حيث تعد أفضل السبل للوصول إلى الأسواق العالمية، لأن وضع متجر إلكتروني على الشبكة يمكن جميع سكان العالم من الوصول إليه و شراء أي سلعة منه، دون الحاجة إلى تأشيرة دخول لهذا البلد، أو دفع رسوم جزائية على هذه السلعة.

ويمكننا القول أن هناك مجموعة من المتطلبات الرئيسية التي لا بد من أن تتوفر لتحقيق النمو و التطور في التجارة الإلكترونية، حيث لا بد من أن يكون هناك تعاون و تنسيق بين جميع الأطراف المعنية في الدولة وذلك لتحسين البنية التحتية لتقنيات الاتصالات و المعلومات، و تهيئة البيئة التشريعية و التنظيمية، و تحسين مناخ الأعمال و تطوير صناعة الاتصالات، و العمل إلى زيادة المنافسة و الشفافية على أسواقها، و تنمية و تأمين وسائل الدفع الإلكترونية، و تطوير الكوادر البشرية المؤهلة في مجال المعرفة التقنية، و تكنولوجيا المعلومات، و تنمية الوعي المجتمعي، بمعنى نشر الوعي بين المؤسسات و الشركات التجارية بأهمية التجارة الإلكترونية، و ما تنطوي عليه من خفض للتكاليف و سرعة انجاز الأعمال.

فإن نجاح التجارة الإلكترونية يتطلب صياغة استراتيجيات تسويقية أكثر فاعلية من تلك المتاحة للتجارة التقليدية.

عدم الاعتقاد بان مشتركى الانترنت يبحثون عن سلع رخيصة، فإن عنصر القيمة يكون حاضرا في ذهن العميل فانه يرضى ب:

- سلعة ذات جودة عالية و بأسعار تقل عن سلع المنافسين.
- سلعة تقدم منافع يقدرها على أنها كفيلة بتعويضه عن الأسعار العالية.

التجارة الإلكترونية يجب أن تكون وسيلة للنمو الاقتصادي.

الفصل الثاني:

العلاقة بين التجارة الإلكترونية
والتنمية الاقتصادية

تمهيد:

سعى الانسان خلال القرون الماضية إلى توفير أكبر قدر ممكن من الرفاهية المادية لتلبية حاجاته، وتحقق مستويات عليا من التطور التكنولوجي و المادي إلا أنه وجد أن التنمية التي سعى إلى تحقيقها بكل الوسائل لن تتحقق إلا به، فالتنمية مبحث من مباحث علم الاقتصاد يتناول الجوانب الاقتصادية لعملية التنمية في الدول ذات الدخل المنخفضة ولا يركز هذا الفرع على سبيل المثال من خلال تحسين الظروف الصحية و التعليمية وتوفير بيئة عمل صالحة:

فقد أصبحت التجارة الإلكترونية عاملاً مؤشراً في نمو اقتصاديات الدول، وتعزيز تجارتها الخارجية وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية في تسويق المنتجات، وتغيير المعلومات و الخدمات الفورية للمتعاملين فالميزة التنافسية يقصد بها تكاليف أقل، وجودة عالية، وتوفير خدمة ما بعد البيع أفضل، وسرعة في الأداء.

تساهم التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية الاقتصادية في العالم، وذلك من تنشيط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وزيادة القدرة على التنافسية، وخلق فرص عمل جديدة و تعظيم الاستفادة من الفرص في سوق التكنولوجيا المستخدمة. وهذا ما سنتطرق اليه في هذا الفصل:

سوف نتناول في المبحث الأول: __ ماهية التنمية الاقتصادية؟

__ وما الفرق بين التنمية الاقتصادية و النمو الاقتصادي؟

__ ما عقبات التنمية الاقتصادية؟

أما المبحث الثاني سوف نتناول فيه: __ علاقة التجارة الإلكترونية بالتنمية الاقتصادية،

__ وماهي العوامل المؤثرة في هذه العلاقة؟

المبحث الأول: التنمية الاقتصادية

المطلب الأول: ماهية التنمية الاقتصادية

مفهوم التنمية الاقتصادية:

تعرف التنمية الاقتصادية بأنها: تقدم عن طريق استنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل ورفع مستويات الانتاج، من خلال إنماء المهارات، و الطاقات البشرية، و خلق تنظيمات أفضل. (هوشيار، 2005، صفحة 11)

كما تعرف على أنها عملية يزداد فيها الدخل القومي و دخل الفرد في المتوسط، بالإضافة إلى تحقيق معدلات عالية من النمو في قطاعات معينة تعبر عن التقدم (عابد و آخرون، صفحة 76)

التنمية الاقتصادية :

هي عبارة عن أحد المقاييس الاقتصادية المعتمدة على التكنولوجيا للانتقال من حالة اقتصادية إلى أخرى جديدة، كما تعرف على أنها العملية الهادفة إلى تعزيز نمو اقتصاد الدول، وذلك بتطبيق العديد من الخطط التطويرية التي تجعلها أكثر تقدماً و تطوراً. (مصطفى و سايبة، 2014، صفحة ص12)

التنمية الاقتصادية:

هي مجموعة من الوسائل المستخدمة بتضافر جهود الأفراد و الحكومات لتحسين مستوى الحياة لهؤلاء الأفراد اقتصادياً واجتماعياً و ثقافياً. (الموقع الإلكتروني للأمم المتحدة)

من خلال هذه التعاريف، نلاحظ أن التنمية الاقتصادية بانها العملية التي تهدف لتطوير نمو اقتصاد الدول المختلفة، وهي خطوة مهمة وجوهرية لوضع البلد نحو الطريق الصحيح، وتهدف إلى التطوير والنجاح و تحسين الأوضاع الاقتصادية وتحقيق نمو اقتصادي مستدام، وزيادة معدلات الانتاج و الانتاجية وتحسين مستويات المعيشة للأفراد فالتنمية الاقتصادية لها أهمية كبرى منها:

- 1) زيادة مستوى المعيشة وذلك من خلال زيادة دخل الافراد وتحسين مستوى المعيشة.
- 2) خلق فرص عمل: تعمل التنمية الاقتصادي على خلق فرص عمل جديدة وتوسيع قاعدة العمل في الدولة أو المنطقة وبالتالي يسهم في تقليل معدلات البطالة.
- 3) تحسين البنية التحتية: تعمل التنمية الاقتصادية على تعزيز الاستثمار في البنية التحتية مثل الطرق و الجسور و المطارات وشبكات الاتصال.
- 4) الاهتمام بالتبادل التجاري: وهذا الهدف خاص بتنمية التجارة ويهتم بمتابعة الصادرات و الواردات التجارية المعتمدة.
- 5) تحقيق التنمية المستدامة: وذلك من خلال التوازن بين الاحتياجات الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية.

ومن أهم خصائص التنمية الاقتصادية:

- (1) النمو الاقتصادي: يعد مؤشرا هاما و أساسي للتنمية الاقتصادية، ويشير إلى زيادة في الانتاج و الناتج الاقتصادي على مدى فترة زمنية محددة، ويتم قياسه عادة بالناتج المحلي الإجمالي أو بمؤشرات أخرى مثل معدل النمو الاقتصادي السنوي.
 - (2) ضرورة أن يتم استغلال جميع الموارد و الامكانيات المختلفة التي تعمل على تطوير قطاعي الصناعة و الزراعة وكذلك التجارة المحلية.
 - (3) السعي للاستفادة من التكنولوجيا وكذلك من الأجهزة الالكترونية المتقدمة.
 - (4) الحفاظ على الموارد الطبيعية.
 - (5) المساهمة برفع مستوى المنظومة التعليمية.
- يتم قياس التنمية الاقتصادية بواسطة دليل التنمية البشرية IDH ويشمل ثلاث معايير أساسية متمثلة في المستوى الصحي، المستوى التعليمي، و المستوى المعيشي حيث صدر هذا الأخير من طرف الأمم المتحدة سنة 1990 في إطار برنامج الأمم المتحدة الإنمائي PNUD.

المطلب الثاني: عقبات التنمية الاقتصادية

هناك الكثير من العقبات التي يمكن أن تعيق التنمية الاقتصادية من بينها:

- (1) الافتقار إلى البنية التحتية.
- (2) ضعف التعليم و العمالة الماهرة.
- (3) عدم الاستقرار السياسي.
- (4) عدم كفاية الرعاية الصحية و الصحة العالمية.
- (5) عدم كفاية الوصول إلى رأس المال و الخدمات المالية.
- (6) الفساد و عدم الكفاءة البيروقراطية.
- (7) الموارد الطبيعية المحدودة و الضعف المالي.
- (8) الصراع و العنف.
- (9) عدم وجود بيئة جاذبة للاستثمار.
- (10) عدم القدرة على ايجاد الحلول المبتكرة.
- (11) عدم وجود شبكة مواصلات و اتصالات متطورة.
- (12) عدم الفهم الدقيق لأحوال السوق. (مصطفى و بن سابة، 2014)

المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية

تعددت المؤشرات الاقتصادية لقياس التنمية الاقتصادية، إلا أنه سوف يتم التركيز على بعض المؤشرات الشائع استخدامها ومنها الاقتصادية الناتج المحلي الاجمالي، التجارة الخارجية، الاستثمار، الفقر، ومنها مؤشرات اجتماعية مثل الصحة و التعليم، ومنها المؤشرات البيئية مثل متوسط نصيب الفرد من انبعاثات غاز CO₂، ومن هنا لزم التطرق إلى مفهوم المؤشر الاقتصادي.

المؤشر الاقتصادي: هو عبارة عن أدوات اقتصادية تستخدم من أجل التنبؤ بالحالة الاقتصادية المستقبلية للدولة، والتعرف على مدى قوتها في أسواق المال العالمية، وكذلك هي احصائيات وتقارير وبيانات اقتصادية مدروسة ومجدولة مسبقا يتم خلالها قياس أداء جميع القطاعات الاقتصادية في الدولة. (عليما، صفحة 46)

أولاً_ الناتج المحلي الاجمالي GDP: يعرف الناتج المحلي الاجمالي بأنه قيمة السلع و الخدمات النهائية التي تم انتاجها داخل حدود الاقتصاد، سواء ان تم ذلك باستخدام عناصر الانتاج الوطنية أو غير الوطنية الموجودة داخل حدود الاقتصاد خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة (عليما، صفحة 47)، وهو من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تقيس النمو الاقتصادي، فكلما ارتفع هذا المؤشر كان ذلك دلالة على تقدم اقتصاد الدولة .

وقد قسم البنك الدولي العالمي العالم إلى خمس مجموعات من الدول على أساس حدود المعيشة بالنسبة لمعدل الناتج القومي. (أبونحول، 2021، صفحة 240)

ثانياً_ التجارة الخارجية: يعد الانفتاح على العالم الخارجي مقاسا لارتفاع الأهمية النسبية للتجارة الخارجية كنسبة من الناتج المحلي الاجمالي لها، مؤشر على تحقيق الاقتصاد النمو الاقتصادي أحد مكونات التنمية الاقتصادية، لاسيما أن الطلب الكلي الفعال دالة موجبة في صافي التعامل مع العالم الخارجي، ويمثل هذا الأخير المحدد الرئيسي للنمو الاقتصادي ومن ثم التنمية الاقتصادية. (أبونحول، 2021، صفحة 247)

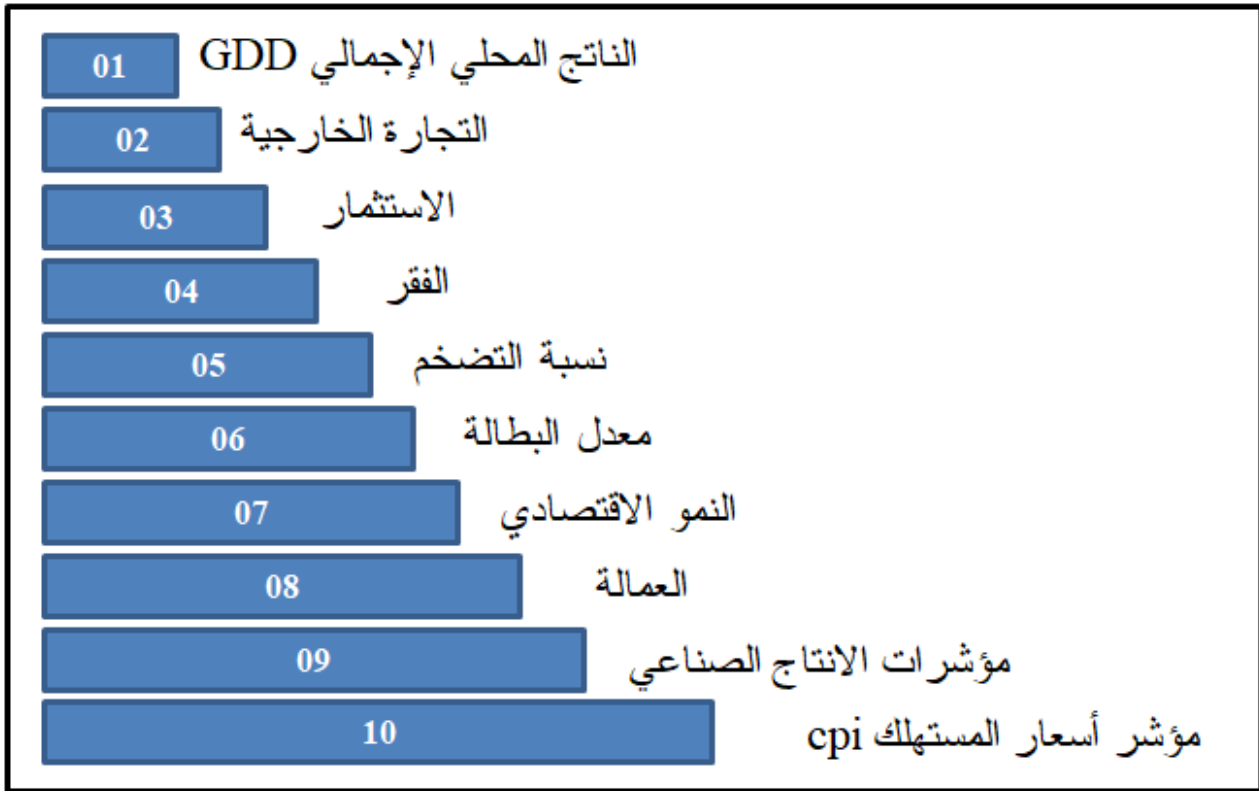
ثالثاً_ الاستثمار: يشير الاستثمار إلى التغيير في رأس المال، وتعد قدرة الدولة على جذب المزيد من الاستثمارات على نجاح التنمية الاقتصادية، فالتنمية الاقتصادية دالة موجبة على النمو الاقتصادي كما أن هذا الأخير دالة موجبة في التراكم الرأسمالي أي التغيير في رأس المال، لذا من المهم العمل على تذليل العوائق أمام الاستثمار وتحقيق الاستقرار الكلي لتشجيع الاستثمارات.

رابعاً_ الفقر: يعد القضاء على الفقر هدفاً رئيسياً للتنمية الاقتصادية، إذ تستهدف التنمية الاقتصادية العالمية القضاء على الفقر المدقع، ومن ثم يمكن الاعتماد على مؤشرات الفقر في قياس انجازات التنمية الاقتصادية.

خامساً_ نسبة التضخم: التضخم هو الارتفاع الدائم والملموس في المستوى العام لأسعار السلع و الخدمات، و الذي يصاحبه ارتفاع تكاليف المعيشة بالتالي تدهور القدرة الشرائية، وهذا يعني أنه لا يمكن للمستهلكين شراء السلع و الخدمات بنفس المبلغ من المال. (عنتر و بلعباس، 2016، صفحة 92)

كلما انخفض مستوى التضخم كان ذلك دليلاً على تقدم الاقتصاد.

شكل رقم: 02-04: مؤشرات التنمية الاقتصادية



المصدر: من أعداد الباحث

المطلب الرابع: الفرق بين التنمية الاقتصادية و النمو الاقتصادي

يمكن التمييز بين النمو الاقتصادي و التنمية الاقتصادية من خلال التطرق لكلا المفهومين كما تم سابقا، حيث نجد أن النمو يعرف على أنه تحقيق زيادة في الدخل أو الناتج القومي الحقيقي عبر الزمن، أو أن يشير إلى عملية الزيادة الثانية أو المستمرة التي تحدث في جانب معين من جوانب الحياة.

كما أن النمو و التنمية عمليتان تؤثران مع بعضهما البعض لكنهما تختلفان من حيث المفهوم، فالنمو شرط ضروري للتنمية أما التنمية تضمن استمرارية النمو.

كما أن النمو الاقتصادي يمكن قياسه كنسبة مئوية للزيادة المحققة في الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي مع استبعاد آثار التضخم، كما يمكن قياس النمو الاقتصادي وفقا لبيانات الدخل القومي الاجمالي وهي الطريقة التي يعتمدها البنك الدولي في حساباته، وتشمل هذه البيانات الدخل الذي تم حقيقته الدولة خارج أراضيها، وهو مصدر دخل مهم للعديد من الأسواق وبدونه ستكون قيمة اقتصاديات بعض الدول أقل.

ووفقا لما سبق فإن التنمية أوسع و أشمل من النمو الذي يخص المجال الاقتصادي فقط.

فالنمو الاقتصادي مفهوم أضيق من التنمية الاقتصادية بينما التنمية الاقتصادية مفهومها أوسع من النمو الاقتصادي، فالتنمية الاقتصادية تشمل النمو الاقتصادي و مستوى المعيشة.

_ النمو الاقتصادي أحادي الاتجاه بطبيعة الحال لأنه يركز على الدخل الفردي و القومي، بينما التنمية الاقتصادية ظاهرة متعددة الاتجاهات لأنها تركز على دخل الناس وتحسين مستوى معيشة الناس في الدولة.

_ مؤشرات قياس النمو الاقتصادي كمية زيادة الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي بينما مؤشرات التنمية نوعية وكمية مؤشر التنمية البشرية ومؤشرات الفقر ومؤشرات اجتماعية.

_ النمو الاقتصادي قياساته دقيقة بينما التنمية لا يمكن قياسها بدقة.

_ النمو الاقتصادي لا يهتم معدل زيادة الدخل الوطني بينما التنمية الاقتصادية تهتم بزيادة متوسط الدخل الفردي.

_ النمو الاقتصادي متعلق بالدول المتطورة في العالم بينما التنمية الاقتصادية متعلقة بالدول المتطورة و غير المتطورة في العالم.

_ النمو الاقتصادي له تأثير كمي على الاقتصاد مثل زيادة دخل الفرد والناتج المحلي الاجمالي بينما التنمية الاقتصادية لها تأثير نوعي وكمي في الاقتصاد مثل تحسين في معدل العمر المتوقع ومحو الامية وخفض معدل الوفيات. (د.معارفي)

الجدول رقم 02- 01: مقارنة بين النمو الاقتصادي و التنمية الاقتصادية

التنمية الاقتصادية	النمو الاقتصادي	
تهدف إلى التغيير الهيكلي داخل الاقتصاد	يهدف إلى زيادة الانتاج داخل الاقتصاد	الهدف
مؤشر التنمية البشرية، مؤشر الأمية وغيرها	المعيار الكمي هو معدل نمو الناتج الداخلي الخام	المعيار
يترتب عنها تغيرات داخل هيكل الدخل، الادخار و الاستثمارات، جنباً إلى جنب مع حدوث تغيرات داخل الهيكل الاجتماعي و الاقتصادي للبلاد	يترتب عنه تغيرات في مستوى الناتج من السلع و الخدمات	الآثار
ترتبط التنمية الاقتصادية باستخدام و تطور الموارد غير المستقلة	يرتبط النمو الاقتصادي بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة	الاستخدامات
ترتبط التنمية الاقتصادية مع زيادة رأس المال البشري، و التغيرات الهيكلية مما يؤدي إلى تحسن مستوى المعيشة للسكان	يرتبط النمو الاقتصادي بالزيادة التدريجية لمكونات الناتج المحلي الاجمالي، الاستهلاك، صافي التجارة الخارجية، الانفاق الحكومي و الاستثمارات.	النمو
التغيرات الكمية و النوعية داخل الاقتصاد	التغيرات الكمية داخل الاقتصاد	التأثير

المصدر: إعداد الباحث بناء على مفاهيم النمو و التنمية

المبحث الثاني: آثار التجارة الإلكترونية و معيقاتها على التنمية الاقتصادية

المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية

حسب دارستنا السابقة، لاحظنا أن هناك علاقة وطيدة بين التجارة الإلكترونية و التنمية الاقتصادية وذلك على مستوى الدعم للتجارة الخارجية، ودعم التنمية الاقتصادية و التوظيف ودعم القطاعات التكنولوجية، وسوف نتطرق بالتفصيل إلى هذه العلاقة:

1. دعم التجارة الخارجية:

توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية أو إمكانية التسوق للسلع و الخدمات عالمياً وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد العقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق و الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين. ويظهر أثر التجارة الإلكترونية أكثر في تجارة الخدمات بين الدول مما يؤدي بدوره إلى ارتفاع درجة الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال، حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة مهمة تقدر بنحو 60% من اجمالي الانتاج

العالمي، وبالرغم من ذلك فإن حجمه لا يتجاوز 20% من التجارة الدولية، وربما يعود ذلك إلى أن أداء الكثير من الخدمات يتطلب وسيلة اتصال وكذلك القرب الجغرافي بين المستهلكين و المنتجين ولكن مع ظهور تقنية المعلومات الحديثة فقد هيأت التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت وسيلة الاتصال المفقودة بين المستهلك و المنتج، وبذلك ساهمت في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات. (زيدان، 2022، صفحة 64)

2. دعم التنمية الاقتصادية:

تمثل المشروعات المتوسطة و الصغيرة محورا أساسيا في التنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية، وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة و متوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف، و التسويق، و الدعاية، و الاعلان، و توفير الوقت و المكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية وهذا ينعكس ايجابيا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

كما يشير أحد الاقتصاديين إلى أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية فيما بين قطاعات الأعمال، يمكن أن يؤدي إلى زيادة دائمة في مستوى الناتج بمتوسط 15% من اقتصاديات الدول المتقدمة على مدى السنوات العشر القادمة، مما يعني زيادة في نمو الناتج القومي الاجمالي بنسبة 25% في السنة. (د. شاهين، 2018، صفحة 201)

3. دعم التوظيف:

تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تنتج اقامة مشاريع تجارية صغيرة و متوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لاسيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية الأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الاقليمي و العالمي دون الحاجة للانتقال، كما توفر التجارة الإلكترونية فرص وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية مثل المختصين في انشاء المواقع التجارية الإلكترونية، و المتاجر الإلكترونية بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات و الاتصالات التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات و البرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها.

4. دعم القطاعات التكنولوجية:

يتيح انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي خلق بيئة و مناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات و الاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الانترنت، ومع تطور ونمو التجارة الإلكترونية وانتشار استخدامها في التعاملات التجارية، يصبح هناك فرصا استثمارية لتوجيه رؤوس الاموال للاستثمار في تطوير و تحسين البنى التحتية الإلكترونية.

5. الاستثمار:

تخلق التجارة الإلكترونية فرصا استثمارية جديدة وخاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، لأنها تؤدي دورا هاما في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، فانتشار التجارة الإلكترونية يتطلب زيادة الانتاج في هذا القطاع، وتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في قطاع التكنولوجيا و الاتصالات الذي يعمل على دعم الاقتصاد القومي.

6. النمو الاقتصادي:

تؤثر التجارة الإلكترونية على متغيرات اقتصادية ومعدلات النمو فهي تؤدي إلى زيادة الأجور ورفع مستوى المعيشة للأفراد و هيكله الأسواق وتوسع نطاق التسويق، مما يعمل على زيادة المبيعات و الصادرات، و بالتالي زيادة الانتاج ومعدلات النمو فاستخدام الدول للوسائل التكنولوجية الحديثة في التجارة يعمل على زيادة قوة اقتصادها ونموها، ويعود ذلك بالنفع على القطاعات الاجتماعية و الصحية و التعليم جراء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في تعاملاتها، وفي ظل التجارة الإلكترونية يمكن تطوير الانتاج بشكل يتوافق مع طبيعتها الإلكترونية مما يزيد المبيعات و يعمل على زيادة أرباح الشركات. (د.شاهين، 2017)

7. توسيع نطاق السوق:

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر ايجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت تجعل المنتجات من السلع و الخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين.

8. تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق:

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليل المنافسات بين المنتجين و المستهلكين، مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع و المشتري الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى و نوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات و أسعارها ومنتجها في الأسواق وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الاسواق الإلكترونية.

9. تعدد الخيارات:

توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكانية الوصول إلى منتجات و مراكز التسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فان الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الانترنت.

المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية للتنمية الاقتصادية

(1) توقف العمليات التجارية و المالية:

حيث تحدث العديد من الهجمات الإلكترونية على المؤسسات التجارية و المالية، الأمر الذي يؤدي إلى توقف العمليات و المعاملات الحرجة بين الشركات و الافراد.

(2) تأثيرها على المصانع و المنشآت الحيوية:

يمكن للهجمات الإلكترونية تعطيل أنظمة التحكم في المصانع و المنشآت الحيوية، مما يؤدي إلى توقف الانتاج و حدوث خسائر اقتصادية كبيرة.

(3) التأثير على السلامة العامة:

قد تسبب الهجمات الإلكترونية على الأنظمة الحيوية و التحكيمية في حدوث كوارث بيئية أو انهيارات للأمن العام.

(4) اتلاف البيانات:

يمكن للهجمات الإلكترونية تدمير البيانات الهامة في المؤسسات، مما يؤدي إلى تأثير كبير على الأعمال اليومية و الانتاجية التي تعتمد على هذه البيانات. (عبد الصبور و عبد القوي، 2012، صفحة 25)

المطلب الثالث: الفرص المتاحة في التجارة الإلكترونية للتنمية الاقتصادية

1- الوصول إلى الأسواق العالمية:

يمكن للشركات التوسع و تصدير منتجاتها إلى أسواق جديدة في مختلف أنحاء العالم مما يعزز النمو الاقتصادي و ويزيد من فرص العمل.

2- تحسين الكفاءة و تقليل التكاليف:

يمكن للشركات تحقيق توفير كبير في التكاليف من خلال العمل بشكل الكتروني مثل توفير تكاليف الايجار و التشغيل و العمالة.

3- تعزيز الابتكار:

يمكن للشركات الصغيرة و المتوسطة توسيع نطاق عملها و الوصول إلى فرص جديدة للابتكار و تطوير منتجات و خدمات جديدة.

4- توفير فرص العمل:

يمكن أن تسهم التجارة الإلكترونية في خلق فرص عمل جديدة و توسيع سوق العمل.

5- تحسين تجربة المستهلك:

يمكن للمستهلكين الاستفادة من تجربة تسوق مريحة ومنتجات متنوعة وأسعار تنافسية من خلال التجارة الإلكترونية. (د.شاهين، 2017، صفحة 87)

المطلب الرابع: تحديات التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية

1. البنية التحتية:

قد تواجه الدول التي لديها بنية تحتية ضعيفة تحديات في تطوير الشبكات اللازمة لدعم التجارة الإلكترونية وتوصيل المنتجات إلى العملاء.

2. الأمان والحماية:

يجب وضع اجراءات أمنية قوية لحماية البيانات والمعلومات الشخصية للعملاء وذلك لتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية وتجنب عمليات الاحتيال و الاختراق.

3. القوانين والتشريعات:

قد تواجه الشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية تحديات في الامتثال للقوانين و التشريعات المحلية و الدولية وخصوصا في ما يتعلق بحماية المستهلك و الخصوصية.

4. الثقة:

قد يواجه المستهلكون تحديات في الثقة في التجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بجودة المنتجات و مصداقية البائعين، يجب ان تعمل الحكومات و الشركات على تعزيز الثقة من خلال تطبيق سياسات الجودة و توفير ضمانات للمستهلكين.

5. التوصيل:

قد تواجه الشركات التجارية تحديات في توصيل المنتجات إلى العملاء في وقت قصير وبأسعار معقولة خاصة في المناطق النائية أو البلدان ذات البنية التحتية الضعيفة. (د.شاهين، 2017)

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا في هذا الفصل لعلاقة التجارة الإلكترونية بالتنمية الاقتصادية نستخلص أن التجارة الإلكترونية إحدى القوى الداعمة للاقتصاد و إحدى دعائمه الأساسية، وبالرغم من الوعي المتزايد بأهمية التجارة الإلكترونية و التي تعتبر مولود جديد له دور بارز في عملية التنمية الاقتصادية مستقبلا، وهذا من خلال معالجة جميع المشاكل و المعوقات التي تعيق استخدام التجارة الإلكترونية في كافة المجالات، وتوجيه الجهود المنظمة والمدروسة على مختلف المسارات المتوازية بهدف تحقيق الأهداف التنموية.

الأمر الذي يجعل عملية البحث عن سياسة دعم وتعزيز دور التجارة الإلكترونية في اقتصاديات العالم مطلباً تنموياً جاداً، فالتجارة الإلكترونية لها تأثير على اقتصاديات العالم، وذلك من خلال التأثير الكبير على الاقتصاد الوطني، من خلال زيادة القدرة على التنافسية، وأداة لتنشيط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وخلق فرص عمل جديدة للعمل الحر، وكذلك أداة للاستفادة من السوق في التكنولوجيا المتقدمة.

إلا أن هذه التأثيرات أعطت دافع قوي لتنمية البنية الأساسية، واتباع استراتيجيات خدمة قطاع التجارة الإلكترونية سواء في المجال القانوني أو المصرفي أو التأميني أو الضرائبي وذلك بوضع أهداف لتحقيق الميزة التنافسية، ووضع خطط لتحقيق الأهداف المرجوة.

الفصل الثالث:

تجارب بعض الدول في مجال
التجارة الإلكترونية

تمهيد:

على مدار السنوات الماضية ومع أحداث التطورات في التكنولوجيا، أصبح التسوق عبر الانترنت الاكثر شيوعا، وأصبح للانترنت مكانة مهمة بشكل متزايد، وأصبح لدى المزيد من الأشخاص امكانية الوصول إلى المنصات عبر الانترنت.

تسمح أفضل مواقع التجارة الالكترونية للمستهلك العادي بمقارنة الاسعار وفي معظم الأحيان يجد صفقة أفضل من المتاجر المعروضة في الشارع، يستطيع معظم موردي التشغيل عبر الانترنت خفض الايجار من خلال عدم وجود متاجر حقيقية، وهذا ينعكس على الاسعار، ناهيك عن أن المستهلك يمكنه الوصول إلى مجموعة واسعة من الموردين أكثر مما لو كان لديهم فاتورة تسوق في مكانهم المحلي، لأن غالبية الموردين يشحنون في أي مكان في فترة زمنية تنافسية على وشك ان تصبح مجتمعا غير نقدي.

سنتناول في هذا الفصل:

المبحث الأول عن تجربة الصين في مجال التجارة الالكترونية وما مدى مساهمتها في التنمية الاقتصادية،

أما المبحث الثاني سنتناول فيه تجربة الولايات المتحدة الأمريكية وما مدى مساهمتها في التنمية الاقتصادية،

والمبحث الثالث سنتناول تجربة اليابان في التجارة الالكترونية و مساهمتها في التنمية الاقتصادية.

المبحث الأول: تجربة الصين في مجال التجارة الالكترونية

تتصدر الصين لعبة التجارة الالكترونية ويسعى المستثمرون الأجانب بشدة وراء أن تصبح مجتمعا غير نقدي، وتعد أفضل مواقع التجارة الالكترونية في الصين نظرا لأن سكانها البالغ عددهم 1.4 مليار نسمة، من أكبر مواقع التجارة الالكترونية في العالم، لدخول سوق التجارة الالكترونية في الصين، من الضروري أن يقوم التجار بإنشاء موقع ويب قوي لذلك يجب عليك اختيار موقع موثوق به ووكالة تطوير الويب لتحويل ناجح إلى الانترنت.

المطلب الاول: حجم سوق التجارة الالكترونية في الصين

عرفت التجارة عبر الانترنت في الصين ارتفاع بنسبة 12 % في السنوات العشر الماضية، فهي تسعى لظهور كرائد عالمي في سوق التجارة الالكترونية العالمي، مع ثالث أكبر مستخدمي الانترنت في العالم، أدرك قادة الأعمال فيها بشكل عام فوائد التجارة الالكترونية، من حيث تعزيز الوجود الصيني في ساحة الأعمال التجارية الدولية، وتقوية العمليات التجارية و القنوات، وتكوين علاقات أفضل مع العملاء، على الرغم من هذه العوامل لازالت تعاني الامكانات الكاملة للتجارة الالكترونية بسبب قيود الدولة وأنظمة الدفع وعدم كفاية الاتصالات السلكية واللاسلكية.

من بين 649 مليون مستخدم للانترنت، و577 مليون مستخدم للانترنت عبر الهاتف المحمول في جمهورية الصين الشعبية، هناك 361 مليون متسوق عبر الانترنت في سنة 2015، ولتوسيع نطاق التجارة عبر الحدود بدأت الحكومة أيضا في استراتيجيتها " حزام واحد، طريق واحد" والتي تهدف إلى تعزيز البنية التحتية على كل من الطريق البري على جمهورية الصين الشعبية إلى الغرب عبر آسيا الوسطى وعلى الطرق البحرية من الجنوب عبر جنوب شرق آسيا ثم إلى جنوب آسيا، ثم إلى شرق آسيا ثم جنوب آسيا وأفريقيا وأوروبا. على الصعيد المحلي، تعمل حكومة الصين على دعم الجهود المبذولة في تعزيز التجارة الالكترونية من خلال انشاء 53 مدينة نموذجية وطنية للتجارة الالكترونية، و34 منطقة تجارية الكترونية و500 خاصة بالمجمعات الصناعية في جميع أنحاء البلاد، كما تشجع الحكومة للأنشطة التجارية الصغيرة و المتوسطة (سداوي و مداني ، 2022)، ليصل مستخدمي الانترنت إلى 989 مليوناً سنة 2020 من بينهم بلغ عدد مستخدمي الهاتف المحمول 986 مليوناً، وبلغ معدل انتشار الانترنت 70.4 % (UNCATAD ، 2020)

❖ تغير سوق التجارة الالكترونية في الصين خلال السنوات الخمس الماضية.

خلال جائحة فيروس كورونا تمت مبيعات التجزئة للتجارة الالكترونية في الصين أكثر سرعة عام 2021، قدرت قيمة مبيعات التجزئة الالكترونية في الصين بأكثر 2,49 تريليون دولار أمريكي وهو ما يمثل نمواً في السوق بنسبة 15 % على أساس سنوي وفقاً لتوقعات Statistic، ستتجاوز مبيعات التجزئة الصينية عبر الانترنت 3.9 تريليون دولار بحلول 2025 بالإضافة إلى زيادة مستخدمي الانترنت عبر الهاتف المحمول و التحسين المستمر لخدمات الأعمال عبر الانترنت. (e COMMERCE MARKET IN CHINA(Mota world)، 2022)

يبدو أن جائحة COVID-19 لعبت دوراً في الصعود القوي لسوق التجارة الالكترونية في الصين، أيضاً مع أحداث الانتشار لـ COVID-19 أصبح المزيد و المزيد من الأشخاص مرتاحين لعمليات الشراء عبر الانترنت، تظهر بيانات التجارة الالكترونية في الصين أن هناك زيادة في عدد الشركات التي تحولت إلى نموذج الأعمال التجارية

عبر الانترنت للبقاء على قيد الحياة في الاوقات الصعبة، تجار التجزئة الصينيون عبر الانترنت ليسوا هنا فقط ولكن سيكونون مستقبل التسوق.

• احصاءات صناعة التسوق عبر الانترنت لسوق التجارة الإلكترونية في الصين (حجم السوق، عدد المتسوقين عبر الانترنت):

أظهر عدد الأشخاص الذين يتسوقون عبر الانترنت نمو هائل مؤخراً، قفز من 34 مليون مستخدم عام 2006 إلى 610 مليون مستخدم في عام 2018 مما حقق طفرة في قطاع التجارة الإلكترونية في عام 2019، وصل معدل اختراق المشتري إلى ما يقرب 45% وبلغ هذا الرقم 749 مليون مستخدم نهاية النصف الأول من عام 2020، مع حجم سوق ما يقرب 2 تريليون دولار أمريكي و 190 ألف شركة و 1.5 مليون شخص يعملون في هذه الصناعة. (المرجع السابق)

من المؤكد أن مغامرة التسوق عبر الانترنت في الصين تنمو.

المطلب الثاني: أكبر بائعي التجزئة في الصين على الانترنت

هناك بعض الأسماء الكيرة التي يعرفها الجميع حول العالم عندما الأمر يتعلق بأفضل أسواق التجارة الإلكترونية في الصين، بالطبع لكل شخص آراءه الشخصية حول أي شركة هي أفضل شركة تجارة الكترونية في الصين، وهي مسألة تفضيل، ومع ذلك تظهر أبحاث السوق أن أفضل مواقع التجارة الإلكترونية في الصين هي:

1- Tmall: من مجموعة علي بابا

بالطبع أول منصة في القائمة مملوكة للشركة Alibaba .

Tmall .com , taobaoMall سابقا هو سوق B2C عبر الانترنت يعمل من خلال البائعين المسجلين على المنصة.

الشركات الصينية الدولية و المحلية قادرة على تقديم سلع ذات علامات تجارية للمستهلكين داخل الصين، Tmall هو ثالث أكثر مواقع الويب زيارة في العالم وهو أفضل سوق للتجارة الإلكترونية عبر الحدود في الصين.

Tmall لديها حصة في السوق من 50% إلى 60% مما يصنع القيمة السوقية لشركة علي بابا بقيمة 480.8 مليار دولار.

2- JD. Com:

JD: المعروف أيضا باسم Jing Dong (buy 360 سابقا) هي أكبر منافس لـ: Tmall Ali baba، هو منصة بيع بالتجزئة عبر الانترنت ومنصة سوق في نفس الوقت، في حين أن هناك بائعين تابعين لجهات خارجية يقومون بتسليم منتجاتهم إلى المستهلكين، و في عام 2014 شكلت JD شراكة استراتيجية مع Tencent شركة التكنولوجيا

الرائدة في الصين، وفي الوقت الحالي تتبع JD. Com موقع Ali baba بحصة سوقية تبلغ 15 % إلى 20 % في مشهد التجارة الالكترونية في الصين.

وتستمر قائمة أكبر بائعي التجزئة عبر الانترنت في الصين:

3- Suning للالكترونيات

4- كاولا للمنتجات العربية عالية الجودة

5- شيا وهونغ شو (كتاب أحمر صغير) التسوق أسلوب حياة الشباب.

المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الصين

خلال النسخة الثانية للمعرض العالمي للتجارة الرقمية هانغشنو 24 نوفمبر 2023 ، عبر وكالة انباء شينوا قالت وزارة التجارة الصينية يوم الخميس الماضي أن حجم التجارة الرقمية الصينية سجل تقدماً كبيراً في عام 2022، فضلاً عن الاستمرار في تحسين قدراتها التنافسية على الصعيد العالمي.

في عام 2022 ارتفعت قيمة تجارة الخدمات التي تم تسليمها رقمياً بقيمة 3.4% على أساس سنوي لتصل إلى 372.71 مليار دولار أمريكي، محققة أعلى مستوى في التاريخ، وفقاً لما قال وانغ دونغ تانغ، مسؤول من وزارة التجارة الصينية في أثناء مراسم افتتاح الدورة الثانية لمعرض التجارة الرقمية العالمي في مدينة هانغشنو مقاطعة تشينجيانغ شرقي الصين. وخلال اصدار تقرير تنمية التجارة الرقمية في الصين لعام 2022 قال وانغ أنه خلال هذه الفترة بلغ حجم واردات وصادرات التجارة الالكترونية عبر الحدود 2.11 تريليون يوان أي حوالي 296.3 مليار دولار أمريكي، بزيادة سنوية قدرها 9.8% .

وأضاف أنه بحلول نهاية عام 2022 تجاوز عدد شركات منصات التجارة الرقمية في الصين التي تبلغ قيمتها السوقية أكثر من مليار دولار، 200 شركة، وأضاف ان التجارة الرقمية أصبحت محركاً جديداً للصين لبناء قوة تجارية، وأداة جديدة لتحقيق الانفتاح المؤسسي رفيع المستوى لافتاً أنه سيتم بذل الجهود لتعزيز تصميم المستوى الأعلى و تطوير أشكال جديدة من الأعمال، ومواءمة قواعد التجارة الرقمية مع المعايير العالمية. (ARABIC NEWS، 2023)

يسير الاقتصاد الصيني باتجاه التعافي، بعد معاناته من أزمة خانقة بسبب جائحة كورونا التي جعلته في أسوأ حالاته منذ 1976 وهو العام الأخير من الثورة الثقافية التي استمرت عقداً من الزمن.

-وسجل الناتج المحلي الاجمالي الصيني في الربع الأول من عام 2023 نمواً بنسبة 4.5 بالمئة من العام السابق ما يعني أن الصين تسعى للانتعاش و تحفيز النمو عكس ما تفعله حكومات كبرى الاقتصاديات في العالم بتركيزها على مكافحة التضخم.

-بحسب الهيئة الوطنية الصينية:

ارتفع الناتج المحلي الاجمالي للصين 4.5 % في الربع الاول من عام 2023 مقارنة مع الربع ذاته عام 2022 بدعم من تحرك صانعي السياسات لتعزيز النمو بعد إلغاء القيود الصارمة لمكافحة كوفيد_19 في ديسمبر 2022.

-ارتفع مؤشر اسعار المستهلكين في الصين وهو مقياس رئيسي للتضخم بنسبة 1.1 % على أساس سنوي في ابريل 2023، وهو أدنى معدل منذ فبراير 2021، وبالمقارنة مع 0.7 % في مارس الماضي.

_انخفض مؤشر اسعار المنتجات بالصين الذي يقيس تكاليف السلع عند بوابة المصنع للشهر السابع على التوالي، وبأسرع وتيرة منذ مايو 2020 بنسبة 3.6 % على أساس سنوي في ابريل بعد انخفاض 2.5% في مارس السابق وذلك بالمقارنة مع توقعات بانخفاض 3.2%

_ نما الناتج الصناعي بنسبة 5.6% في ابريل مقارنة بالعام الماضي متسارعا من 3.9% في مارس

_قفزت مبيعات التجزئة 18.4% من 10.6% في مارس مسجلة اسرع زيادة لها منذ مارس 2021

_ كما ارتفع الاستثمار في الأصول الثابتة بنسبة 4.7% مقابل التوقعات عند 5.5%، وكانت القراءة للشهر السابق (مارس) قد سجلت ارتفاعا بنسبة 5.1% . (Skay News عربية، 2023)

_ ارتفعت الصادرات بنسبة 8.5% الشهر الماضي مقارنة بالعام السابق لتصل إلى 295.42 مليار دولار مقارنة بزيادة قدرها 14.8% في مارس.

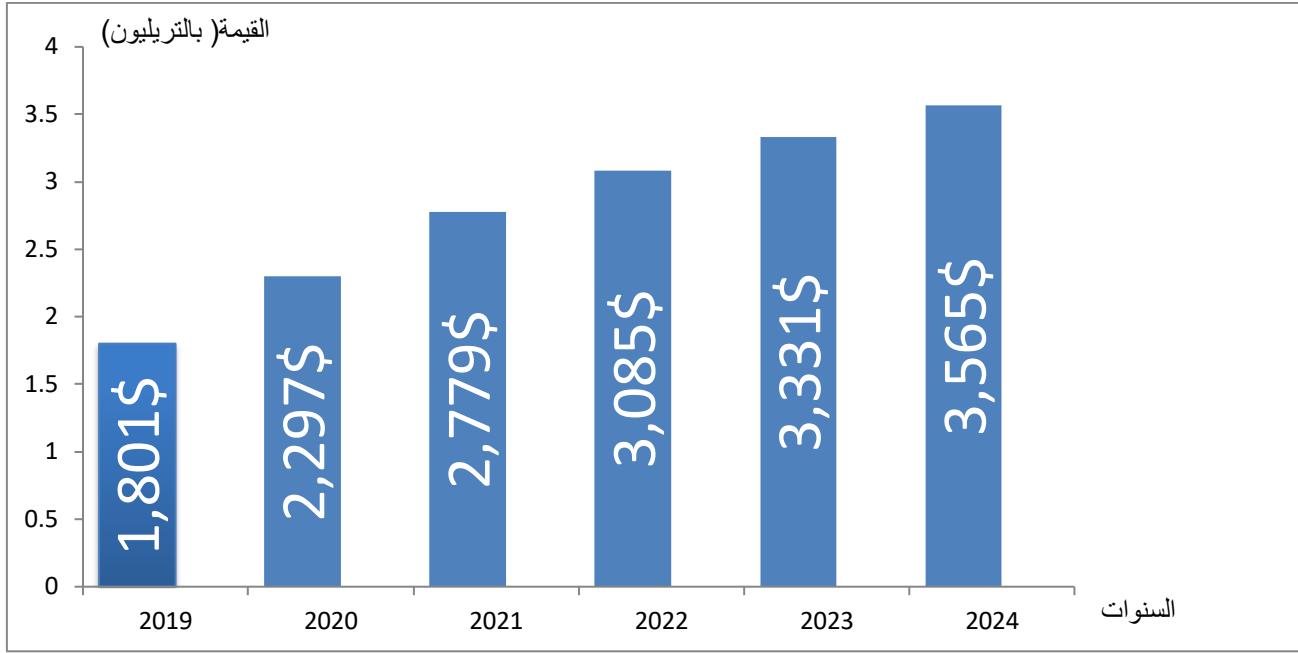
_ وتراجعت الواردات الصينية بنسبة 7.9% على اساس سنوي في ابريل إلى 205.21 مليار دولار.

_ كما بلغ اجمالي الفائض التجاري للصين 90.2 مليار دولار في ابريل مقارنة بـ 88.19 مليار دولار في مارس.(المرجع السابق)

_ وفي حديث لموقع " اقتصاد سكاى نيوز عربية "، يقول الخبير الاقتصادي الدكتور نضال الشعار: إن تأثير الاقتصاد الصيني على حياتنا اليومية وعلى الوضع الاقتصادي العالمي لا يقل أهمية عن تأثير الاقتصاد الأمريكي، إذ تدخل المنتجات الصينية في حياة أغلب الأفراد حول العالم ومن كافة الجهات كما أن الاقتصاد الصيني يمثل نحو 19% من الناتج المحلي الاجمالي العالمي، و15% من التجارة العالمية ومن هنا فإن تسارع تعافي الاقتصاد الصيني منا عناه من أزمة خانقة بسبب جائحة كورونا سيكون مفيدا للنمو الاقتصادي العالمي.(المرجع السابق)

_ الصين أكبر سوق للتجارة الإلكترونية على مستوى العالم، حيث تولد ما يقرب من 50% من المعاملات العالمية، وبحسب الموقع وصلت معاملات التجزئة عبر الانترنت في الصين إلى أكثر من 710 ملايين مشتري رقمي، ووصلت المعاملات إلى 2.99 تريليون دولار عام 2020، ومع توقعات لأن تصل إلى 4.56 تريليون دولار بحلول عام 2024، وفي عام 2023 اصبحت الصين أكبر سوق للتجارة الإلكترونية بعائدات 1.5 تريليون دولار ما يجعلها متقدمة على الولايات المتحدة. (eMarketer، 2022)

شكل رقم 03- 05: مبيعات التجارة الالكترونية بالتجزئة في الصين (تريليونات الدولارات الأمريكية 2019-
(US Dtrivions) (2024



المصدر: سوق الكتروني

المبحث الثاني: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في مجال التجارة الالكترونية

على مستوى العالم تعتبر منطقة آسيا و المحيط الهادي و أمريكا اللاتينية الأسرع وتيرة لنمو مبيعات التجارة الالكترونية بالتجزئة، ذلك نتيجة التكيف المتسارع مع التقنيات الحديثة و كذلك سبب التغيرات الكبيرة في التركيبة السكانية، باعتبار ان معدل النمو السكاني في هذه الدول أعلى بكثير منه في دول أوروبا وأمريكا الشمالية، بشكل عام فإن الاجيال القادمة تستشعر براحة أكبر في استخدام التقنيات و التسوق عبر شبكة المعلومات العالمية.

بالمقابل تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الأسواق تطورا في التجارة الالكترونية حيث تحتل المرتبة الأولى بين البلدان العشرة الأسرع نمواً، بالتغيرات في أرقام المبيعات عبر الشبكة العالمية للمعلومات ومع تزايد شعبية التسوق في التجارة الالكترونية بالشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت)، أصبح لدى الشركات فرصة لبيع منتجاتها من خلال متجر التجارة الالكترونية. (استنادا لمركز e-Marketer ، 2022)

المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية

تعد الولايات المتحدة الامريكية ثاني أكبر الأسواق العالمية للتجارة الالكترونية بعد الصين ومتقدمة على اليابان ثالث أكبر سوق للتجارة الالكترونية.

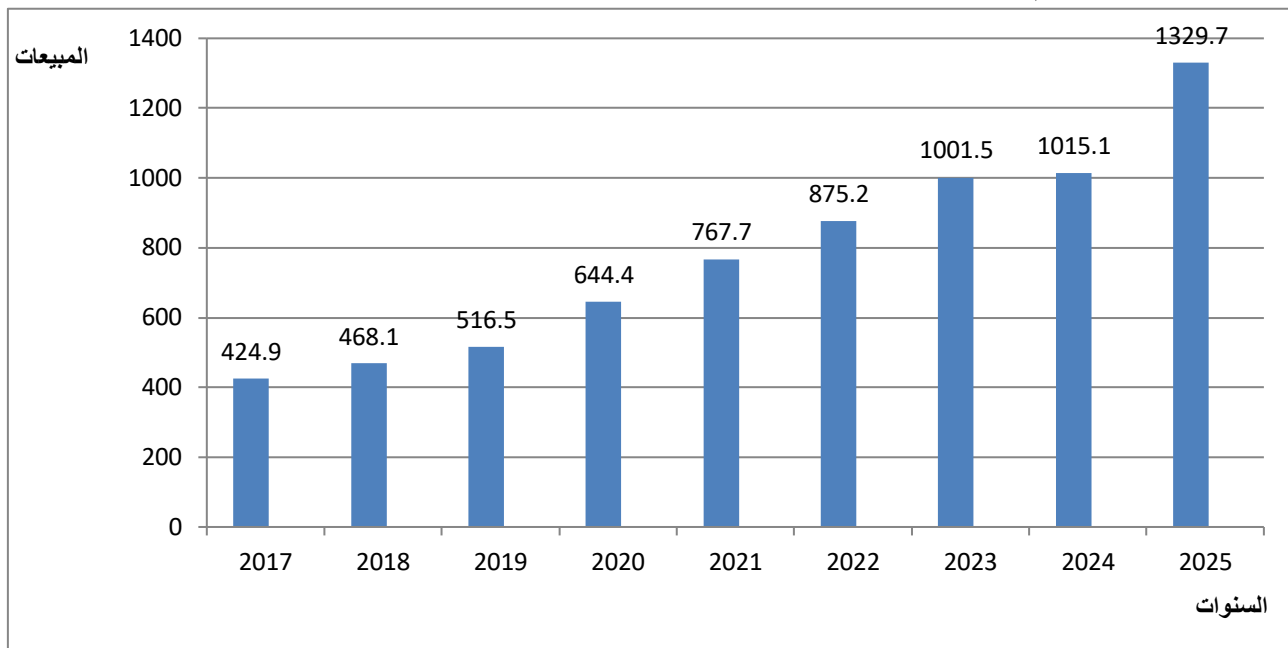
كما تبلغ عائدات السوق عبر الإنترنت في دولة مثل أمريكا مليارات الدولارات الأمريكية، إذ تجاوزت 797 مليار دولار أمريكي عام 2023 بالإضافة إلى ذلك فهي في تزايد مستمر منذ ظهورها وستتجاوز في السنوات القادمة تريليون دولار أمريكي. (لبانت ميا، 2023)

يلاحظ في السنوات القليلة الماضية اتجاه سكان أمريكا إلى التسوق عبر الإنترنت باستخدام الأجهزة المحمولة، كما أنه من المرجح تجاوز عددهم 187 منتشر في عام 2024.

* استخدام التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية

بلغ عدد المشتريين الرقميين من التجارة الإلكترونية في أمريكا حوالي 256 مليون مشتر رقمي في عام 2023، ولكن من المرجح ان يزداد عدد المشتريين الرقميين ليتجاوز 291 مليون مشتر رقمي في عام 2025 أي بعد حوالي 3 سنوات بزيادة قدرها 35 مليون مشتر رقمي كما وتشمل فئات التسوق عبر الإنترنت الأكثر شيوعا خلال السنوات القادمة في الولايات المتحدة الأمريكية الوسائط و الإلكترونية و الموضة كسوق تجاري إلكتروني يتنامى بسرعة (المرجع السابق).

شكل رقم 03-06: احصاءات التجارة الإلكترونية العامة للولايات المتحدة الأمريكية



المصدر: (Ali baba.com, 2023)

على الرغم من زيادة مبيعات التجزئة عبر الإنترنت بشكل مطرد في الولايات المتحدة لسنوات لتصل إلى 768 مليار دولار في عام 2021، تظهر احصاءات التجارة الإلكترونية ان مبيعات التجزئة عبر الإنترنت لاتزال تشكل غالبية المبيعات التجزئة في البلاد. (Ali baba.com, 2023)

من المرجح ان يستمر هذا الاتجاه، حيث لا يزال غالبية الأمريكية يفضلون التسوق في المتجر بدلا من التسوق عبر الإنترنت، هناك عدد من الأسباب التي تجعل الأمريكيين لا يزالون يفضلون التسوق في المتجر، بما في ذلك القدرة

على الفحص و المحاولة قبل الشراء وراحت القدرة على استلام العناصر على الفور، و الاجتماعي للتسوق مع الأصدقاء، لكن هذا قد يتغير قريباً.

وفقاً لأحدث احصاءات التجارة الإلكترونية، ستصل مبيعات التجزئة إلى 1,3 تريليون دولار بحلول عام 2025، عندما تمثل مبيعات التجزئة تقريباً، حتى ذلك الحين، من المتوقع ان تسجل المبيعات نموا مضاعفا كل عام.

*احصاء التجارة الإلكترونية بشأن سلوك التسوق

على الرغم من حقيقة أن معظم الأمريكيين (باستثناء جيل الألفية) مازالوا يفضلون التسوق في المتاجر، إلا أن متاجر التجارة الإلكترونية لديها الكثير من لاحتفل به، يفضل عدد كبير 36% من الأمريكيين القيام بالتسوق الصغير للبقالة عبر الانترنت كل اسبوع في الوقت نفسه يلجأ 57% من الأمريكيين متاجر التجارة الإلكترونية للتسوق في العطلات، تشمل العناصر الأكثر شيوعاً التي يتم شراؤها عبر الانترنت الملابس و الأحذية و الأفلام و الموسيقى و الألعاب و الكتب، تليها الإلكترونيات و الإكسسوارات و الطعام. والسبب في ذلك بسيط: التوصيل المباشر إلى المنزل إنه ليس الأول 1% من المستهلكين، كما يقوم عدد كبير منهم بذلك لتجنب الحشود الكبيرة،

يتم معظم هذا التسوق عبر الهواتف الذكية، حيث اختار 51% من المستهلكين إكمال مشترياتهم عبر الانترنت.

*احصاءات التجارة الإلكترونية للجوال

كما ذكرنا سابقاً يتزايد استخدام الأشخاص لهواتفهم المحمولة للتسوق عبر الانترنت، بينما في عام 2017 كانت حصة الهاتف المحمول من مبيعات التجارة الإلكترونية العالمية في عام 2021 بالإضافة إلى ذلك، ارتفع متوسط الوقت الذي يقضيه الأمريكيون في التحدث عبر الهاتف.

ومن المثير للاهتمام أن التجارة الإلكترونية لسطح المكتب لديها معدل تحويل أعلى (3,8%)، مقارنة بمبيعات الهواتف المحمولة (2,3%) في الولايات المتحدة، وفقاً لأحدث احصاءات التجارة الإلكترونية.

على الرغم من هذا، التجارة عبر الهاتف المتحرك وصلت المبيعات في الولايات المتحدة الأمريكية إلى 360 مليار دولار عام 2021، ومن المتوقع أن تصل إلى 710 مليار دولار بحلول عام 2025.

*إحصاءات التجارة الإلكترونية للدفع الرقمي

عند 1,19 تريليون دولار، تمثل التجارة الرقمية أكبر جزء من المدفوعات الرقمية في الولايات المتحدة، من المتوقع ان تصل قيمة المعاملات الاجمالية للمدفوعات الرقمية إلى 1,76 تريليون دولار في عام 2022.

مقارنة بالدول الآسيوية، كانت الأسواق الغربية أبطأ في التحول إلى حلول الدفع الرقمية الجديدة، تثبت حقيقة ان الصين سجلت أعلى قيمة للمعاملات الرقمية في عام 2022.

على الصعيد العالمي، ظهرت المحافظ الرقمية و المتنقلة كأحدث اتجاه للدفع في التجارة الإلكترونية، لقد أصبحت أكثر شيوعاً من البطاقات، وهي علامة على ان الناس يفضلون استخدامها في عمليات الشراء عبر الانترنت.

تظهر احصائيات التجارة الالكترونية ان المحافظ الرقمية و المستقلة استحوذت على ما يقرب من نصف معاملات الدفع العالمية للتجارة الالكترونية في عام 2021 وستزيد حصتها إلى 53% بحلول 2025. (المرجع السابق)

المطلب الثاني: أكبر بائعي التجزئة للولايات المتحدة الأمريكية على الانترنت

تهيمن شركة أمازون على سوق التجارة الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية بحصة سوقية كبيرة مقارنة مع غيرها من الشركات المماثلة، ولذا سنستعرض قائمة بهذه الشركات وذلك حسب الحصة السوقية لكل شركات التجارة الالكترونية في أمريكا منذ شهر أكتوبر لعام 2023 و حتى الآن وهي:

1. شركة التجارة الالكترونية أمازون Amazon بحصة سوقية تبلغ 41%.
2. شركة وول مارت Walmart بحصة سوقية تبلغ 6,6 % .
3. شركة Ebay بحصة سوقية تبلغ 4,2%.
4. شركة أبل Apple بحصة سوقية تبلغ 4%.
5. شركة ذا هاوم ديبوت The home Depot بحصة سوقية تبلغ 2,2%.
6. شركة تارجيت Target بحصة سوقية تبلغ 2%.
7. شركة بست باي Best Buy بحصة سوقية 1,8%.
8. شركة كوستكو Costco بحصة سوقية تبلغ 1,6%.
9. شركة كروجر Kroger بحصة سوقية تبلغ 1,4%.
10. شركة واي فير Way Fair بحصة سوقية تبلغ 1,3%.
11. شركة chery بحصة سوقية تبلغ 1%.
12. شركة Elsy بحصة سوقية تبلغ 0,9%.

المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية

نسعى عند دراسة التجارة الالكترونية في دولة كالولايات المتحدة الأمريكية التطرق بشكل أساسي إلى عائداتها المالية، بالإضافة إلى ذلك ينبغي معرفة ما تمثله أهم تجارة عالمية رائدة في المبيعات عبر الانترنت، نظرا لأهميتها وعائداتها الكبيرة المقدره بمليارات الدولارات الأمريكية سنويا، لذا سنستعرض عائدات السوق عبر الانترنت في أمريكا منذ عام 2017 ولنهاية 2025 هي كالتالي:

بلغت إيرادات البيع عبر الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية ما يقارب 425 مليار دولار أمريكي عام 2017 ، كما ارتفعت لتصبح 516,5 مليار دولار أمريكي عام 2019.

ازدادت العائدات إلى 644,4 مليار دولار أمريكي عام 2023.

بالإضافة إلى ذلك، أصبحت العائدات 767,7 مليار دولار أمريكي في نفس العام 2023.

ولكن من المرجح أن تحقق التجارة الالكترونية عائدات تتجاوز 875 مليار دولار أمريكي عام 2023.

_ وأيضاً تتصاعد عائدات التسوق عبر الانترنت متجاوزة تريليون دولار أمريكي في عام 2024، لتصبح في عام 2025 حوالي 1,329 تريليون دولار أمريكي. (ميا، 2023)

_ أدى الارتفاع الكبير في التجارة وسط قيود الحركة الناجمة عن فيروس كورونا المستجد كوفيد-19 إلى زيادة حصة مبيعات التجزئة عبر الانترنت وفقاً لتقرير صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية . (الأونكتاد، 2022)

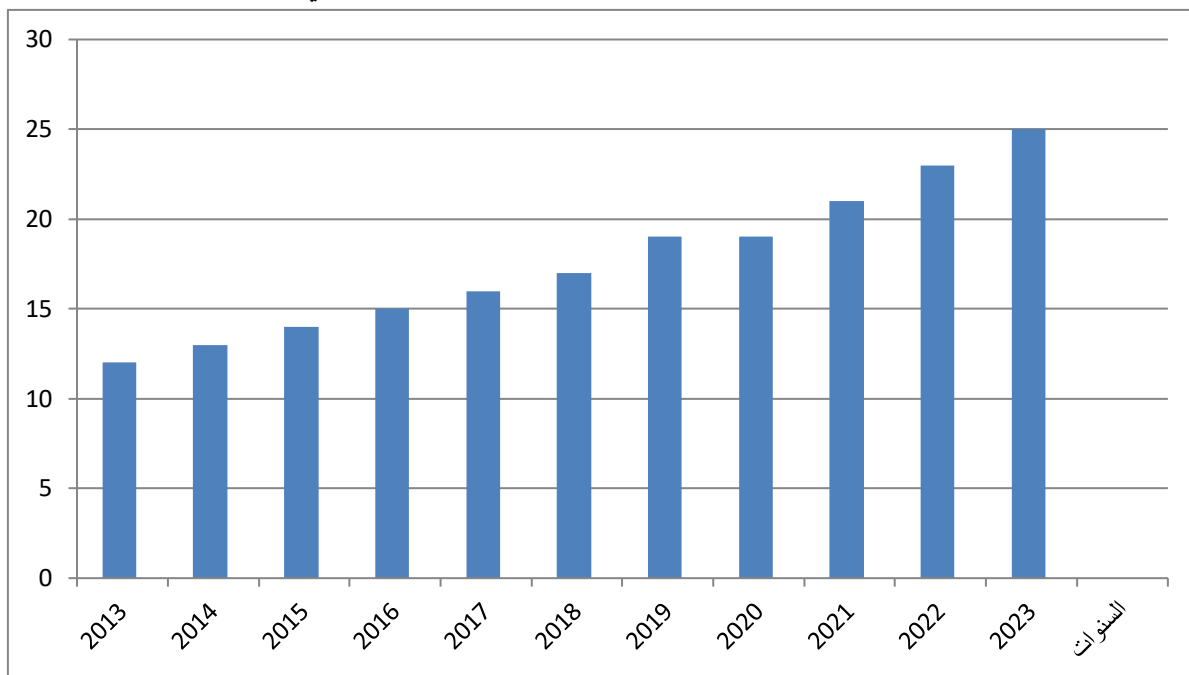
ويقول التقرير أن إجمالي مبيعات التجزئة ارتفع من 16 % إلى 19 % في عام 2020، ويوضح ان مبيعات التجزئة عبر الانترنت نمت بشكل ملحوظ في العديد من البلدان، حيث سجلت جمهورية كوريا أعلى حصة بنسبة 25,9 % في عام 2020 في ارتفاع من 20,8 % في العام السابق.

المبحث الثالث: تجربة اليابان في التجارة الالكترونية

المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في اليابان

أظهر استطلاع حديث حول سوق التجارة الالكترونية في اليابان الصادرة عن وزارة الاقتصاد والتجارة و الصناعة أن حجم سوق التجارة الالكترونية بلغ 128,3 مليار دولار أمريكي عام 2021، ومن المتوقع أن يرتفع هذا الرقم إلى ما يقارب 298 مليار دولار أمريكي عام 2026، بمعدل نمو سنوي مركب قدره 7 % خلال هذا الوقت بلغ حجم سوق التجارة الالكترونية من الشركة إلى المستهلك (B2C) 22,7 تريليون ين ياباني في عام 2022، ما يشكل زيادة بنسبة 9,9 % عن العام السابق، لقد تضاعف حجم هذا السوق خلال السنوات التسع الماضية، حيث كان 11,2 تريليون ين ياباني في عام 2013.

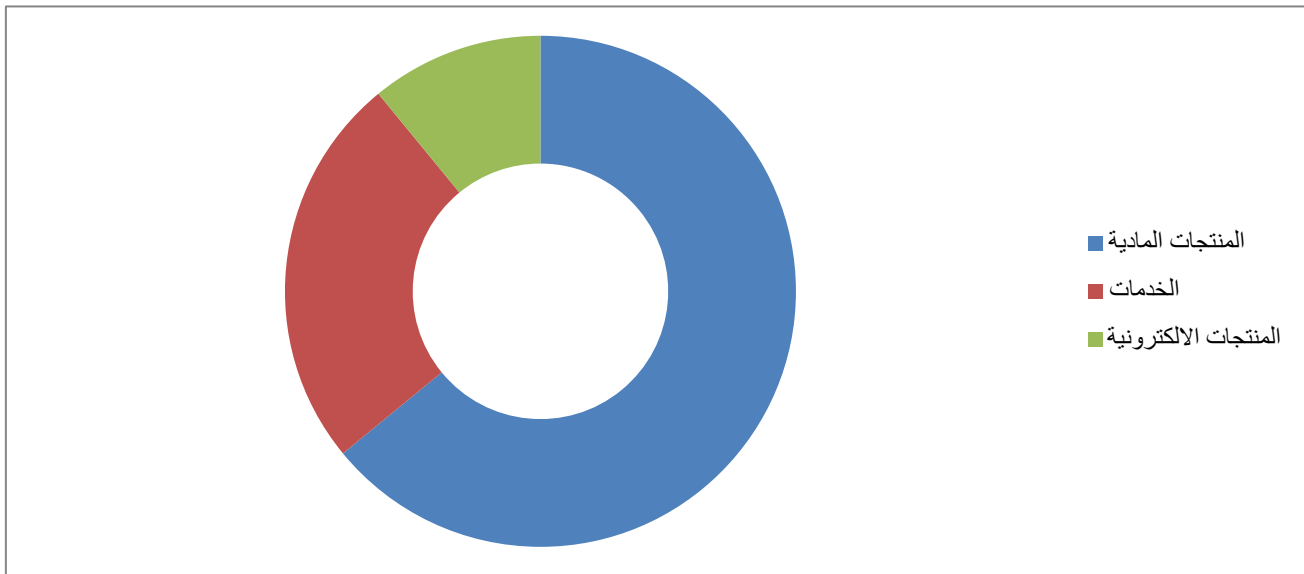
شكل 03-07: سوق التجارة الالكترونية و المستهلكين في اليابان



المصدر: تم اعداد هذه البيانات بواسطة Nippon.com بناءً على تقرير سوق المال لعام 2023 الذي نشرته وزارة الاقتصاد و التجارة و الصناعة (سوق التجارة الالكترونية في اليابان) (vida xl)

من حيث الفئة ارتفعت مبيعات المنتجات المادية على أساس سنوي بنسبة 5,4% لتصل إلى 14 تريليون ين ياباني، في حين ارتفعت خدمات مثل خدمات السفر أو بيع التذاكر بنسبة 32,4% لتصل إلى 6,1 تريليون ين ياباني.

شكل رقم 03-08: سوق التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين بحسب القطاع 2023



المصدر: من اعداد الباحث

فاليابان تملك ثالث أكبر سوق للتجارة الالكترونية على مستوى العالم من حيث القيمة، كما صرح به بنك التجارة الالكترونية DB commerce فقد كانت فئات المنتجات هذه الأكثر مبيعا عبر الانترنت عام 2021:

1. الغذاء و العناية الشخصية 27%.
2. الموضة و الأزياء 20% .
3. الألعاب و الهوايات و الأعمال اليدوية 19%.
4. الالكترونيات و الوسائط 19%.
5. الأثاث و الأجهزة 15%.

ومن اتجاهات التجارة الالكترونية في اليابان:

- تسوق الواقع الافتراضي.
- التجارة الحية على منصات مثل تيك توك.
- تجربة تسوق مخصصة.
- خدمات الاشتراك. (د. رمضان علي، 2012، صفحة 20)

المطلب الثاني: أهم المنصات الالكترونية

(1) شركة ميركاري « Mercari »

هو أكبر منصات التجارة الالكترونية اليابانية، يسمح للمستخدمين بشراء منتجاتها المدرجة في سوق السلع المستعملة باستخدام البيتكوين (BTC= \$57,122) بدءاً من يوليو، وهي بوابة لاعتماد العملات المشفرة في اليابان مقرها طوكيو، وتعد هذه المنصة أكبر أسواق التجارة الالكترونية حسب المستهلكين في اليابان، حيث بلغ عدد مستخدميها 22 مليون مستخدم شهرياً، علماً أن السوق أطلق في عام 2013، وفي غضون خمس سنوات أصبح أكبر منصة للتجارة الالكترونية في البلاد بمعدل استخدام 90%، كما سجلت المنصة ربحاً قدره 8,2 مليار ين (19,4 مليون دولار) في الربع الثالث من عام 2023، كما ارتفع عدد البائعين الذين يقبلون البيتكوين بنسبة 17,4% عام 2023.

(2) أمازون اليابان Amazon Japon:

المتجر الالكتروني الأول لبيع مختلف أنواع المنتجات اونلاين في اليابان من الكهربيائيات إلى المنتجات الاستهلاكية وغيرها الكثير، فالأمازون يدعم الشحن لعدة دول حول العالم.

(3) مزاد ياهو :

هو أكبر موقع الكتروني لبيع وشراء المزادات في اليابان وأحد أضخم مواقع المزادات الالكترونية في العالم، إنه وسيلة رائعة لشراء منتجات يابانية جديدة وإيجاد قطع نادرة قيمة ونادرة بأسعار السوق المحلي في اليابان، وهو الوحيد الذي يقصده رجال الأعمال للبحث عن السلع المميزة.

(4) موقع راكوتن:

ثاني أكبر منصة للتجارة الالكترونية في اليابان، وبما أن راكوتن هي شركة يابانية في الأصل سيكون لديها فرص أعلى بإيجاد المنتج الياباني الفريد الذي لم نستطع إيجاده في أي موقع تسويق آخر.

(5) متجر ياهو Yhoo:

السيء فيه أنه لا يدعم شحن المنتجات إلى خارج اليابان، لذا نحتاج إلى وسيط شراء من اليابان لإكمال عمليات الشراء و الشحن من متاجر ياهو إلى أي مكان في العالم.

(6) Zen plus:

موقع الكتروني للتسويق، يقدم عدة متاجر ومنتجات يابانية في مكان واحد، وهو يدعم الشحن إلى جميع أنحاء العالم.

وهناك العديد من المنصات و المواقع الالكترونية اليابانية: راكوما، Zen market. (أفضل مواقع ومنصات تسوق اونلاين في اليابان)

المطلب الثالث: مساهمة التجارة الالكترونية في اليابان

سجلت اليابان ايرادات تجارة الكترونية بلغت 114 مليار دولار أمريكي تمثل هذه المساهمة بنسبة 29% في معدل نمو عالمي، وفقا للتجارة الالكترونية تحيل الفرص الرائعة التي تملكها اليابان في المتاجر للبائعين عبر الانترنت في عام 2022. (Japan E comerce Market oppertimenties for 2024) من المتوقع أن تصل ايرادات السوق الالكترونية إلى 175,40 مليار دولار أمريكي عام 2024، وكذلك من المتوقع وصول الايرادات بمعدل نمو سنوي بنسبة 9,26% مما يؤدي إلى حجم سوق 2024-2029 متوقع يبلغ 27,310 مليار دولار أمريكي بحلول سنة 2029.

في سوق التجارة الالكترونية من المتوقع أن يصل عدد المستخدمين إلى 68,7 مليون مستخدم بحلول عام 2029.

سيصل معدل انتشار المستخدمين إلى 54,6% عام 2024 ومن المتوقع أن يصل إلى 65,5% بحلول عام 2029.

من المتوقع أن يصل متوسط الايرادات لكل مستخدم إلى 3,14 ألف دولار أمريكي (اليابان بالعربي: اقتصاد، 2023).

بلغت مبيعات اليابان سنة 2022 حوالي 241 مليار دولار أمريكي من اجمالي مبيعات التجارة الالكترونية.

4,9% حصة اجمالي التجارة الالكترونية من الناتج المحلي الاجمالي ، و 4,2% من نسبة مبيعات التجارة الالكترونية إلى اجمالي مبيعات العالم. (جمال قاسم، صفحة 13)

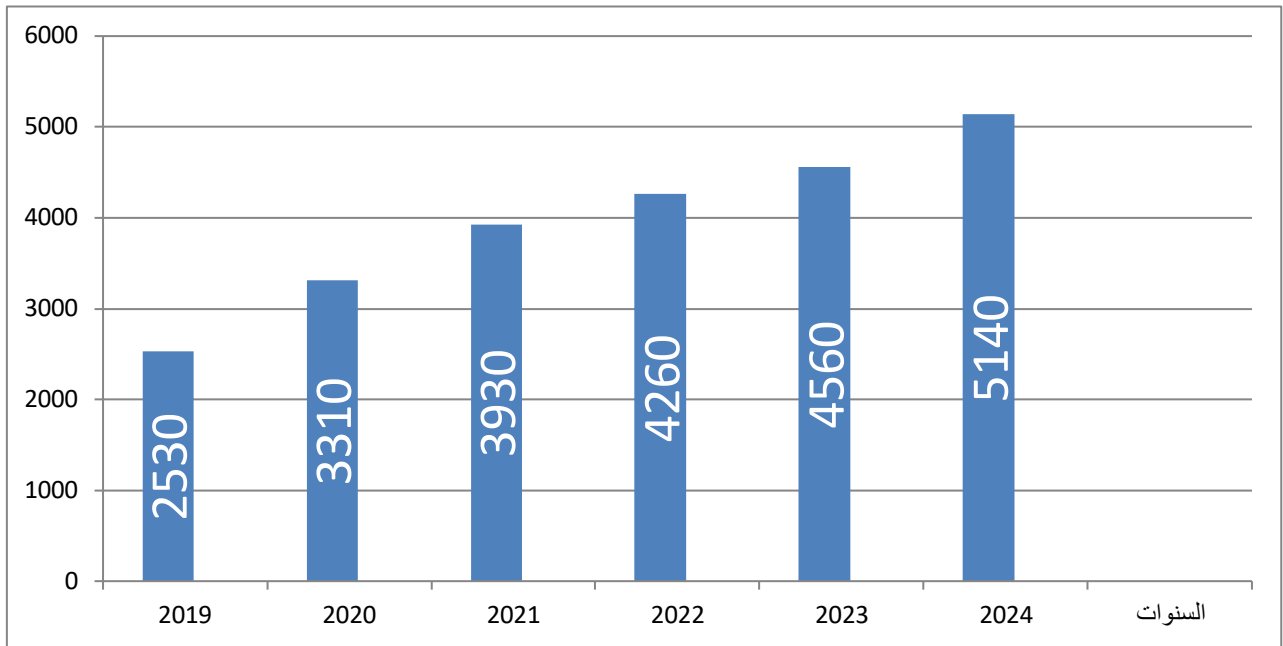
جدول رقم 03- 02: أكبر أسواق التجارة الالكترونية حول العالم سنة 2023

الترتيب	الدولة	قيمة الايرادات (مليار دولار)
01	الصين	2179,3
02	الولايات المتحدة	981,9
03	المملكة المتحدة	157,9
04	كوريا الجنوبية	139,9
05	اليابان	124,8
06	ألمانيا	113,9
07	الهند	87,9
08	إندونيسيا	72,8
09	فرنسا	71,9

من المتوقع ارتفاعات إيرادات التجارة الالكترونية العالمية هذا العام إلى مستوى 5 تريليون دولار للمرة الأولى على الإطلاق لتتجاوز قيمة الناتج المحلي الاجمالي لليابان على أن تتجاوز قيمة اقتصاد الهند 2028.

كما من المتوقع نمو سوق التجارة الالكترونية العالمية بأكثر من 10% هذا العام لتتجاوز كل من معدل الاقتصاد العالمي المتوقع البالغ 3,1%، وإيرادات صناعة التجزئة حول العالم التي قد تنمو 4,1% ، وذلك بعدما سبب وباء كوفيد-19 طفرة في نمو المبيعات عبر الانترنت في ظل قيود التباعد التي كانت مفروضة حينها حول العالم.

شكل رقم 03-09: قيمة سوق التجارة الالكترونية العالمية (بالمليار دولار)



المصدر: أي كومرس دي بي

خلاصة الفصل

أظهرت بيانات جديدة اصدرتها ستاتيسستا، ان من المتوقع أن تسجل مبيعات التجارة الالكترونية بالتجزئة عالمياً نمواً بنسبة 39% خلال السنوات المقبلة، لتصل إلى أكثر من 8 تريليون دولار بحلول عام 2027، وحققت التجارة الالكترونية بالتجزئة خلال العام الماضي مبيعات بلغت 5,8 تريليون دولار.

وفي تقريرها لشهر ديسمبر 2023، توقعت ستاتيسستا ان يبلغ حجم التجارة الالكترونية 20% من اجمالي مبيعات التجزئة حول العالم و بتقديرات تبلغ 6,3 تريليون دولار.

_ وقالت ستاتيسستا في تقريرها: تجمل شركة التجزئة الصينية العملاقة "علي بابا" لقب أكبر متاجر التجزئة للتجارة الالكترونية على مستوى العالم حيث تمثل حصة سوقية تبلغ 23% .

_ توقعات 2027: تشير ستاتيسستا إلى أنه بحلول عام 2027 ستتجاوز شركة أمازون شركة التجارة الالكترونية ومقرها سياتل- شركة "علي بابا" الصينية في المبيعات عبر الانترنت.

واوضحت ان سوق التجارة الالكترونية الصيني هو الأكبر على مستوى العالم في عام 2023، حيث استحوذت مبيعات الانترنت على ما يقرب من نصف معاملات التجزئة في الصين، وتليها إندونيسيا بحصة مبيعات عبر الانترنت بلغت 32% من اجمالي مبيعات التجزئة داخل اندونيسيا، ثم المملكة المتحدة وكوريا الجنوبية بحصة تجاوزت 30% داخل كل منها.

_ وافادت بان اسواق التجارة الالكترونية الصاعدة تركزت حول آسيا وبرزت الفلبين و الهند باعتبارهما اسرع اسواق التجارة الالكترونية نمواً استنادا إلى المبيعات عبر الانترنت، إذ يتوقع معدل نمو يتجاوز 20%.

_ و اشارت المنصة الدولية المتخصصة في الاحصاء و التحليل إلى أن الهواتف الذكية شكلت في عام 2023 أكثر من 70% من جميع زيارات مواقع البيع بالتجزئة في جميع أنحاء العالم، لافتة إلى أن التجارة الالكترونية تحظى خاصة في آسيا، حيث تحقق دول مثل الصين و كوريا الجنوبية أكثر من ثلثي اجمالي مبيعاتها عبر الانترنت عبر الاجهزة المحمولة، وذكرت أن الأزياء و الالكترونيات الاستهلاكية تعد من بين أفضل قطاعات التجارة الالكترونية حت الآن، وتساهم في أكبر حصة من مبيعات التجزئة عبر الانترنت.

_ التجارة الاجتماعية: قالت ستاتيسستا في تقرير اصدرته مؤخراً تحت عنوان " التجارة الاجتماعية- حقائق و احصاءات" مع تزايد الطلب على التسوق السهل و الفوري عبر الانترنت، بدأت الشركات في الاستفادة من امكانات التجارة الالكترونية التي توفرها هذه المنصات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وقدر قيمة التجارة الاجتماعية في جميع انحاء العالم بـ 724 مليار دولار في عام 2022 متوقعة أن ترتفع إيرادات التجارة عبر منصات التواصل الاجتماعي العالمية خلال العام 2023 إلى نحو 913 بحسب وكالة أنباء الامارات.

ولفت التقرير إلى أن الدول الآسيوية تحتل مكانة كبيرة بشكل خاص في مجال التسوق الاجتماعي، وأن أكثر من 80% من مستخدمي الانترنت في تايلاند و الهند و الصين هم من المشتريين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما

أن مبيعات التجزئة في التجارة الاجتماعية في الصين تبلغ قيمتها ما يقرب من عشرة أضعاف نظيرتها في الولايات المتحدة الأمريكية.

(عربية Sky news، 2023)

الفصل الرابع:

التجارة الإلكترونية في منطقة
الشرق الأوسط و شمال افريقيا

تمهيد:

قال البنك الدولي في تقرير جديد ان اعتماد التقنيات الرقمية في بلدان الشرق الأوسط و شمال افريقيا من شأنه أن يحقق منافع اجتماعية واقتصادية هائلة تصل قيمتها إلى مئات المليارات من الدولارات سنويا، و طغت شدة الحاجة إليها في الوظائف الجديدة.

_ و التقرير الصادر بعنوان "ايجابيات التكنولوجيا الرقمية لمنطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا"، كيف يمكن ان يؤدي اعتماد التكنولوجيا الرقمية الى تسريع وتيرة النمو وخلق فرص العمل بسوق ستواجه قوية على ان الاستخدام الواسع النطاق للخدمات الرقمية، مثل الهاتف المحمول، و المدفوعات الرقمية، من شأنه ان يعزز النمو الاقتصادي ويؤكد التقرير ان احد الاسباب الرئيسية لتعزيز النمو الاقتصادي،

ويؤكد التقرير ان احد الاسباب الرئيسية لتعزيز النمو يرجع الى أن التقنيات الرقمية تساعد على خفض التكلفة المرتفعة للمعلومات و التي تفيد المعاملات الاقتصادية وان هذه التكلفة تتراجع عندما يستخدم المزيد من المواطنين هذه التقنيات.

_ ويشير التقرير إلى ان الرقمنة الكاملة للاقتصاد يمكن ان ترفع نصيب الفرد من الاجمالي الناتج المحلي بنسبة لا تقل عن 46 % على 30 عاماً أو من حيث القيمة الدولارية بمكاسب طويلة الأجل لا تقل عن 1,6 تريليون دولار وتشير التقديرات الواردة في التقرير إلى انه خلال السنة الأولى، يمكن ان يصل نصيب الفرد من اجمالي الناتج المحلي في المنطقة إلى 300 دولار أمريكي، وستكون هذه الزيادة أكثر وضوحا في البلدان الأقل نظرا لأن المكاسب مدفوعة بسد الفجوة في الحصول على التقنيات الرقمية، فالفجوة في امكانية الحصول على التمويل أكبر في البلدان ذات الدخل غير المرتفع.

وستتناول في هذا الفصل:

المبحث الاول: حجم سوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا.

المبحث الثاني: مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا واهم التحديات التي تواجهها.

المبحث الأول: المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط

وشمال افريقيا

__ تنمو صناعة التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بوتيرة سريعة، بل انها الأسرع نمواً مقارنة بباقي دول العالم، وفق لأحدث تقرير أصدرته شركة "أبلو-Uplo" المتخصصة في ادارة عمليات تجارة التجزئة الالكترونية.

__ ذكر التقرير أن المبيعات عبر الانترنت بالمنطقة تنمو في المتوسط بمعدل 14% سنوياً، ويرتفع إلى أكثر من 25% في بعض الدول، وتقدر الشركة حجم القطاع بالمنطقة حالياً بين 50 و 100 مليار دولار بدعم من الامارات و السعودية مع معدلات نمو سريعة في مصر و دول خليجية أخرى، يبلغ حجم التجارة الالكترونية في السعودية نحو 12 مليار دولار حالياً مع معدلات نمو سنوي 15% ليصل إلى 24 مليار دولار خلال خمس سنوات في 2028 وفق Merder Intelligence.

__ ويبلغ حجم التجارة الالكترونية في الامارات نحو 9 مليار دولار، ومن المتوقع أن ينمو 11,5% سنوياً ليصل إلى 16,5 مليار دولار خلال خمس سنوات.

__ وذكرت شركة أبلو-Uplo أن العوامل الرئيسية التي تدعم النمو في سوق التجارة الالكترونية في المنطقة هي تطور نظام التكنولوجيا المالية وخصوصاً خاصية الدفع عبر الانترنت وتوفير حلول لجميع فئات المجتمع عبر خاصية " اشتر الآن وادفع لاحقاً".

__ وفي العام الحالي شكل الدفع النقدي عند التسليم 35% من مدفوعات التجارة الالكترونية، وبطاقات الائتمان 42% و الدفع عبر اشتر الآن وادفع لاحقاً 23%، ولكن ومع تزامن حدث الجمعة السوداء و البيضاء قبل أيام معدودة من استلام الأجور، تشير تقديرات "أبلو" إلى خاصية "اشتر الآن وادفع لاحقاً"

سوف تحقق ارتفاعاً في سوق الامارات و السعودية وبالتالي احراز تقدم على كل من بطاقات الائتمان و خدمة الدفع عند الاستلام.

__ لكن مازال أقل من 50% من منصات التجارة الالكترونية توفر هذا الخيار وبالتالي تفوت العوائد بالملايين، كما يرى الخبراء أنه إضافة إلى توفير حلول دفع رقمية، مطلوب من العلامات التجارية ان توفر تجربة متخصصة لاستقطاب العميل و الاحتفاظ به في ظل منافسة قوية يشهدها القطاع، وميزانيته باتت محدودة في ظل التضخم وهذا يعني أن تجار التجزئة بحاجة إلى تحسين تواجدهم الرقمي لإرضاء العملاء.

__ وبحسب استطلاع "أبلو" فإن 70% من المستهلكين في المنطقة يفضلون المدفوعات الالكترونية وأكثر من 80% قالو أنهم استخدموا أحد تطبيقات الدفع الالكتروني في 2022. (العربية: دبي نت شرقي، 2023)

المطلب الأول: حجم سوق التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط

*السعودية:

كشف مدير المعرض السعودي للتسوق الإلكتروني و التجارة الالكترونية صلاح العتيبي، ان قطاع التجارة الالكترونية في السعودية شهد نمواً ضخماً وإقبالاً كبيراً من قبل الأفراد و المستثمرين، حيث وصل حجم التجارة الالكترونية في المملكة ما يقارب 80 مليار ريال.

_ وأضاف صلاح العتيبي في حديث خاص لـ "عربية نت" على هامش المعرض الذي يقام حالياً على ارض مركز المؤتمرات و المعارض في مدينة الرياض: لدينا حوالي 36 ألف متجر إلكتروني معتمد على منصة "معروف" تخدم أكبر شرائح المجتمع، حيث تشمل طبيعة عمل هذه المتاجر عدة قطاعات و مجالات مختلفة. (فهد الدوسري، 2024)

_ من المتوقع أن يصل سوق التجارة الالكترونية في السعودية إلى نحو 18,5 مليار دولار أمريكي في عام 2026، من جانب آخر نما الاقتصاد الرقمي في السعودية بشكل كبير مع مرور الوقت حيث أصبح الاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات "الانترنت" متاحاً على نطاق واسع، حيث بلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت حوالي 100% من السكان خلال الثلاثة أشهر الأخير من عام 2023.

_ من جانب آخر يضم السوق السعودي نحو 12,9 مليون مستخدم، ويعتبر من أكبر الأسواق في منطقة الشرق الأوسط و وسط افريقيا من عدد المستخدمين، وقد بلغ عدد المتسوقين على الشبكة العالمية للمعلومات "الانترنت" نحو 19,3 مليون في عام 2022، ما يمثل حوالي 54% من اجمالي عدد السكان، كذلك بلغ عدد السكان المشمولين بشبكة الجوال من الجيل الثالث على الأقل حوالي 100% عام 2021. (الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية، 2022)

*الامارات:

تبنت الامارات استراتيجية وطنية للحكومة الرقمية لدولة الامارات 2025، بهدف بنية تحتية رقمية عالية المستوى لتحديث الخدمات و الهيئات الحكومية و رفع كفاءات العمل الحكومي، وكذلك التمكن من سرعة الاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات "الانترنت" ، إضافة إلى تطوير المهارات و القدرات الرقمية في الدولة، بلغ حجم مبيعات التجارة الالكترونية حوالي 107 مليار دولار أمريكي في عام 2022 مقابل 7,6 مليار دولار أمريكي في عام 2020. (صندوق النقد الدولي، 2023)

المطلب الثاني: حجم سوق التجارة الالكترونية في شمال افريقيا

الجزائر:

شهدت التجارة الالكترونية في الجزائر نمو مثيراً للإعجاب، حيث بلغت قيمة سوقها حوالي 1,5 مليار دولار أمريكي في عام 2022، وتشير التوقعات إلى أنه من المتوقع أن يرتفع هذا الرقم إلى 2,5 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025.

في احصائيات التجارة الالكترونية أن مبيعات الجزائر بلغت 1,07 مليار دولار وهو مبلغ بعيد جدا عن حقيقة التجارة الالكترونية في السعودية و الامارات رغم أن وزارة التجارة وترقية صادرات الجزائر كشفت قبل أسبوعين فقط عن تسجيل 3514 سجلا تجاريا في مجال التجارة الالكترونية، موزعا عبر 58 ولاية في الجزائر بالتزامن مع تسجيل قرابة 25000 تاجرا ومتعاملا في مجال التجارة الالكترونية في الجزائر، حسب تأكيدات المركز الوطني للسجل التجاري، إلا إن ثقافة التجارة الالكترونية في الجزائر لاتزال بعيدة عن المأمول منها.

وقد أعطى موقع بنس انسايدر الأمريكي إشارات إيجابية عن واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، عندما وضعها ضمن قائمة 10 بلدان إفريقية الأكثر استعدادا و انفتاحا على التجارة الالكترونية في 2022، وتمكنت من تحسين ترتيبها العالمي بواقع خمس نقاط لتكون الرابعة افريقيا. (عين العرب، 2023)

*مصر:

كشفت إحدى شركات الاستشارات في إحدى التقارير التي أعدتها، حيث يوجد ارتفاع في التجارة الالكترونية بمصر حتى أواخر عام 2022 والتي قد تصل إلى 30% وهي تتوسع بشكل كبير، إذ بلغ حجم التجارة الالكترونية في مصر في نهاية 2021 حوالي 100 مليار جنيه.

كما نجح عدد من المختصين و العاملين في مجال التجارة الالكترونية في مصر أن هناك عدد متزايدا من مستخدمي البيانات عبر بوابات الانترنت الالكترونية بنسبة 25% خلال عام 2022.

وقد تحدث عضو مجلس إدارة الجمعية العلمية للعلوم و التكنولوجيا، ان مصر شهدت العقود الماضية ارتفاعا ملحوظا في التجارة الالكترونية وذلك ما توقعته بنسبة 50% خلال السنتين الماضيتين.

وأضاف بأن حجم التجارة الالكترونية في مصر بلغ حوالي 5,5 مليار دولار أمريكي، منها 3 مليار دولار كحجم لتجارة التجزئة مثل الملابس و الألعاب و المستلزمات الالكترونية المنزلية، ونحو 2,5 مليار دولار من أجهزة الطرق. (فاتورة/ منصة التجارة الالكترونية و الدفع اون لاين ، 2022)

*تونس:

أطلقت تونس " الاستراتيجية الرقمية 2015-2021 " التي تهدف إلى سد الفجوة بين المناطق الريفية و الحضرية بهدف تطوير الشمول المالي و الرقمي، وضمان النفاذ إلى الشبكة العالمية للمعلومات "الانترنت"، وتطوير الخدمات المالية بفضل الرقمنة (الدفع الالكتروني، البنك البريدي، وما إلى ذلك)، وتعزيز وضع تونس على المستوى العالمي في الرقمنة، و العمل على تحسين مستويات التنافسية وتعريفها كوجهة للاستثمار في مجال تقنية المعلومات و الاتصال، وذلك لتعزيز النمو الاقتصادي المستدام في تونس، من خلال تحسين البنية التحتية والمدفوعات الالكترونية وسبل التجارة الالكترونية.

من جانب آخر بلغت نسبة الذين لهم ملكية حساب في مؤسسة مالية تزيد أعمارهم عن 25 عاما حوالي 39,97% في عام 2021، في حين تتمتع تونس بنسبة عالية من السكان المشمولين بشبكة الهاتف المحمول

من الجيل الثالث على الأقل و على عدد اشتراكات الهواتف المحولة، حيث بلغت نسبتهم حوالي 127,6% في عام 2021. (البنك الدولي، احصاءات الشمول المالي، 2022)

المطلب الثالث: أهم منصات التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط و شمال افريقيا

❖ Trendyol:

هي منصة تجارة الكترونية شهيرة تشتهر بمنتجاتها العصرية و الرائجة.

❖ Noon:

اكتسب "نون" زخما سريعا بفضل أسعارها التنافسية و خدمات التسليم الفعال مما يجذب المستهلكين بشكل كبير.

❖ Souq.com (Amazon.ue حاليا):

كانت في الاصل واحدة من أكبر منصات التجزئة عبر الانترنت في منطقة الشرق الأوسط، خضعت لإعادة تسمية بعد الاستحواذ عليها من قبل Amazon .

❖ Mumzworld:

تلبى احتياجات الامهات و الأطفال على وجه التحديد، وقد وضعت نفسها كمنصة تجارة الكترونية مرموقة، اصبحت وجهة موثوقة لمنتجات رعاية الاطفال الأساسية وذلك بفضل ايراداتها التي بلغت 67,5 مليون دولار.

❖ Ounass.ue:

تعمل كوجهة رقمية للأزياء الفاخرة، وتوفر مجموعة متنوعة منسقة بعناية من ماركات الأزياء الراقية.

❖ Basharacare.com:

برزت كمنصة رقمية بارزة تعنى بمنتجات التجميل و العناية بالبشرة، وحظيت المنصة بالاعتراف و الشعبية بين المستهلكين المهتمين بالجمال في منطقة الشرق الأوسط. (Economy , 2023)

❖ زد: (زد، 2024)

هي منصة سعودية كبيرة تستقطب الكثير من رواد التجارة الإلكترونية أنشأت عام 2017، تمتلك حوالي 4000 متجر و تستهدف بشكل كبير العملاء داخل المملكة العربية.

❖ منصة اكبانداكارت Expandcart:

تأسست عام 2013 في مصر، وهي الآن تعتبر أكبر منصة للتجارة الالكترونية في الشرق الأوسط وشمال افريقيا، حيث لديها الآن أكثر من 25 ألف تاجر في 40 دولة.

❖ منصة ويلت Wuilt:

منصة رقمية متخصصة في بناء المواقع الالكترونية الجاهزة من خلال الاختيار من التصاميم الجاهزة.

❖ منصة زاميت Zammit:

تأسست خلال 2020 في مصر، تستخدم المنصة شعار (بسيط.. سريع.. مضمون) للتعبير عن نفسها كمنصة للتجارة الالكترونية.

وهناك الكثير من المنصات في الجزائر: Plus500 ، FP market ، AVATRADE ، bank :Multi . (مرجع سابق)

المبحث الثاني: مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في الشرق الأوسط و

شمال افريقيا و التحديات التي تواجهها في المنطقة

منذ السنوات الاخيرة، شهد العالم تحولاً هائلاً نحو الرقمنة و التكنولوجيا الرقمية ما أحدث تغييرات جذرية في شتى جوانب الحياة اليومية، وتعتبر الرقمنة محور اساسي وارد لنجاح الافراد وازدهارهم في هذا العصر المتغير بسرعة، حيث لعبت هذه المهارات الرقمية وعدم مواكبتها للتطورات السريعة في عالم التكنولوجيا، حيث كانت منطقة الشرق الاوسط شمال افريقيا، ومع ذلك فان تحديات كبير تواجه هذه المنطقة فيما يتعلق بنقص المهارات الرقمية وعدم مواكبتها للتطورات السريعة في عالم التكنولوجيا، حيث كانت منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا متخلفة عن الركب اقتصاديا، قبل ان تنتشر جائحة كورونا وبعد مرور ستة اشهر من التفشي، شد الدمار الذي لحق بالأرواح و سبل العيش، و الرخاء إلى مستوى المنطقة حيث بادرت الكثير من الدول في ايجاد مخرج للنجدة وتوفير مستلزمات العيش، وهذا ما ولد التجارة الالكترونية وزادها ازدهاراً وقوة وأصبحت التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا لها دور كبير وهام، ولها اسهامات عالية في التنمية الاقتصادية.

وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث: حول مساهمة التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا، وأهم التحديات التي تواجه المنطقة.

المطلب الاول: مساهمة التجارة الالكترونية في اقتصاد الشرق الاوسط شمال افريقيا

ارتفع سوق مبيعات التجارة الالكترونية العالمي نحو 9,7% في عام 2022 وهي نسبة نقل عن النسبة المسجلة في عام 2021 البالغة 17,1% ، بذلك يصل حجم التجارة الالكترونية بالتجزئة الى حوالي 5,7 تريليون دولار في عام 2022.

كما يتوقع ان يستمر النمو في اتجاه تصاعدي ليصل إلى نحو 8,1 تريليون دولار ما يعادل 24% من اجمالي مبيعات التجزئة في عام 2026.

وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر الأسواق تطورا في التجارة الالكترونية حيث تحتل المرتبة الأولى بين البلدان العشرة الأسرع نمواً بالتغيرات في أرقام المبيعات على شبكة الانترنت ومع تزايد شعبية التسوق في التجارة الالكترونية، حيث اصبح لدى الشركات فرصة لبدء بيع منتجات من خلال متجر التجارة الالكترونية وبلغت حصة التجارة الالكترونية نحو 6% من حجم التجارة الدولية، حيث تقدر بـ 5,7 تريليون دولار أمريكي في عام 2022، ما يعادل 5,9% إلى الناتج المحلي الاجمالي العالمي، وقد استحوذت الصين على 26,8% من اجمالي مبيعات التجارة الالكترونية حول العالم في حين بلغت حصة الولايات المتحدة الأمريكية حوالي 15,3%. (أخبار نت، 2024)

*على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا:

تبلغ حجم السوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا 48,6 مليار دولار أمريكي في عام 2022، وبذلك يسجل معدل النمو السنوي المركب نحو 32% في الفترة 2018- 2022، ويتوقع ان يرتفع حجم التجارة الالكترونية في عام 2026 ليصل حجم التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا إلى حوالي 57 مليار دولار أمريكي.

بحلول عام 2026 بالنسبة للدول العربية يتوقع ان تضل السعودية و الامارات و مصر الرائدة في حصة التجارة الالكترونية، كذلك من المتوقع ان تسجل الجزائر نمواً قويا في التجارة الالكترونية.

وقد شهدت صناعة التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا نمواً سريعاً مدفوعة بمجموعة من العوامل في السنوات الأخيرة، مثل زيادة انتشار الشبكة العالمية للمعلومات " الانترنت" و الهواتف المحمولة، اضافة إلى زيادة اهتمام المستهلكين و التركيز على عنصر الراحة وقيمة السلع عند التسوق، والحصول على المنتجات السليعية من خلال شبكة المعلومات الدولية. (صندوق النقد الدولي، 2024)

جدول رقم 04- 03: الاحصاءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في بعض الدول العربية(2021- 2022)

هل هناك ضرائب على التجارة الإلكترونية؟	هل يتم تضمين التجارة الإلكترونية في الحسابات القومية؟	هل توجد استراتيجية وطنية تتعلق بالتجارة الإلكترونية؟	ايرادات التجارة الإلكترونية (مليار دولار أمريكي)		الدول العربية
			2022	2021	
نعم	لا	نعم	10,66	11,7	الامارات
نعم	لا	نعم	3,47	2,63	البحرين
نعم	لا	نعم	0,437	0,423	تونس
نعم	نعم	نعم	9,87	9,68	السعودية
نعم	لا	نعم	2,03	2,05	عمان
نعم	لا	نعم	3,3	3,1	قطر
لا	لا	لا	1,46	1,45	الكويت
نعم	لا	نعم	لبنان
نعم	لا	نعم	6,29	6,14	مصر
لا	لا	لا	اليمن

المصدر: صندوق النقد العربي(2023)، استبيان إحصاءات التجارة الإلكترونية، Market Insights Statista(2023).

* في مصر :

توقع تقرير حديث أصدرته مؤسسة الأبحاث التسويقية " سناتيستا" وصول حجم إيرادات سوق خدمات التجارة الإلكترونية في مصر إلى 11,4 مليار دولار بحلول عام 2027، مقارنة مع 6,7 مليار دولار في 2023، بنسبة نمو تصل إلى 14,4% بحسب جريدة المال.

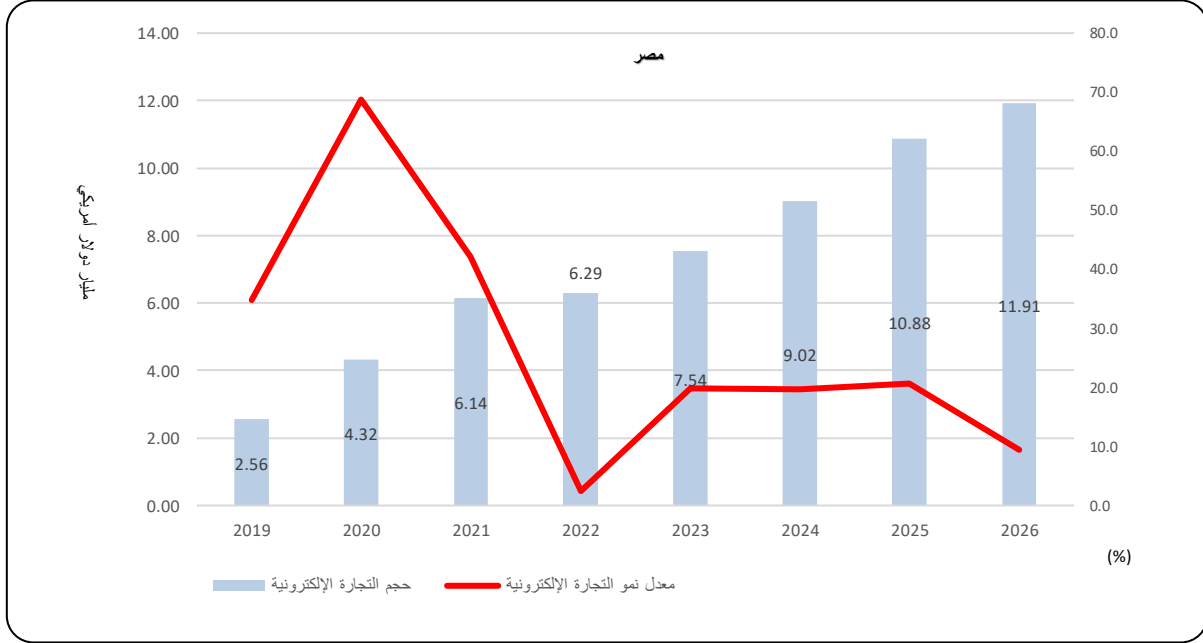
وتشهد مصر نمو مطرداً في قطاع التجارة الإلكترونية حيث تحتل المرتبة 44 عالمياً، وتتوقع الاحصائيات الدولية ان تنمو التجارة الإلكترونية في مصر بنسبة 18,6% بين عامي 2021- 2025.

وأصدر مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري ورقة بحثية جديدة بعنوان " التجارة الإلكترونية في مصر... فرص مستقبلية وتحديات راهنة"، أشار خلالها إلى أهمية الدور الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي بشكل عام و التجارة الإلكترونية بشكل خاص في تنمية اقتصادات الدول، فضلاً عن اسهامها كعنصر جذب للاستثمارات الخارجية، وأيضاً كفرصة لزيادة إيرادات الدولة، وأشارت الورقة إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في مصر قد شهد اقبالا مؤخراً من الشركات الكبرى، فشركة أمازون مؤخراً اقتنتت مستودعها اللوجيستي على مساحة 28 ألف متر مربع، وباستثمارات تتخطى المليار جنيه، مضيئة إلى

ان دخول شركات عالمية إلى السوق المصري يعطي ثقل ودفعة للتجارة الإلكترونية كونه يدع التنافسية سواء بجذب العملاء أو المعارض إلى جانب توافر السلع المختلفة. (Fintech، 2023)

فيما يتعلق بمبيعات التجارة الإلكترونية فقد ارتفعت بنحو 2,4% لتصل إلى حوالي 6,3 مليار دولار أمريكي في عام 2022، ويتوقع أن تستمر في الارتفاع بمعدل نمو سنوي يبلغ 15,8% للفترة (2022-2027)، لتصل قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية إلى حوالي 13,1 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2027.

شكل رقم 04-10: مبيعات التجارة الإلكترونية في مصر للفترة (2022-2027)

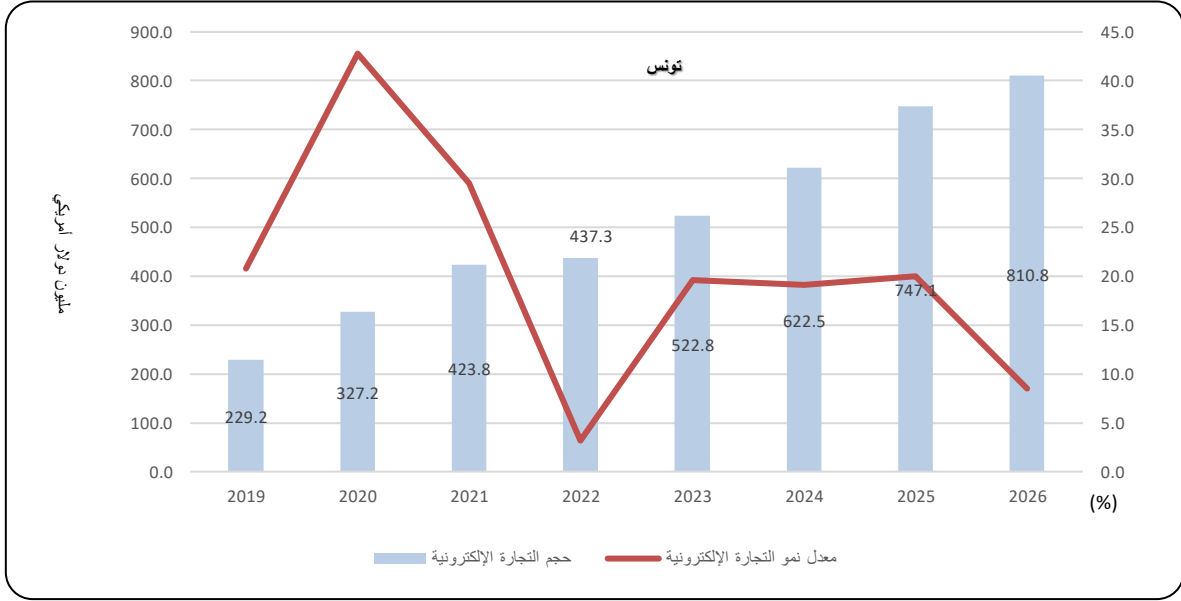


المصدر: Statista Market Insights (2023)

* تونس:

ارتفعت إيرادات التجارة الإلكترونية في تونس بنحو 0,4% لتصل نحو 43,7 مليون دولار أمريكي في عام 2022، ويتوقع أن تبلغ إيرادات التجارة الإلكترونية حوالي 886,7 مليون دولار أمريكي عام 2027.

شكل رقم 04-11: مبيعات التجارة الإلكترونية في تونس للفترة (2017-2027)

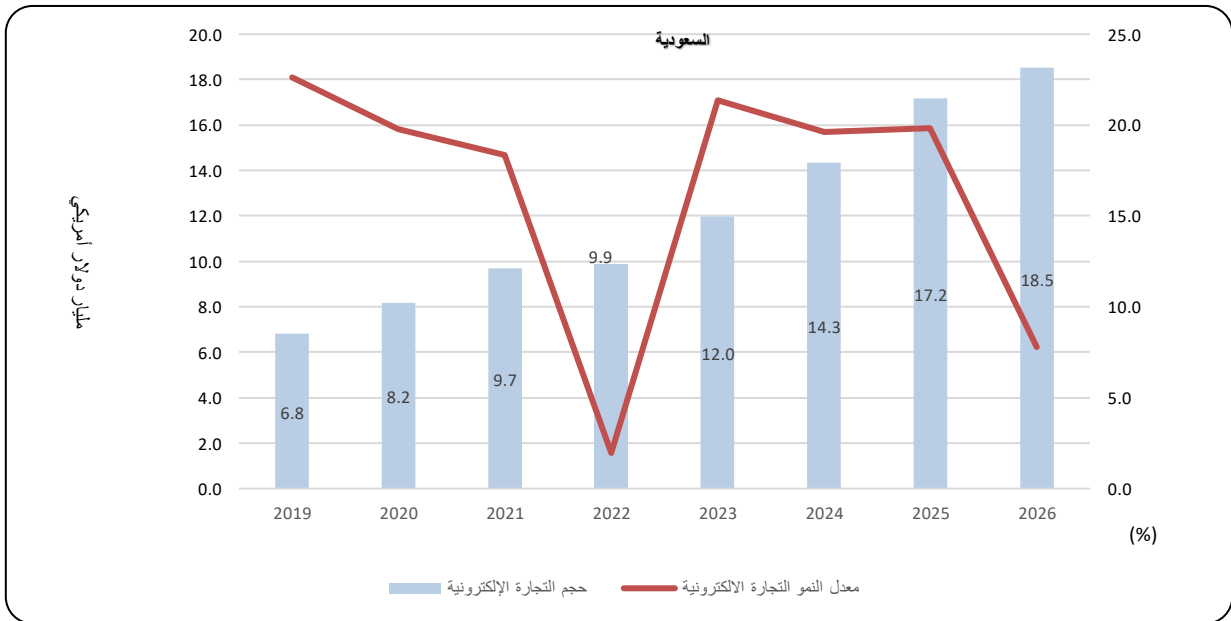


المصدر: Statista Market Insight (2023)

*السعودية:

بلغت قيمة إيرادات التجارة الإلكترونية في السعودية حوالي 6,8 مليار دولار أمريكي في عام 2019 وارتفعت إلى نحو 9,68 مليار دولار أمريكي عام 2021، لتصل إلى نحو 9,9 مليار دولار أمريكي غب عام 2022.

شكل رقم 04-12: مبيعات التجارة الإلكترونية في السعودية للفترة (2019-2026)

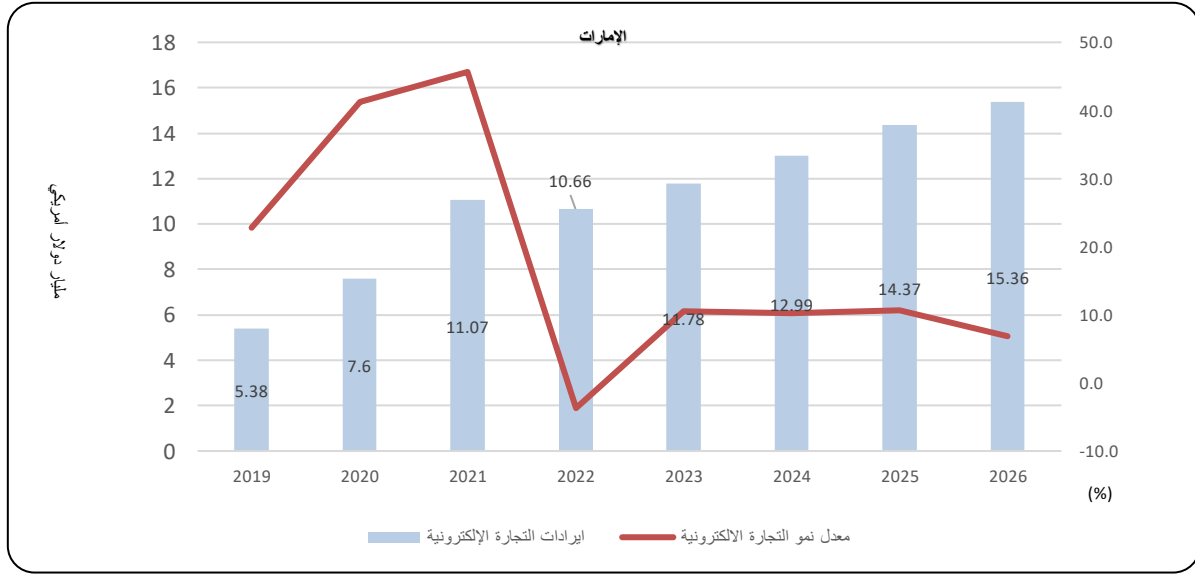


المصدر: Statista Market Insight (2023)

*الإمارات:

بلغ حجم مبيعات التجارة الإلكترونية حوالي 10,7 مليار دولار أمريكي في عام 2022، مقابل 7,6 مليار دولار أمريكي في عام 2020، يتوقع ان ترتفع إيرادات التجارة الإلكترونية في الإمارات بنحو 8,9% سنويا خلال الفترة (2022- 2027) لتصل إلى نحو 16,4 مليار دولار أمريكي في عام 2027، كذلك يتوقع ان تصل حصة مبيعات التجزئة للتجارة الإلكترونية في الإمارات إلى حوالي 12,6% من إجمالي مبيعات تجارة التجزئة بحلول عام 2027. (صندوق النقد العربي، استبيان احصاءات التجارة الإلكترونية 2023)

شكل رقم 04- 13: مبيعات التجارة الإلكترونية في الإمارات للفترة (2017- 2027)



المصدر: Statista Market Insight (2023)

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في المنطقة

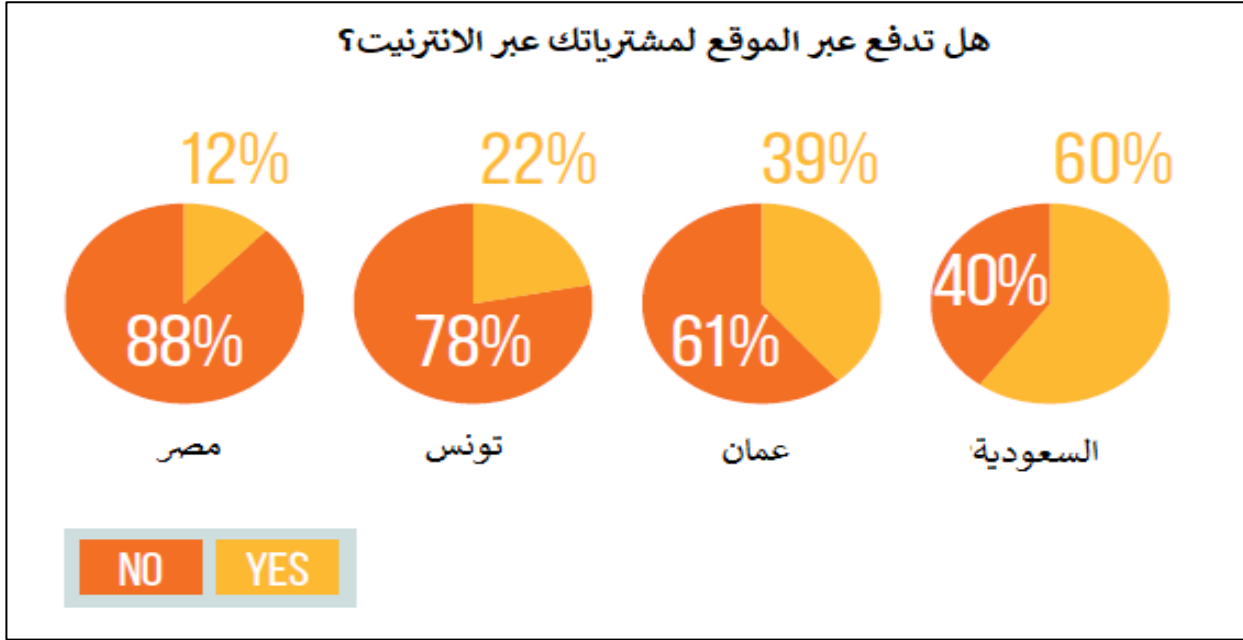
على الرغم من نمو التجارة الإلكترونية، إلا أن المستهلكين لديهم ثقة منخفضة في عمليات الدفع عبر الإنترنت ويواجهون مشكلات بما في ذلك الخدمة غير الموثوق بها ونقص المعلومات باللغة المحلية، قد تساهم هذه العوامل في عدم قيام العديد من مستهلكي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بالتسوق عبر الإنترنت، و اللذين ينفقون أموالاً أقل مقارنة بالمستهلكين في مناطق أخرى من العالم 61% من مستهلكي الشرق الأوسط وشمال أفريقيا اللذين قمنا باستطلاعهم لا يصفون أنفسهم كمتسوقين عبر الإنترنت مقارنة بـ 31% فقط من المستهلكين الأوروبيين.

انخفاض الثقة في المدفوعات عبر الإنترنت حيث يعتبر الدفع النقدي عند التسليم للطلبات أمراً شائعاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. (Consumers international, 2019)

ومع ذلك وجد استطلاعنا أن 33% من المستهلكين فقط اللذين يتسوقون عبر الإنترنت يقومون أيضاً بالدفع عبر الإنترنت، على الرغم من أن ذلك يعتمد على العمر، فقد كان معدل أعمار الأشخاص من 25 إلى 34

عما ضعف احتمال استخدام المستهلكين للذين تزيد أعمارهم عن 34 عاما للدفع عبر الانترنت (57% مقارنة بـ 27%).

شكل رقم 04-14: نتائج استطلاع في بعض الدول في الشرق الأوسط و شمال افريقيا



المصدر: موجز تقرير المنظمة العالمية للمستهلك لعام 2019

هذه المستويات المتدنية في استخدام الدفع عبر الانترنت يمكن ارجاعه إلى نقص الثقة.

كما توجد أسباب أخرى نذكر منها فيما يأتي: (مرجع سابق)

❖ **تحديات البنية التحتية:**

في عالم التجارة المتغير، توجد ضرورة لتحسين متطلبات العمل وفقا للاحتياجات المتغيرة للتقنيات و الاتجاهات في السوق و العملاء، وسواء كنت جديدا في التجارة الالكترونية أو لديك خبرة فيها فإن أولويتك الرئيسية هي زيادة الكفاءة العامة للمؤسسة التجارية، وعندما تريد تحسين الكفاءة يجب ان يكون لديك استراتيجية وبنية تحتية مناسبة لتلبية احتياجات المستخدم، كما يجب ان تكون مرنة بما يكفي لتلبية متطلباتهم.

(1) _ تعريف البنية التحتية:

البنية التحتية هي الأساس الذي يميز عملك وتشتمل البنية التحتية للتجارة الالكترونية مجموعة من الأجهزة والبرامج و الشبكات و المرافق وما إلى ذلك، التي تحتاجها لإدارة أعمال التجارة الالكترونية، عندما تتوفر البنية التحتية المناسبة ستحقق أداءً مميزاً في أعمالك التجارية، وفيما يلي بعض المكونات الهامة التي يجب مراعاتها عند تخطيط البنية التحتية للتجارة الالكترونية.

(2) تصنيف البنية التحتية للتجارة الالكترونية:

- يمكن تصنيف البنية التحتية للتجارة الالكترونية الى بيئة التجارة الالكترونية التي تحدد المبادئ التوجيهية، و الأطر العامة التي تجعل العمل مناسباً لتشغيل التجارة الالكترونية، وتشمل المعيار الفني، و أطر القانونية والتنظيمية، و اشراك مقدمي الخدمات.
 - تصنف البنية التحتية للخدمات الالكترونية ايضا إلى خدمات البنية التحتية وهي الخدمات التي تحدد وظائف التجارة الالكترونية، وتستعمل خدمة أو أكثر معها لتوفير وظائف معينة لأعمال التجارة الالكترونية، كما تساعد خدمات مثل تفويض المستخدم، ومعالجة الدفع و التحقق من الطلب وما إلى ذلك، اثناء خروج المستخدم مع المنتجات.
 - يمكن أيضا تصنيف خدمات البنية التحتية حسب الخدمات التي تقدم للمستخدم أو المؤسسة، وتشمل خدمات الشبكة و الدليل و الدفع و الأمان في البنية التحتية المشتركة للمستخدمين، وهناك أيضا مزود وحلول التجارة الالكترونية، اللذين يوفران حلاً شاملاً لأعمال التجارة الالكترونية و ليس لديهم فريق تنفيذ خاص بهم. (مقالة، 2023)
- (3) مكونات البنية التحتية للتجارة الالكترونية:**

تتكون البنية التحتية للتجارة الالكترونية من وظائف للأجهزة و البرامج و الشبكات و تحدد كل وظيفة دورها الرئيسي، عندما يتم التعرف على وظائف المكونات في التجارة الالكترونية يمكن بسهولة تنظيم منصة التجارة الالكترونية بكفاءة أكبر.

3_1) معدات التجارة الالكترونية:

- تقوم الأجهزة بعدة أشياء، من بينها السماح للمستخدم بالاتصال بالشبكة و الوصول إلى العالم الخارجي، وتخزين و استرداد البيانات و استخدامها، وتشمل بعض مكونات البنية التحتية للتجارة الالكترونية الأجهزة مثل الحواسيب و الموجهات و مراكز البيانات و المحاور وغيرها.
- تعتبر الخوادم أيضا معدات البنية التحتية للتجارة الالكترونية، حيث يوفر الخادم الوظائف اللازمة للبرامج الأخرى، ويمكن ان يكون برنامج كمبيوتر أو جهازا يمكن استخدامه لأغراض مختلفة، وبعض الخوادم الشائعة هي خادم الويب و خادم التطبيقات.

3_2) برمجيات التجارة الالكترونية:

- تتضمن مكونات البرامج خدمات مثل أدوات ادارة النظام و أدوات تحليلية لتقدير أعمالك، ومقدمي الخدمات، لأنه عندما تدير نشاطا تجاريا للتجارة الالكترونية فأنت بحاجة الى ادارة خدمات متنوعة مثل المحتوى، وقاعدة البيانات و الموارد، ويعتبر تخطيط موارد المؤسسة وإدارة المحتوى و مراكز البيانات هي بعض خدمات البرمجيات التي تساعد في ادارة موارد كفاءة الشركة.
- تعتبر التحليلات أيضا من مكونات البنية التحتية للتجارة الالكترونية ، حيث تعد التجارة الالكترونية أكثر تنافسية لأنها تنمو يوميا، لذلك من المهم تحليل قدراتك مما يساعد على تحسين نظامك لأداء أفضل، وستساعد أدوات تحليل بيانات الانترنت و تحليلات النصوص في تقدير موقع التجارة الالكترونية الخاص بك.

- يتطلب وجود وسيط في برمجيات التجارة الالكترونية، وهو عبارة عن وسيط يربط مقدمي الخدمات و مستخدمي الخدمة، ويمكن أن يتم ذلك من خلال الوصول إلى الخدمات الخاصة بالمكونات أو بروتوكولات الاتصال أو الخوادم المتخصصة أو مزيج منها، وتعد واجهة برامج التطبيق عبارة عن بروتوكول أو أداة تستخدم لبناء تطبيقات البرامج حيث تحدد كيفية تفاعل مكونات البرامج مع بعضها البعض.

3_3) شبكة اتصال التجارة الالكترونية:

- ستسمح الشبكة بتوفير مسار للاتصال و الخدمات بين المستخدمين و العمليات و التطبيقات و الخدمات و الشبكات الخارجية عبر الانترنت، ويعمل الاتصال بالإنترنت ويعمل الاتصال بالإنترنت على اقامة الاتصال بين الاجهزة و العمليات المختلفة.
- تضم شبكة الاتصال ايضا جدران الحماية النارية، التي تحمي شبكاتك من المهاجمين الخارجيين حيث يمكنك من تحديد انواع حركة المرور المسموح بها خلال إضافة بطاقة الأمان، وتحتوي أيضا على مجموعة من خدمات الأمن لأنه حتى في بعض الأحيان قد تفقر جدران الحماية إلى الحماية من المتسللين بما في ذلك الخدمات الامنية.
- تستخدم شبكة الاتصال الخاصة بالتجارة الالكترونية توازن التحميل لتنزيل الحمل الكلي على الويب أو خوادم التطبيقات و توزيع الطلبات وفقا لنوع المهمة المطلوبة، ويقوم نظام اسم النطاق سنسميه نظام موقع الويب الخاص بك، كما يحدد عنوان بروتوكول الانترنت لاسم النطاق الخاص بك. (المرسال، 2023)
- لايزال الشرق الاوسط يفتقر إلى البنية التحتية اللازمة لدعم التجارة الالكترونية بشكل كامل، وها يشمل قضايا مثل الوصول المحدد للإنترنت، و الافتقار الى انظمة الدفع الامنة، و عدم كفاية الخدمات اللوجستية وشبكات التوصيل. (أموالي، 2023)
- احدى التحديات الرئيسية التي تواجه دول شمال افريقيا هي نقص البنية التحتية الرقمية، فعلى الرغم من التطورات في هذا المجال خلال السنوات الأخيرة، إلا أن هناك الكثير من البلدان لا تزال تعاني ضعف البنية التحتية الرقمية للمواطنين و الشركات. (البيدلي، 2024)

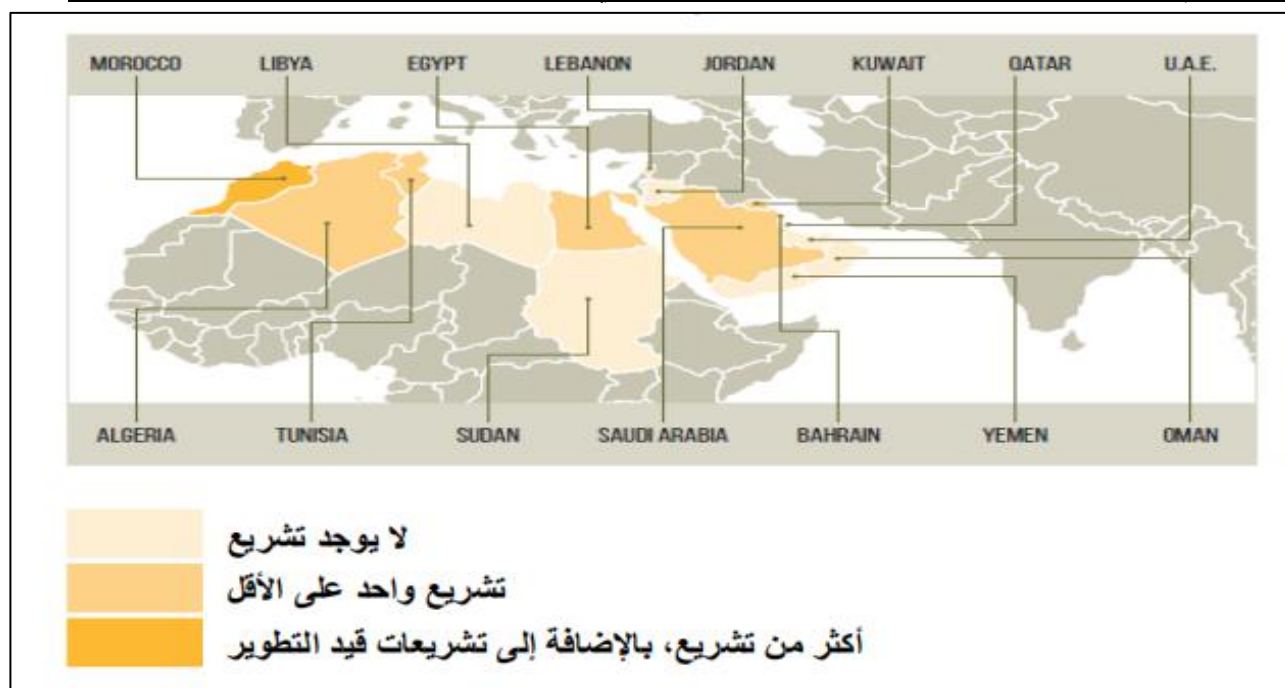
❖ تحديات التشريعات:

تكثر الخلافات بين البائع و المشتري في كل الأسواق، فكيف بسوق التجارة الالكترونية، لا شك ان الخلافات ستكون أكثر و النازع أكبر بسبب بعد المسافة، ومشاكل الشحن و الاستلام، و النقص و التلف، وهذا يتطلب تشريعات ولوائح صارمة تضبط عمليا البيع الالكتروني وتتضمن تنظيم لعمل التجارة الالكترونية. (ريادة الأعمال، 2021)

تشكل التشريعات و القوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو التجارة الالكترونية، وتواجه دول العالم سواء المتقدمة منها أو النامية تحديا كبيرا في وضع التشريعات، و الضوابط القانونية التي تتلاءم وانماط العمليات التجارية الالكترونية الحديثة المحلية لدول العالم، ويمكن ايجاز التحديات القانونية في:

- بيئة التعاملات الالكترونية وفق مراحل اتمام العملية التجارية، ففي المرحلة الأولى التي تسبق مرحلة التعاقد، تظهر تحديات ابرزها:
 - مدى توثيق المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو الخدمة المعروضة ومشروعية ما يقدم في المواقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (الملكية الفكرية)، وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية، أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة.
 - وكذلك آليات احتساب الضرائب على عوائد التجارة الالكترونية.
- وفي المرحلة التالية المتمثلة في ابرام العقد حيث يتلاقى الايجاب و القبول في العقود الالكترونية سواء في الموقع أو عبر مراسلات البريد الالكتروني وهنا تظهر مشكلتان:
 - أولهما : مدى وثوق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سلامة المتعاقدين ويقوم بعملية التوثيق و التأكد من صفة وحقيقة كل طرف.
 - وثانيهما: مدى حجة العقد الالكتروني، ومدى قبوله في الاثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي (Digital signature) ليقوم بدور التوقيع العادي.
- أما المرحلة الثالثة و المتمثلة في انفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، و الوفاء بالثمن، فمن ناحية تسليم السلعة فتثور مشكلة التأخير و الاخلال بمواصفات الاتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية.
- و يأخذ الدول العربية بعين الاعتبار، نجد أنها تواجه تحديا حقيقيا في التعامل مع مثل هذه الإشكاليات القانونية المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية.
- هناك ستة بلدان فقط في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا لديها تشريعات لحماية المستهلك تغطي التجارة الالكترونية

شكل رقم 04-15: تطوير تشريعات التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا 2019



المصدر: موجز تقرير المنظمة العالمية للمستهلك لعام 2019

- تواجه بلدان المنطقة مجموعة من التحديات المتعلقة بنقص الأطراف القانونية و التنظيمية على سبيل المثال السودان، يؤدي الافتقار إلى أنظمة قوية للدفع عبر الانترنت و البنية التحتية للإنترنت، وارتفاع تكاليف الوصول إلى الإنترنت إلى صعوبة دخول التجار مجال البيع عبر الإنترنت، بينما في المغرب، يفتقر المستهلكون إلى المعلومات الأساسية حول مكان وجود بائعي التجزئة وكيفية الاتصال بهم أو كيفية إلغاء طلبهم، في لبنان هناك بنية تحتية جيدة لدعم تسليم التجارة الإلكترونية لكن نقص حماية المستهلك حول أشياء مثل منع الاحتيال لا يزال يحد من ثقة المستهلك.
- بعض التدابير الشاملة لحماية المستهلكين عند التسوق عبر الانترنت قيد التطوير، اقترت المملكة العربية السعودية قانون التجارة الإلكترونية الذي يضمن احكام وشروط البيع الواضحة، ووصف دقيق للمنتج و عرض التكاليف و الرسوم وتاريخ التسليم، سيتم أيضا حضر الاعلانات التي تحتوي على معلومات كاذبة أو خداع للمستهلكين. (Consumers international، 2019)

و تنحصر التحديات القانونية و التنظيمية في:

- ✓ عدم وجود قوانين واضحة و محددة للتجارة الإلكترونية قد يؤثر سلبا على الثقة بين التجار و المستهلكين.
- ✓ حاجة إلى تطوير سياسات و تشريعات تنظم عمليات التسوق الإلكتروني و تحمي حقوق المستهلكين. (الأهرام، 2024)

❖ التحديات الثقافية و الاجتماعية:

تشكل الجوانب الاجتماعية و الثقافية لبعض الامم عوائق أمام انتشار التجارة الإلكترونية، وقد أظهرت بعض الدراسات انه من الاسباب الرئيسة وراء تأخر بعض المشروعات التجارية الصغيرة و المتوسطة في بعض البلدان الأوروبية باستثناء البعض، وكذلك اليابانية عن نظيرتها في الولايات المتحدة الأمريكية يعود إلى أسباب اجتماعية و ثقافية، وتظهر هذه العوائق الاجتماعية أكثر حدة إذا ما أخذنا الدول العربية في الاعتبار، حيث تتميز هذه البلدان بخصائص اجتماعية و ثقافية تلعب دورا كبيرا في مناحي حياتها ومن بين هذه التحديات عامل اللغة، حيث ان اللغة الشائعة و المستخدمة في الانترنت بعامة على مستوى العالم هي اللغة الانجليزية، اي ما يعادل 80%، ونظرا لارتفاع معدلات الأمية و رداءة النظم التعليمية في الدول العربية، فإن نسبة من يستخدم الانترنت لأغراض تجارية تظل منخفضة و محصورة في الطبقات المثقفة، كما ان النظرة السائدة في بعض المجتمعات العربية ازاء الانفتاح على العالم الخارجي و ما ينطوي عليه من ثقافي و فكري و أخلاقي، أو ما يلقي بالشك على الدور التقليدي للمرأة في مجتمعاتها، و من ناحية أخرى فإن الشكوك حول أمن المعلومات و غياب الثقة لدى بعض المجتمعات العربية، كما هو الحال في الدول النامية لاسيما عمليات البيع و الشراء و دفع الثمن عبر الانترنت يعد عائقا آخر لانتشار التجارة الإلكترونية، وقد اشارت بعض الدراسات التطبيقية على الدول النامية بما فيها الدول العربية و الاسلامية أن 26% من هذه الدول صنفت عامل عدم الثقة أو التأقلم مع التجارة الإلكترونية كأحد أهم العوامل التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية. (د عبود زرقين و أشواق جباري، جانفي 2010)

❖ نقص المعلومات باللغات المحلية:

معظم بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا متنوعة لغوياً، اللغة هي الأكثر انتشاراً، مع انتشار اللغة الأمازيغية في بعض بلدان شمال افريقيا، واستخدام واسع للغة الفرنسية و الانجليزية على الرغم من هذا التنوع فإن 71% من المواقع في المنطقة باللغة الانجليزية مع وجود منصات رئيسية مثل eBay لا تملك مواقع باللغة المحلية يؤدي هذا إلى وجود فجوة كبيرة بين احتياجات المستهلك للحصول على معلومات المنتج و الشروط و الأحكام و المدفوعات، مما يؤثر على ثقة المستهلك في اكمال المعاملات عبر الانترنت و تحقيق اقصى استفادة من هذه الخدمات، ومع ذلك فإن بعض الشركات التي تتخذ خطوات لتغيير هذا، خدمة البث الموسيقي Spotify على سبيل المثال، اتخذت خطوات لجعل المستخدم أكثر محلية بتوفير الاحكام الشروط باللغة العربية. (Consumers international، 2019)

تتصدر التحديات الثقافية و الاجتماعية في:

_ قد تواجه المواقع و التطبيقات تحديات في فهم احتياجات و تفضيلات المستهلكين... وتليبتها.

_ تواجه بعض المنتجات و الخدمات و تحديات ثقافية و اجتماعية في القبول و الانتشار في المجتمع. (الأهرام، 2024)

جدول رقم 04- 04: خلاصة التحديات

يمثل قياس حجم التجارة الالكترونية و إدراجها في الحسابات القومية أحد أهم التحديات التي تواجه الجهات المعنية بذلك. تشمل أهم التحديات المتعلقة بالتجارة الالكترونية كما وردت من الدول العربية في البنود التالية:

(8)	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
عدم وجود رؤية واضحة لدى بعض الدول حول شمولية القطاعات الداعمة للتجارة الالكترونية.	صعوبة قياس حجم التجارة الالكترونية.	الغش التجاري، وجودة ونوعية المنتج.	تأخر وصول المنتج للمستهلكين، وتحديات تتعلق بطبيعة التجارة العابرة للحدود بين الدول.	كيفية ادراج احصاءات التجارة الالكترونية في منظومة الحسابات القومية.	ضعف الرقابة على عملية المبيعات الالكترونية من خلال شبكة العالمية للمعلومات "الانترنت".	عدم وجود تشريعات قانونية تنظم التجارة الالكترونية في بعض الدول.	البنية التحتية التقتية والرقمية في بعض الدول مازالت دون المستوى.

المصدر: (جمال قاسم و محمود، عربسات 8-9 نوفمبر 2023)

المبحث الثالث: فوائد التجارة الالكترونية في المنطقة

المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على العمالة

إن أهم أهداف السياسة الاقتصادية لأي دولة هو مواجهة مشكلة البطالة، و زيادة معدلات التوظيف و التشغيل لأهم عنصر من عناصر الانتاج، وهو العمل بنوعية الماهر و غير الماهر، و يظل محل التساؤل في امكانية التجارة الالكترونية وما يرتبط بها من تطورات تكنولوجية لها انعكاسات مختلفة على الانشطة الاقتصادية في تحقيق مشكلة البطالة و زيادة معدلات التوظيف.

- التوظيف هو أمر بالغ الأهمية من أجل تحسين موظفين أو عاملين مؤهلين كماً و نوعاً لشغل فرص العمل المتاحة، فاختيار العامل المناسب ذا أهمية كبيرة كونه العنصر الحيوي الذي يعتمد عليه في كيفية استخدام باقي عناصر الانتاج في العملية الانتاجية، و تحقيق أفضل انتاج أو هو الجهد الانساني المبذول من خلال العملية الانتاجية بقصد انتاج السلع و الخدمات، فهو يعد أهم عناصر الانتاج باعتباره القوة التي تؤثر في النتائج النهائية لجميع الانشطة الاقتصادية و من أكثر تأثيراً على الاقتصاد الوطني سواء كان العمل فكرياً أو عضلياً.
- تقدم التجارة الالكترونية فرصاً جديدة للتوظيف، حيث تتيح اقامة مشاريع تجارية صغيرة و متوسطة للأفراد و ربطها بالأسواق العالمية و بأقل التكاليف الاستثمارية لاسيما تجارة الخدمات التي توفر التجارة الالكترونية فرصاً وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الالكترونية، مثل المتخصصين في انشاء المواقع التجارية الالكترونية، و العاملين و الاداريين و تقنيين في المتاجر الالكترونية، بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات و الاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية من مهندسي الشبكات و البرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الالكترونية و غيرها.
- أما بالنسبة للعمالة الماهرة، و تلك التي تتحصل و تتمتع بالكثير من التدريب و التعلم فسوف يزداد الطلب عليها من جانب اصحاب مؤسسات العمال في الأنشطة الاقتصادية التي أخذت بتكنولوجيا المعلومات الالكترونية. (الجيلالي، 2020)

*اثر التجارة الالكترونية على العمالة في الشرق الاوسط و شمال افريقيا:

- وجود التجارة الالكترونية في منطقة تزداد فيها نسبة العاطلين على العمل، أعطى لمواطنيها المزيد من المتسع ليحصلوا دخلاً اضافياً بطرق اخرى غير تقليدية عن طريق التجارة الالكترونية، حيث يمكن لأي شخص يملك متجر الكتروني خاص، بدون الحاجة إلى تتبع كل الشروط التقليدية المجحفة.
- تحقق التجارة الالكترونية أيضاً مزيداً من الفرص لأصحاب المشاريع الصغيرة و المتوسطة، حيث يمكنهم الربح بسهولة عن طريق اجراء المعاملات الشرائية الالكترونية عبر الانترنت، أو الترويج لأعمالهم عبر منصات العمل المستقل الشهيرة، فبفضل التجارة الالكترونية و بوابات الدفع الالكتروني الأمانة أصبح بإمكانهم اجراء عمليات البيع و الشراء بكل سهولة و يسر. (سداد، 2019)

*أثر التجارة الالكترونية على البطالة في الجزائر:

في الجدول رقم 04-05 الموالي الذي يبين القوى الناشطة ومعدلات البطالة حيث أنه في أبريل 2018، أظهرت البيانات تراجعاً في حجم اليد العاملة الموجهة للبناء (12700)، بينما شهدت ازدهاراً ملحوظاً في مجال الخدمات و التجارة الالكترونية و الاتصالات بلغت (87000) وهي في تزايد ملحوظ، أما خلال سبتمبر 2018 فقد بلغ حجم السكان الناشطين اقتصادياً حسب تعريف المكتب الدولي للعمل (12463000) شخصاً، كما قدرت الزيادة في العنصر النسوي بنسبة 19,5% شهرياً في أبريل وسبتمبر.

جدول رقم 04-05: أثر التجارة الالكترونية على عمالة في الجزائر

	تقدير	القيمة	خطأ تقليدي	معامل التفاوت	تأثير التصميم	الجنس التريبي للتأثير	عدد غير مرجح	فترات الثقة	
								P-25e	P+25e
معدل النشاط	41,7	0,4171	0,0019	0,0046	12824	1,1324	85526	0,413	0,421
	11,7	0,1173	0,0024	0,0204	19472	1,3954	35215	0,113	0,122
	36,8	0,3682	0,0019	0,0053	13862	1,1774	85586	0,364	0,372
معدل البطالة	66,7	0,6666	0,0027	0,0041	14611	1,2088	43225	0,661	0,672
	9,9	0,0985	0,0024	0,0247	19076	1,3812	28646	0,094	0,103
	60,1	0,6009	0,003	0,0049	1578	1,2562	43225	0,595	0,607
معدل العمالة	16,4	0,1641	0,0028	0,017	2,4092	1,5521	42301	0,159	0,17
	19,4	0,1945	0,0063	0,0323	1,6539	1,286	6569	0,182	0,207
	13,2	0,1322	0,0026	0,0195	2,4406	1,5622	42301	0,127	0,137
الدقة في الحجم									
الشعوب النشطة	12463		122.7454		5.9372	2.4365	85526	12218	12708
البطالين	1462		345217		0.0236	2.6096	1.6154	35215	1531
المشغولين	11001		109142		0.0099	4.906	2.215	85526	11220
الشعوب النشطة في مختلف القطاعات	الفلاحة	1067	44.991	0.0422	5.9593	2.4412	31201	977	1157
	الصناعة	1434	32.7959	0.0229	2.4453	1.5637	31201	1369	1500
	الاشغال العمومية	1774	40.9658	0.0231	3.1989	1.7885	31201	1692	1856
	الخدمات التجارية	6726	82.2804	0.0122	7.3457	2.7103	31201	6562	6891
السكان اللذين يشغلهم الوضع الوظيفي	عمل اثناء الاستقلال	3382	52.5224	0.0155	2.633	1.6227	85526	3277	3487
	الأجور المرخصة	4184	72.7132	0.174	4.2067	2.051	85526	4038	4329
	الأجور غير المرخصة	3223	54.0284	0.0168	2.9058	1.7046	85526	3115	331
	مساعدة العائلات	212	19.6499	0.0926	5.2453	2.2903	85526	173	252

المصدر: موقع الإحصاء بوزارة المالية 2019

*السعودية:

تؤدي التجارة الالكترونية إلى خلق المزيد من فرص العمل من خلال جذب شركات التجارة الالكترونية وتعزيز قدرات الشركات التقليدية المتعلقة بالتجارة الالكترونية، كما تتوفر الاستثمارات في سلاسل التوريد.

* أبرز الوظائف التي خلقتها التجارة الالكترونية:

التجارة الالكترونية هي تعاملات تجارية تتم كلها عن طريق استخدام الانترنت و العديد من تقنيات المعلومات، و التالي تختلف طريقة العمل و الادارة تماما عن التجارة التقليدية، وهو ما خلق عدد كبير ومتنوع من الوظائف الجديدة و التي سنتعرف عليها فيما يلي:

1. باحث معلومات.
2. اخصائي معلومات.
3. محلل أعمال.
4. محلل ذكاء الأعمال.
5. محلل مستودعات و قواعد البيانات.
6. استشاري أعمال الكترونية.
7. محلل نظم معلومات ادارية و محلل نظم استراتيجية المعلومات.
8. مستشار أمن معلوماتي.
9. مطور ويب.
10. مدير سجلات الكترونية.

من الوهلة الأولى ستلاحظ أن العشرة وظائف التي ذكرناها جديدة كلياً، وفريدة في نفس الوقت وترتبط بشكل مباشر بالتجارة الالكترونية التي تمكنت من اثبات قدرتها على حل الكثير من المشكلات وأبرزها كارثة البطالة، وكذلك تحسين اقتصاد الدول، ولكن هذه الخطوات العملاقة لا يمكنها إن أصبحت التجارة الالكترونية أحد المشروعات التنموية المهمة التي يجب أن تتولاها الدول و ترعاها وتوفر لها:

- البنية التحتية القوية.
- تغطية الانترنت القوية و السريعة.
- الغطاء القانوني.
- الحماية للمستهلك.
- مساعدة القائمين عليها بالدورات التدريبية و الورش التأهيلية و الاستشارات المجانية.

كل هذا من شأنه أن ينعكس على احترافية مشاريع التجارة الالكترونية، وهو ما سيسهم في خلق فرص عمل كثيرة و متنوعة و جديدة، وبالتالي توظيف مئات الآلاف كل عام. (زد، 2024)

المطلب الثاني: أثر التجارة الالكترونية على الصادرات

- تعمل التجارة الالكترونية جنبا إلى جنب مع التجارة الخارجية، فهي تعمل على مساندها عن طريق تأثيرها الكبير في عملية الصادرات و الدعاية لها بين الأسواق الدولية الالكترونية، وتدعيم العلاقات التجارية للدول.
- تعمل التجارة الالكترونية على تسهيل الصفقات التجارية بين رجال الأعمال بعيدا عن التعقيدات الروتينية المملة، مما يسهل تكوين شبكة علاقات تجارية عالمية، ينتج عنها العديد و العديد من الصفقات الناجحة.
- تكمن ميزة التجارة الالكترونية أيضا أنه يمكنها بسهولة التأقلم مع التغيرات المستمرة في سوق الصادرات، فعلى عكس التجارة التقليدية يستطيع أي من طرفي الصفقة العدول عن الطلب بدون ان تكلف مبالغ مالية باهظة قبل فوات الأوان. (سداد، 2019)
- تعمل التجارة الالكترونية على زيادة تجارة الخدمات بين الدول، ويمثل القطاع 4,60% اجمالي الانتاج العالمي، ومع ظهور تقنية المعلومات و الاتصالات الحديثة جعل التجارة الالكترونية تساهم في عملية التقارب بين المستهلكين و المنتجين، وأزالت المسافات الجغرافية. (مرجع سابق)
- وتعود التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا بالعديد من الفوائد منها:
 - مزيد من مشاركة العملاء باستخدام الأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات توفير الوقت و المال و ذلك من خلال بيانات العملاء.
 - خدمة العملاء المحسنة باستخدام أدوات مدعومة بالذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات تحسين الطريقة التي تخدم بها عملائها.
 - توسيع نقاط الوصول إلى السوق حيث تفتح التجارة الالكترونية فرصا للشركات لتوسيع نطاق وصولها إلى الأسواق بما يتجاوز الحدود التقليدية.
 - تحسين تجربة العملاء حيث تعمل منصات التجارة الالكترونية على تمكين الشركات من تزويد عملائها بتجربة شراء، و يمكن للشركات الحصول على نظرة ثاقبة حول تفضيلات العملاء.
 - توفير على مدار الساعة و على طول أيام الأسبوع، وهي توفر على مدار الساعة للشركات و العملاء، على عكس العمليات التجارية التقليدية ذات ساعات العمل الثابتة.
 - يمكن اتمام التجارة الالكترونية بسرعة و سهولة، لسنا بحاجة الى انشاء موقع ويب أو اعداد مهارات ترميز أو بدء حملة تسويقية، كل ما تحتاجه هو متجر على الانترنت و عملائها.
 - زيادة الإيرادات: تتمثل إحدى الفوائد الرئيسية للتجارة الالكترونية في انها يمكن ان توفر لك بيع المنتجات و الخدمات عبر الانترنت، ويمكنك الوصول الى جمهور واسع وتحقيق ارباح أكثر. (المرجع السابق)

المطلب الثالث: أثر التجارة الالكترونية في زيادة فرص الاستثمار

- تخلق التجارة الالكترونية فرص استثمارية كبيرة في المنطقة التي تزدهر فيها، فتوافر هذا النوع من التجارة يعني أن مواطني هذه المنطقة لديهم قدرة شرائية مناسبة، كما لديهم ثقافة التعامل التجاري الحديث، فيسهل جذبهم و اقناعهم باي منتج تسويقي حديث.

- بفضل التسهيلات التي تمنحها التجارة الالكترونية لمستخدميها ايضا، يظهر العديد من الأفكار الخلاقة و المبدعة التي يتنافس عليها الرعاة و المستثمرون، مما يجعلها منطقة جاذبة لهذا النوع من رجال الأعمال.
- ان للتجارة الالكترونية أهمية كبيرة على مستوى قطاع الاستثمار، سواء كان الاستثمار محلي أو اجنبي، و بالتالي تحقيق مستوى عالي من النمو الاقتصادي بعد توفير المناخ الاستثماري المناسب و البيئة الجاذبة و توفير كافة مقومات الاستثمار، و هنا يأتي دور اساسي للتجارة الالكترونية في توفير الشفافية و الافصاح الكامل للمعلومات المتعلقة بالبيئة الاستثمارية و الذي يعتبر احد المقومات الأساسية للاستثمارات الأجنبية و المحلية.
- كما تسهم التجارة الالكترونية في انخفاض تكاليف الاستثمار و ترشيد القرار الاستثماري، وذلك لتوافر المعلومات و بأقل تكلفة، و معرفة التطورات المحلية و الدولية التي تخص القرارات و الجوانب الادارية المتعلقة بالاستثمار، و معرفة الفرص الاستثمارية الموجودة في البلدان الأخرى التي من الممكن الاستثمار فيها من خلال الاستفادة من الفرص المتاحة التي تتيحها القوانين الوطنية، و الذي يشجع في النهاية الاستثمار المحلي و الأجنبي، كما توفر التجارة الالكترونية للجهات الحكومية التي يقع على عاتقها مهمة تشجيع الاستثمار في استخدام التكنولوجيا الحديثة في تنفيذ برامجها الاستثمارية من خلال التنسيق بينها و بين رجال الأعمال الراعين في عملية الاستثمار، سواء محلي أو أجنبي كل ذلك ساهم في زيادة فاعلية الجهات المسؤولة عن توفير بيئة الاستثمار المناسبة، و بالتالي الاستثمار بشكل عام. (عيساني و سلال، 2014، صفحة 210)

خلاصة الفصل

تعاني التجارة الالكترونية في الدول العربية ضعف التسويق، وذلك إذا قارنا حجم التسوق الالكتروني في الدول العربية مع ما يحقق على الاعلانات في المواقع العالمية، فهي ضعيفة جداً حيث على المصارف و المؤسسات التجارية العربية الكبيرة و رجال الأعمال، و المهتمين بالتجارة العمل على مواكبة التطور الحاصل في التعاملات التجارية.

بحيث تكون التجارة قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية و العالمية والمستقبلية أيضاً، وبالرغم من ان الدول العربية تقف موقف الحذر والمتردد اتجاه التجارة الالكترونية على عكس دول أخرى تتقدم نحوها بقوة لتحقق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي، ونصل إلى نتيجة ان التجارة الالكترونية تساعد على الحد من مشكلة البطالة بتوفير فرص عمل جديدة، وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و صناعة المعرفة، وتعمل على تسهيل الاعمال الفردية الحرة و المشاريع الصغيرة، والعمل من المنزل وزيادة فرص العمل لذوي الاعاقة، و اتاحة فرصة العمل للمرأة من المنزل دون الاضطرار للعمل في الخارج، إلا أنها تتطلب عمالة فنية متخصصة ومدربة و قادرة على التعامل مع تطبيقاتها. (مركز الروابط و البحوث و الدراسات الاستراتيجية، 2018)

خاتمة

لقد تم التطرق من خلال هذه الدراسة إلى موضوع دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية في منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا، وبالرغم من أن التجارة الالكترونية تخطت حدود العالمية في انتشارها فقد شهدت تحديات كبيرة في محاولات متعدد، من اهم هذه التحديات ثورة المعلومات و الاتصالات وكثافة التكنولوجيا المستخدمة، وقد أصبحت هذه الأخيرة تطرح الكثير من التحديات بالنسبة للدول العربية خاصة ضعيفة الدخل، فرغم ان التجارة الالكترونية ماهي إلا عملية شراء و بيع للسلع و الخدمات عبر شبكات الحاسوب، إلا أنها تتطلب الكثير من الوسائل المادية و المعنوية، وذلك من خلال شبكات الانترنت، فهي تلعب دورا رئيسيا في التجارة الالكترونية، وأكبر شبكة معلومات تدور خلالها جميع العمليات الاقتصادية من مفاوضات و صفقات و بيع و شراء و تسويق و تبادل أموال، لدرجة أنها ستصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة دول العالم في المستقبل.

بالرغم من الوعي المتزايد بأهمية التجارة الالكترونية في جميع اقتصاديات الدول سواء كانت متقدمة أو نامية بصفة عامة، والدول العربية بصفة خاصة في عملية التنمية الاقتصادية، من خلال ما تساهم به في تنشيط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وزيادة القدرة التنافسية، وخلق فرص عمل جديدة، وتعظيم الاستفادة من الفرص في سوق التكنولوجيا المتقدمة، وتحقيق الرفاهية للمجتمع والقدرة على تغيير مستوى المعيشة، ومستوى التفكير وصولا بأفراد المجتمع إلى درجات الابداع.

رغم التطور الذي عرفته منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على مدار السنوات الأخيرة، ورغم الاستفادة التي أبدتها وما قدمته من جهود بهذا الشأن، والتفاوت الحاصل بين هذه الدول في درجة الاهتمام، إلا أنها مازالت بعيدة عن المستوى المطلوب مقارنة بما وصلت إليه الدول المتقدمة من جهة، و سرعة التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من جهة أخرى.

باعتبار أن منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقيا تمثل جزءاً هاماً من هذا العالم، فيجب عليها بذل الجهود الكافية لتطوير المعاملات الالكترونية بالشكل الذي يكفل لها مكانتها في هذا العالم المتغير، وضمن المتطلبات التي يجب توفيرها.

ومن خلال هذه الدراسة نستخلص الأهمية الكبيرة لدور التجارة الالكترونية للنهوض باقتصاد الدول للسير بها نحو التقدم و العصرية، وذلك من خلال توفير البيئة الملائمة لممارستها، وبعد محاولتنا الاطلاع على مختلف جوانب الموضوع، نستخلص في الأخير بعض النتائج:

1. التجارة الالكترونية أصبحت حقيقة قائمة. و لا بد منها و ليست خياراً.
2. التجارة الالكترونية هي عصبه الاقتصاد العربي و العالمي.
3. ضرورة توفير المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الالكترونية أهمها البنية التحتية و الرقمنة عالية المستوى و التمكين من سرعة الاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات، وتطوير المهارات و القدرات الرقمية.
4. سد الفجوة بين المناطق الريفية و الحضرية بهدف تطوير الشمول المالي الرقمي وضمن النفاذ إلى الشبكة العالمية للمعلومات، وتطوير الخدمات المالية بفضل الرقمنة (الدفع الالكتروني، البنك البريدي).

5. التوسع و الاستحواذ على أكبر حصة في السوق و كذلك زيادة الانشطة الالكترونية.
6. تساعد التجارة الالكترونية على التوسيع في الأسواق الدولية وكذلك على سرعة الوصول اليها.
7. تساعد التجارة الالكترونية في انجاز الصفقات التجارية فوراً و بأقل تكلفة.
8. تحقيق ميزة التنافسية للشركات.
9. ضعف مؤشر الاتصالات في الخطوط الهاتفية الثابتة و النقالة، وتكلفة الاتصال فترات الانتظار للحصول على الخدمات الهاتفية في كثير من الدول لاسيما الأقل نمواً رغم أهميته في دعم تطوير التجارة الالكترونية.
10. زيادة الاهتمام بتطبيقات التجارة الالكترونية وزيادة معدلات استخدامها.
11. تواجه الكثير من الدول في منطقة الشرق الأوسط شمال افريقيا بعض العقبات و التحديات في سبيل استخدامها للتجارة الالكترونية، ومنها عوائق تقنية وتكنولوجية مثل الافتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد و الدفع عن طريق الانترنت وبطاقات الائتمان.
12. ضعف البنية التحتية أهل بنوع و سرعة الاتصالات ونقل المعلومات و الربط الالكتروني.
13. ضعف الثقافة الالكترونية و الوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع.

بالإضافة إلى العقبات القانونية لمشكلات الدفع التقنية و المواقع الوهمية، وهناك العوائق التجارية مثل محدودية حجم التجارة الالكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو المستهلكين محلياً.

وضعف الخبرات التجارية و المساعدات الفنية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال الكترونية.

توصيات و اقتراحات

في ضوء النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم بعض الاقتراحات و التوصيات كما يلي:

- (1) التركيز على تطوير البنى التحتية، إذ أن وجود بنية تحتية قوية وتدعم نظم الاتصالات تسمح بنشر استخدام التجارة الالكترونية في مجال الأعمال الالكترونية.
- (2) تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية وتلك المنظمة للنقود و البنوك الالكترونية.
- (3) تشجيع الاستثمار في صناعة تكنولوجيا المعلومات من خلال توفير بيئة مواتية للاستثمار في القطاع سواء الشركات المحلية أو جذب الشركات الأجنبية.
- (4) اقامة شراكة بين القطاع العام و القطاع الخاص في مجال تنمية وتطوير البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات.
- (5) توفير وتسهيل التمويل من خلال المصارف و المؤسسات المالية في قطاعات التقنية الحديثة.
- (6) تطوير القدرة التسويقية للتجارة الالكترونية على المدى الطويل، بهدف تحقيق أكبر عائد وزيادة المبيعات عبر الشبكة العالمية للمعلومات.
- (7) تقديم العروض المناسبة و الاحتفاظ بالعملاء وجذب المزيد منهم.
- (8) اصدار قانون احصائي تشريعي ينظم عمليات التجارة الالكترونية لمحاربة الغش التجاري.
- (9) العمل على نشر خدمات تكنولوجيا المعلومات في المناطق الريفية.
- (10) يجب ان تعمل الحكومات في مختلف الدول العربية على تعزيز الاطار التشريعي ليواكب التطور الحاصل على مستوى التعاملات الالكترونية.
- (11) توفير الخدمات المصرفية الالكترونية ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الالكترونية من خلال تسهيل اتمام وتحصيل المدفوعات و الحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين.
- (12) ضرورة ايجاد الآلية المناسبة لنقل وايصال وتسليم البضائع إلى المستهلكين.
- (13) التشجيع على اقامة مواقع باللغة العربية.
- (14) تطوير و تسهيل الكوادر البشرية وتزويدهم بمعارف خدمة العملاء بما يخدم التحول نحو التجارة الالكترونية.
- (15) العمل على تأمين وتسهيل الخدمات الالكترونية (وسائل الدفع الالكتروني) حيث أن أحد أهم وسائل الدفع الالكتروني هي البطاقات البنكية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا - الكتب:

- 1- الدكتور محمد عبد الله شاهين محمد(2017)، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات و فرص النمو، دار حميرا للنشر.
- 2- العربي هاشمي، صالح بزة، (2021)، التجارة الالكترونية في الجزائر وواقعها وتحدياتها الضريبية- مخبر الدراسات الاقتصادية حول المناطق الصناعية في ظل الدور الجديد، جامعة البشير الابراهيمي، برج بو عريريج.
- 3- ابراهيم العيسوي، (2003)، التجارة الالكترونية ، المكتبة الأكاديمية (ط1)، القاهرة.
- 4- منير نوري، (2014)، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 5- رائدة مساعدة بن ياسين، (2019)، مقدمة إلى التجارة الالكترونية، قسم نظم المعلومات الادارية كلية الأعمال، الجامعة الأردنية.
- 6- أماني فوزي، واقع التجارة الالكترونية في العالم في ظل قوانين تنظيم التعاملات الالكترونية.
- 7- عبد الهادي سويقي، (2002)، التجارة الالكترونية، منشورات جامعة أسوط، القاهرة.
- 8- أبو العلاء علي و أبو العلاء النمر، (2003)، المشكلات العملية و القانونية في التجارة الالكترونية، بحث مقدم لجامعة عين الشمس.
- 9- زايد بلقاسم وطوباش علي، (2002)، طبعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة في التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية، جامعة الزيتونة 6-8 أيار- مايو.
- 10- فاروق سيد حسين، (4 أكتوبر 2023) ، التجارة الالكترونية وتأمينها، دار اليازوري للنشر، مصر.
- 11- محمود برهان، عز الدين الخطاب، (2009)، التجارة الالكترونية، الشركة العربية للتسويق و التوريدات، مصر.
- 12- مصطفى يوسف كافي، (2009)، التجارة الالكترونية، دار رسلان، دمشق.
- 13- محمد فود صالح الجداية، نشأت جودت، (2009)، التجارة الالكترونية، دار حامد، عمان، ط1.
- 14- هوشيار معروف، (2005)، دراسات في التنمية الاقتصادية، دار الصفاء للنشر، جامعة البلقاء التطبيقية، ط1.
- 15- الدكتور خالد عليمات، (2021)، الفساد وانعكاساته على التنمية، دار الخليج للنشر، عمان، ط1.
- 16- محمد عبد الوهاب أبو نحول، (2021)، مؤشرات التنمية الاقتصادية.
- 17- عاطف زيدان، (2022)، ظاهرة الاقتصاد الموازي وأثرها على التنمية الاقتصادية للدول العربية.
- 18- د محمد شاهين، (2018)، الاقتصاد المغربي و أثره على التنمية الاقتصادية للدول العربية.
- 19- عبد الصبور القوي علي محربي، (2012)، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية.

ثانيا- مقالات ومجلات علمية:

- المنظمة العربية للتنمية الادارية،(2010)، مؤتمر التجارة الالكترونية "تجارة بلا حدود" بالتعاون مع غرفة تجارة الأردن- عمان- المملكة الأردنية.

- لشهب حورية، (2011)، النظام القانوني للتجارة الالكترونية-دراسة مقارنة ، كلية العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد 23، نوفمبر 2011.
- محمد مداحي، (2011)، التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتهما ومتطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
- الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، (2021)، التجارة الالكترونية، قطاع الشؤون الاقتصادية قسم منطقة التجارة العالمية، يوليو 2021.
- زحاف، (2021)، مساهمة جائحة كورونا في ازدهار التجارة الالكترونية لتنافس التجارة التقليدية- دراسة تحليلية محلية، مجلة التمويل و الاستثمار و التنمية المستدامة، المجلد 6، العدد 02.
- عبد اللاوي، تطور التجارة الالكترونية: حالة الجزائر، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المجلد 09، العدد 01.
- مركز البحوث و الدراسات، (2023)، احصائيات التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية.
- عبود زريق وشوقي جباري، (2002)، تعزيز دور التجارة الالكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية، مجلة الاقتصاد الجديد (02).
- شريط عابدة وآخرون، (2012)، الخلدونية في العلوم الاقتصادية/ مجلة دورية علمية محكمة: تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة اب خلدون الجزائر، تيارت، ديسمبر 2012، العدد 01.
- تقرير الاتصالات وتقنية المعلومات (S.d)، التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية.
- المجلة الاقتصادية الرياض، حجم التجارة الالكترونية في العالم <http://www.msm.com>، تاريخ الاطلاع: 2024/01/30 على الساعة: 17:19.
- عبد الرحيم عبد الله أبو بكر، (2024)، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، مجلد4، العدد 05 يناير 2024.
- جمال قاسم ومحمود عبد السلام، (2021)، التجارة الالكترونية، صندوق النقد الدولي.
- بوتيار عنتر، (2016)، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية- محددات التضخم في الجزائر دراسة قياسية باستخدام منهج التكامل المشترك، المجلد 4، العدد 15.

ثالثا- الاطروحات:

- مي عبد القادر فايزة، (2020)، دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم الحقوق، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم.
- سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، (2005)، التجارة الالكترونية في الفقه الاسلامي ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الفقه المقارن، الجامعة الاسلامية، غزة- فلسطين.
- بن شهرة شول، (2011)، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، أطروحة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في الحقوق "غير منشورة"، جامعة بسكرة- الجزائر.
- كامش محد ياسين و خلالي محمد الأمين، (2016-2015)، التجارة الالكترونية- دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية المركز الجامعي مغنية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.

- دراع كريمة، (2014)، واقع آفاق التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماجستير تخصص استراتيجية.
- خلايفية كريم، (2010-2011)، دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر تخصص تأمينات وتسيير المخاطر، جامعة أم البواقي- الجزائر.

رابعاً_ مؤتمرات و ملتقيات:

- نعيمة يحيوي، (2011)، التجارة الالكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، الملتقى الدولي الرابع عن نظم الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، 26 أبريل 2011.

خامساً- النصوص القانونية الأجنبية:

- 1- قانون الأونيسترال النموذجي، (1992)، بشأن التجارة الالكترونية.
- 2- اتفاقية الأمم المتحدة الأمريكية، (2005)، بشأن استخدام الخطابات الالكترونية في العقود الدولية.
- 3- قانون الاتحاد الأوروبي في التجارة الالكترونية.
- 4- قانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، التجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، عدد 28 الصادر بتاريخ: 16 ماي 2018.

سادساً- التقارير:

- صندوق النقد الدولي، (2024).
- أفضل مواقع ومنصات تسويق اونلاين في اليابان، (2024)، Japan Ecommerce Market Opportimontie.
- صندوق النقد العربي قاعدة البيانات الاقتصادية.
- صندوق النقد العربي، (2023)، استبيان احصاءات التجارة الالكترونية.
- جمال قاسم ومحمود عبد السلام، (2021)، كتيب التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي.
- وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات، جمهورية مصر العربية.
- وزارة تكنولوجيا الاتصال، الجمهورية التونسية.
- الموقع الالكتروني للأمم المتحدة.
- الاتحاد الدولي للاتصالات العربية.
- البنك الدولي، احصاءات الشمول المالي.

سابعاً_ مواقع انترنت:

- 1- United notion un.
- 2- Union iternationnele des télécominications : ITU
- 3- Directive 31/cE du perlement euroup , 2000 .
- 4- Estimates of Glo brl E-commerce_ UNCATAD 2020.

- 5- Mota world.
- 6- World bank. World development Indicators.
- 7- E- Marketer Institution 2022 Goldbal ecommerces data traste.
- 8- Uncatd (2020) B2C E-commerce Index 2022.
- 9- Dubcu Economy and Nisa (2020), The unitedArab Emirates – e-commeece Landxape 2020.
- 10- Worlde trad organization (2023) E-commerce, trade and the covid-19 npandemic, Récupéré sur : https://www.wtce.org|english|tratop-e/ covid-19_elecommerce_report-e.pfd.

11- الموقع الإلكتروني سكاي نيوز عربية أبو ضبي 16 مايو 2023

12- مركز eMarketer 2022 ,

13- موقع إلكتروني لبنانث ميا 2023.

14- موقع إلكتروني /2023 Ali baba.com ،

15- موقع إلكتروني تقرير سوق المال 2023 .Nippon .com

16- موقع إلكتروني أي كومرس دي بي.

17- العربية دبي العربية نت شرقي 2023.

18- [/https://elbadilabc-ar.dz/2024](https://elbadilabc-ar.dz/2024)

19- [/https://amwaly.com](https://amwaly.com)



27 جوان 2020

ملحق بالقرار رقم 10822... المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

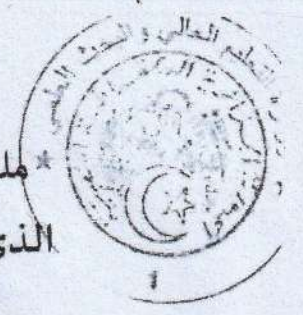
نموذج التصريح الشرطي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،
السيد(ة): بلحجة حنان الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 201870194 والصادرة بتاريخ 2020/05/20
المسجل(ة) بكلية / معهد كلية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية
دراسة حالة من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 01 جوان 2020

توقيع المعني (ة)

Belka



27 أفريل 2020

* ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): خليلي زينب الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 4307588. والصادرة بتاريخ: 19/08/27
المسجل(ة) بكلية / معهد كلية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية
دراسة حالة منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 01.04.2020

توقيع المعني (ة)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في: .2024/06/03

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

إذن بالطبع

أنا الممضي أسفله الأستاذ:..... وليد صيفي.....

الرتبة: أستاذ: محاضر أ.....

قسم الارتباط:..... العلوم التجارية.....

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر للطلبة:

1. بلكحلة حنان

2. خليلي زينب

الشعبة: العلوم التجارية.

التخصص: مالية وتجارة دولية

بعنوان:..... دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية.....

.....دراسة حالة: منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا.....

أرخص بطبع المذكرة المذكورة.

رئيس القسم

الاستاذ المشرف

الدكتور:
وليد صيفي