



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية



الموضوع:

دور التجارة الالكترونية في تعزيز التجارة العربية المبنية

تحت إشراف :

د. هويدي عبد الجليل

من إعداد الطلبة:

- زايد الهادي
- ذيب محمد علي
- ذهبز كريات

لجنة المناقشة

رئيسا

مشرفا ومقررا

مناقشا

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

د. بلخير محمد الطيب

د. هويدي عبد الجليل

د. العبسي علي

الموسم الجامعي: 2022 / 2023



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداءات

إهداء

منذ الخليقة وجد الإنسان نفسه على وجه الأرض لا يستطيع العيش بمعزل عن الآخرين، ونجد بجميع مراحل حياتنا من هم يستحقون منا كل الشكر والتقدير، وأن أولى هؤلاء الأشخاص هم الأبوان، فلهم علي فضل كبير قد يبلغ عنان السماء، فقد كان وجودهم سبب في فلاحنا ونجاحنا بهذه الدنيا وبالآخرة أيضاً.

أيضاً أصدقائي الذين دائماً ما أشهد لهم بأنهم نعم الرفقاء بجميع الأمور.

أهديكم هذا البحث العلمي المتواضع

ذيب محمد علي

إهداء

ليك يا حبيبة القلب

يا من وضع الله سبحانه

وتعال الجنة تحت أقدامك

رحمة الله عليك يا أمي وإلى والدي أطال الله في عمره

وإلى كل إطارات شركتي وعمالها وإلى عائلتي وكل الاصدقاء

إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح والدي رحمه الله وجعل مثواه الجنة

إلى منبع الروح في حياتي: والدي التي علمتني الصبر

والسعي من غير ضمير،

وكانت في عوئي أيام عمري من غير كلل

والى جميع الاهل والاقارب والأصدقاء من قريب او بعيد

ذهب زكرياء

شكر وتقدير

شكر وتقدير

قبل كل شيء نحمد الله عزوجل الذي أنعمنا بنعمة العلم ووفقنا الى بلوغ هذه الدرجة

"اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضى"

ثم الصلاة على خير رسله وأنبيائه الداعي الى رضوانه والقائل

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

نتقدم بخالص الشكر الى من كان لهم الفضل في تعليمنا وبلوغنا هذا المقام:

أساتذتنا الكرام ونخص بالذكر الدكتور المشرف علينا "هويدي عبد الجليل" الذي كان له بالغ الاثر في إثراء هذا

العمل من خلال قبول الإشراف علينا وتوجيهاته السديدة رغم الظروف التي مررنا بها الشكر موصول إلى لجنة

المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل وإثراءه

ولا يفوتني شكر كل اساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، خاصة قسم العلوم التجارية للجامعة

الشهيد حمه لخضر بالوادي .

وهذا الشكر موصول الى كل من كانت له يد العون في هذا العمل من قريب او بعيد

فلهم منا جزيل الشكر مع تمنياتنا لهم بالتوفيق والنجاح

الملخص

الملخص

تهدف هذه الدراسة للكشف عن الدور الذي قد تلعبه التجارة الالكترونية في تطوير وتنمية التجارة العربية البينية وذلك من خلال تسليط الضوء عن واقع التجارة العربية البينية والمشاريع العربية المشتركة التي تسعى الى تحرير المبادلات التجارية البينية هذا من ناحية ، كما استعرضنا من خلال هذه الدراسة واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية ومؤهلات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إقامة هذا النوع من التجارة والجهود والمبادرات العربية الرامية الى تحسينها وتطويرها لتكون البديل الاستراتيجي امام الشركات والمؤسسات العربية لدخول الأسواق العربية والدولية.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية - التجارة البينية - المنطقة الحرة العربية

Résumé

Cette étude vise à révéler le rôle que le commerce électronique peut jouer dans le développement et le développement du commerce inter-arabe en mettant en évidence la réalité du commerce inter -arab et des projets arabes conjoints qui cherchent à libéraliser ces échanges inter-tradus d'une part, comme nous avons examiné Grâce à cette étude, la réalité du commerce électronique dans les pays arabes et les qualifications de l'infrastructure des technologies de l'information et de la communication pour établir ce type de commerce, d'efforts et d'initiatives arabes visant à l'améliorer et à le développer pour être l'alternative stratégique aux entreprises et institutions arabes pour entrer dans les marchés arabes et internationaux.

Mots clés : commerce électronique - commerce intra - zone franche arabe

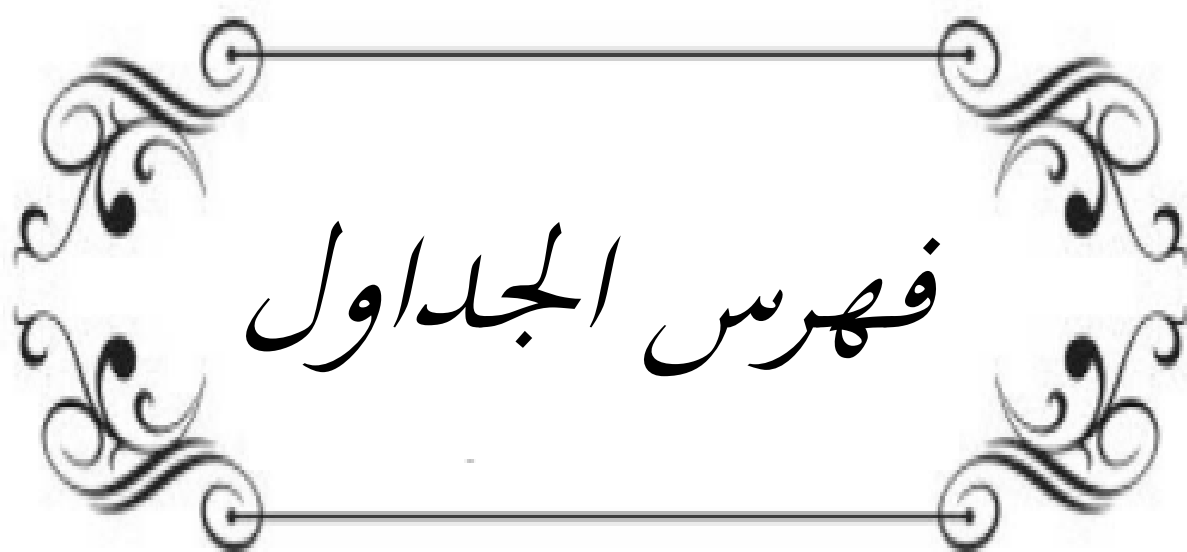
الفهرس

المحتوى	الصفحة
اهداء	
شكر وعرفان	
ملخص	
الفهرس	II
فهرس الجداول	VI
فهرس الأشكال	VIII
المقدمة العامة	أ
الفصل الأول: إطار نظري مفاهيم للتجارة الالكترونية والتجارة الخارجية	
تمهيد	2
المبحث الأول: إطار نظري للتجارة الخارجية	3
المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية	3
أولاً: مفهوم التجارة الخارجية	3
ثانياً: خصائص التجارة الخارجية	4
المطلب الثاني: أسباب ظهور التجارة الخارجية	6
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية وأهميتها	8
أولاً: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية	8
ثانياً: أهمية التجارة الخارجية	9
المطلب الرابع: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية ومجالاتها	11
أولاً: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية	11
ثانياً: مجالات التجارة الخارجية	13
المبحث الثاني: إطار نظري للتجارة الالكترونية	14

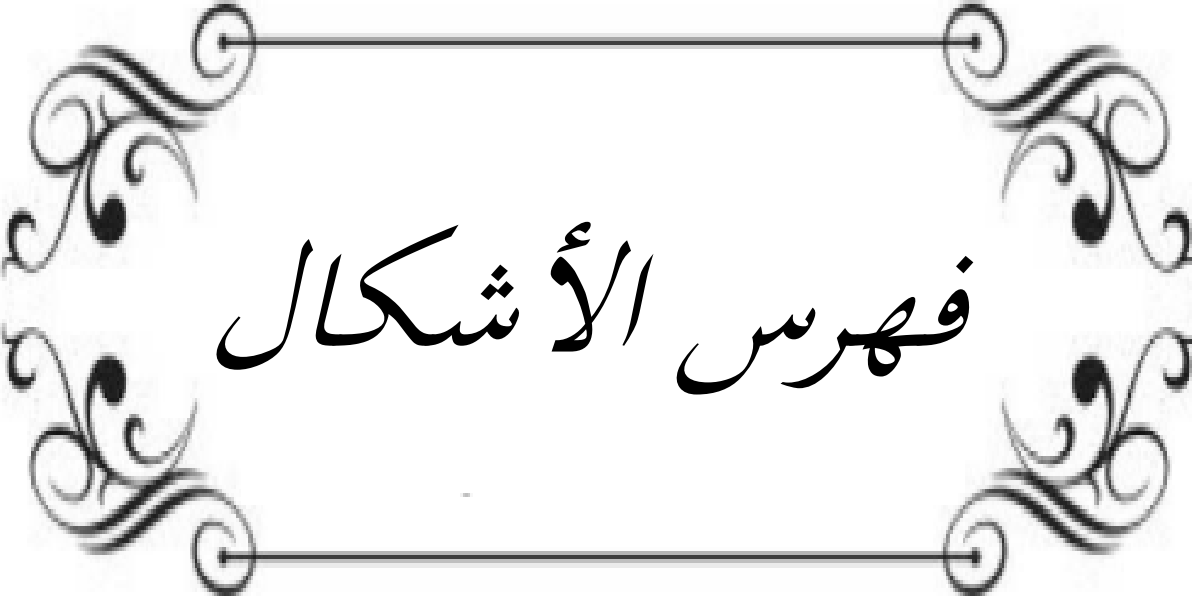
14	المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية
14	أولا: نشأة التجارة الالكترونية
15	ثانيا: مفهوم التجارة الالكترونية
16	ثالثا: خصائص التجارة الإلكترونية
17	المطلب الثاني: دوافع وأهمية التجارة الالكترونية
17	أولا: دوافع التجارة الالكترونية
18	ثانيا: أهمية التجارة الالكترونية
19	المطلب الثالث: مجالات وأشكال التجارة الالكترونية
19	أولا: مجالات التجارة الالكترونية
20	ثانيا: اشكال التجارة الالكترونية
22	المطلب الرابع: إيجابيات ومخاطر التجارة الالكترونية
22	أولا: إيجابيات التجارة الالكترونية
24	ثانيا: مخاطر التجارة الالكترونية
26	المبحث الثالث: العلاقة بينهما والمساهمة وأدوات التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية
26	المطلب الأول: العلاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الخارجية
28	المطلب الثاني: الأدوات التقليدية للتجارة الالكترونية
29	المطلب الثالث: الأدوات الحديثة في التجارة الالكترونية
31	المطلب الرابع: أهمية التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية
31	أولا: أهميتها بالنسبة لميزان التجاري
32	ثانيا: أهميتها بالنسبة لسعر الصرف
33	ثالثا: أهميتها بالنسبة للصادرات
34	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في تعزيز التجارة العربية البينية	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: جهود تطوير التجارة الإلكترونية في الدول العربية
37	المطلب الأول: كفاءة البنى التحتية العربية لاستضافة التجارة الإلكترونية
38	المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في العالم والمنطقة العربية
38	الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في العالم
40	الفرع الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية
42	المطلب الثالث: معوقات (صعوبات) تفعيل التجارة الإلكترونية العربية
44	المبحث الثاني: التجارة العربية البينية
44	المطلب الأول: مراحل تحرير التجارة العربية البينية
50	المطلب الثاني: احصائيات التجارة العربية البينية من 2011 الى 2015
54	المطلب الثالث: احصائيات التجارة العربية البينية من 2016 الى 2021
60	المبحث الثالث: أثر جهود تطوير التجارة الإلكترونية على التجارة العربية
60	المطلب الأول: شروط ومتطلبات نجاح التجارة الإلكترونية في الدول العربية
63	المطلب الثاني: مقومات دعم وتطوير التجارة الإلكترونية العربية
65	المطلب الثالث: آليات تفعيل التجارة الإلكترونية
65	الفرع الأول: توظيف التكنولوجيا لمعالجة معوقات الأسواق العربية المشتركة
68	الفرع الثاني: استنتاج لحجم الفرصة التجارية المتاحة للتجارة الإلكترونية
69	الفرع الثالث: اقتراح تعديلات لدعم الأسواق الإلكترونية العربية المشتركة
70	الفرع الرابع: أساليب تفعيل التجارة الإلكترونية العربية
70	أولاً: المحور الأول
70	ثانياً: المحور الثاني
71	ثالثاً: المحور الثالث

73	خلاصة الفصل
75	الخاتمة العامة
80	المصادر والمراجع

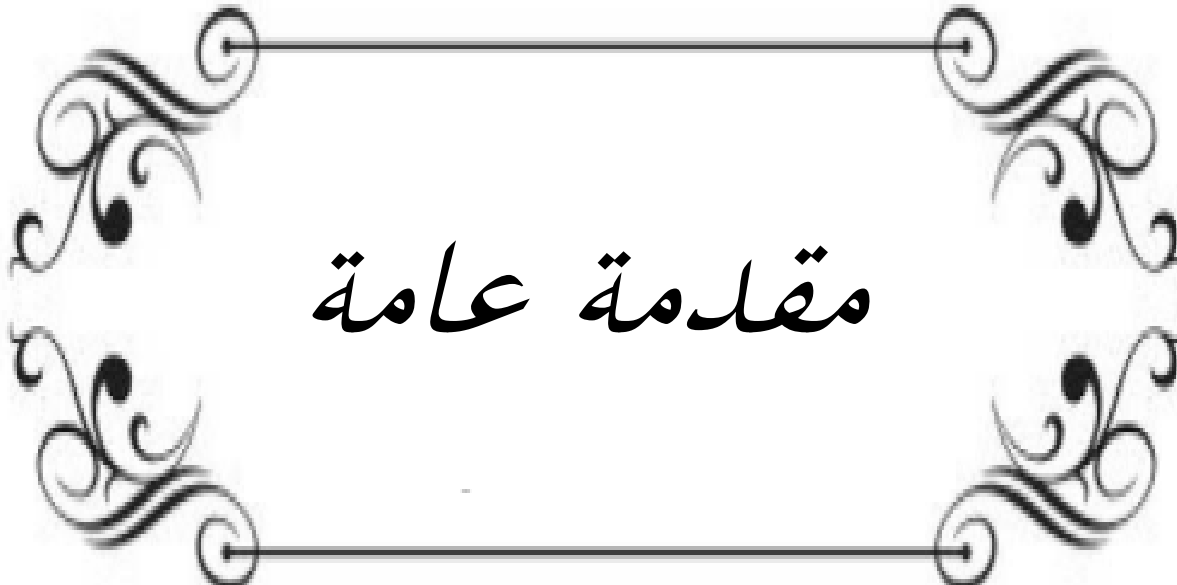


الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
38	استخدام الانترنت في العالم العربي	الجدول رقم 01
41	مؤشر الاونكتاد للتجارة الالكترونية العربية	الجدول رقم 02
50	أداء التجارة العربية البينية (2011-2015)	الجدول رقم 03
54	أداء التجارة العربية البينية (2016-2021)	الجدول رقم 04



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
21	أنماط التجارة الخارجية	الشكل (01)
30	نظم الدفع الإلكتروني	الشكل (02)
40	اجمالي عدد المتسوقين الكترونيا محليا وعبر الحدود على مستوى العالم	الشكل (03)
52	نسب تغير التجارة البينية للدول العربية (%) (2015)	الشكل (04)
53	الهيكل السلعي للتجارة البينية العربية (في المائة) (2015)	الشكل (05)
55	نسب تغير التجارة العربية البينية (%) 2021	الشكل (06)
58	الهيكل السلعي للتجارة البينية العربية (%) (2021)	الشكل (07)



مقدمة عامة

مقدمة

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالإنترنت دورا رئيسا ومهما كوسيط لاستكمال تنفيذ الأعمال التجارية بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية "واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية. وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة.

ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب " نظرا لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

وفي ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية أضحى التجارة الإلكترونية بالنسبة لما ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي.

تعد التجارة العربية البينية ضرورة حتمية في ظل التطورات المتسارعة للتجارة الدولية و تلعب التجارة البينية دورا مهما و حيويا في اقتصاديات الدول سواء كانت دول متقدمة أو نامية كما أنها ذات أهمية كبيرة كونها تلعب دورا أساسيا في نموها الاقتصادي ويعتبر التبادل التجاري بين الدول (التجارة البينية) أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تحقيق التكامل الاقتصادي , وتبرز في ظل هذه الظروف أهمية دعم التجارة البينية بين التكتلات الإقليمية ومن بينها المنطقة العربية وهو ما لم يعد خيارا بل بات ضرورة تمليها تحديات النظام العالم الجديد.

الإشكالية

تتمحور الإشكالية الرئيسية التي تطرحها الدراسة في السؤال التالي:

- إلى أي مدى يمكن أن تساهم التجارة الالكترونية في تعزيز التجارة العربية البينية؟

الأسئلة الفرعية:

- 1- ما هي التجارة الالكترونية، وما هي دعائمها؟
- 2- ما هي أهمية التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية؟
- 3- ما مدى التطور الذي تشهده التجارة الالكترونية في الدول العربية؟
- 4- ما هو واقع التجارة البينية العربية؟

الفرضيات:

- 1- تعتمد التجارة الالكترونية على تقنيات ووسائل الكترونية حديثة لإجراء المعاملات التجارية.
- 2- تمكن التجارة الالكترونية الدول المستخدمة لها من الاستفادة أكثر من تحرير تجارتها الخارجية.
- 3- تحتل أغلبية الدول العربية موقعا متأخرا في مجال تقنية الاتصالات وأنشطة التجارة الالكترونية بالنسبة لحجم التجارة الالكترونية في العالم.
- 4- تمثل التجارة العربية البينية نسبة متدنية من إجمالي التجارة العربية الإجمالية.

أهداف الدراسة:

يكمن بلورة أهداف الدراسة في النقاط التالية:

1. كشف العلاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الخارجية.
2. تسليط الضوء على التجارة الالكترونية العربية.
3. معرفة مدى تطور ودعم التجارة الالكترونية العربية.
4. محاولة الوقوف على التجارة الالكترونية ومعرفة تعزيزها على التجارة العربية البينية.
5. دراسة تجربة التجارة العربية البينية.

أهمية الدراسة:

وتتمثل أهمية الدراسة بتركيزها على أهمية التجارة الالكترونية وتعزيز التجارة البينية وبصفة خاصة التجارة العربية كونها شاهدت تطور ملحوظ خاصة في السنوات الأخيرة.

منهج الدراسة:

للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفيا عند التعرض الى المفاهيم النظرية بالتجارة الالكترونية العربية، وتحليل لنتائج الدراسات والابحاث التي تعرضت لهذا الموضوع، كما استعنا ايضا بالمنهج الاحصائي من اجل استعراض وترجمة بعض الاحصائيات المتعلقة بالدراسة.

دراسات سابقة:

-زيدان بدر البدور، واقع التجار الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة: الجزائر-مصر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تجارة دولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012. ما هو واقع تطور التجارة الالكترونية في الدول العربية؟

يشهد القرن الحادي والعشرين تحديات كبيرة في مجالات متعددة من أهم هذه التحديات ثورة تكنولوجيا المعلومات وكثافة التكنولوجيا المستخدمة وتطورها باستمرار بالإضافة إلى التوجه إلى التجارة الإلكترونية، كما تلعب شبكة الانترنت العالمية التي أنتجت هذه الثورة دورا رئيسيا في التجارة الإلكترونية كأكبر شبكة معلومات عالمية، تدور من خلالها جميع العمليات التجارية من مفاوضات وصفقات بيع وشراء وتسويق وتبادل للأموال، لدرجة أنها ستصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة دول العالم في المستقبل .

وما جعل التجارة الإلكترونية تتطور وتنمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن، هو تقديمها للعديد من الامتيازات من اختصار كبير في التكاليف المرتبطة بالزمن والمسافة، زيادة على هذا فإنها تعد بفتح أسواق جديدة، وإنشاء قطاعات نشاط تتوافق وهذا النوع من التجارة خاصة الخدمة منها .

إلا أن هناك العديد من المشاكل التي تقف عائقا أمام تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية، خاصة ما تعلق منها بالمسائل التجارية المرتبطة بحماية المستهلك ومسائل أمن وسرية المعلومات عند انتقالها عبر شبكة الانترنت بالإضافة إلى اختلاف الأنظمة والتشريعات القانونية سواء التجارية أو المالية والضريبية التي تطرح مشكلة عدم التوافق على المستوى العالمي و العربي .

تعرف التجارة الإلكترونية في الجزائر و مصر إحتجاما رغم المحاولات التي تقوم بها كل منهما لإعتماد هذا النوع من التجارة إلا أن هناك معوقات تقف أمام تطبيق التجارة الإلكترونية ، و منها غياب تشريع ينظم ، مثل هذه المعاملات ضعف البنية التحتية ، الأمية بنوعيتها ، نقص الوعي .

- كلاش إيمان، حاشي سلاف، التجارة الإلكترونية وفاق تطورها في الدول العربية: دراسة مقارنة بين الجزائر و مصر والمغرب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم لاقتصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة يحي فارس، المدية، 2017، فما هو واقع وفاق التجارة الإلكترونية في الدول العربية؟ وما إمكانية تطبيقها وتأثيرها في الجزائر، مصر والمغرب في ظل التغيرات المستجدة؟

عرفت التجارة عبر العصور تطورات كثيرة ومختلفة، وإن أهم ما يميزها في عصرنا هذا هو الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والسعي للاستفادة من مزاياها لممارسة ما يعرف بالتجارة الإلكترونية التي ظهرت كأسلوب جديد لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا بين مختلف دول العالم. وتعتبر كل من الجزائر، مصر والمغرب عينة لما يحدث من تحولات وتطورات في مجال التقنية المعلوماتية، حيث نجد أن تجربتهم هي أيضا مازالت تحقق النهضة والانطلاقة المرجوة فلا وجود لتجارة الكترونية دون استراتيجيات وسياسات وطنية تغطي آليات القانونية والمؤسسية والتقنية والتعليمية.

- جعيح نبيلة، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018. ما هو واقع التجارة الإلكترونية في دول العالم العربي؟ وماهي أهم المعوقات التي تحد من تطور ونمو هذا النوع من التجارة في هذه الدول؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المؤشرات التي توضح واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها بالاعتماد في ذلك على التقرير السنوي الذي تعده شركة بيفورت حول إحصائيات التجارة الإلكترونية في بلدان العالم العربي، وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن التجارة الإلكترونية في البلدان العربية في نمو مستمر وقد تطورت بنسب هائلة مقارنة ببدايات ظهور التجارة الإلكترونية، لكنها ما تزال بعيدة عما وصلت إليه الدول المتقدمة من تحقيق للأرباح ومعدلات نمو مرتفعة، وهذا يرجع إلى توفيرها للعوامل المشجعة على تطور التجارة الإلكترونية وأهمها عامل وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، و التي تعتبر في نفس الوقت أهم عائق يحد من تطور وازدهار التجارة الإلكترونية في البلدان العربية.

هيكل الدراسة:

من أجل دراسة ومعالجة الموضوع وكذلك معالجة الإشكالية، واختبار الفرضيات، قمنا بتقسيم موضوع الدراسة الى فصلين، الفصل الأول إطار نظري لمفاهيم التجارة الإلكترونية والتجارة الخارجية والفصل الثاني الذي يوضح التجارة الإلكترونية في تعزيز التجارة العربية البينية.

الفصل الأول قسمناه الى ثلاثة مباحث الأول منهم المبحث الأول: إطار نظري للتجارة الخارجية ،ماهية التجارة الخارجية وأسباب ظهور التجارة الخارجية، العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية وأهميتها ،النظريات المفسرة للتجارة الخارجية ومجالاتها ، أما المبحث الثاني: إطار نظري للتجارة الالكترونية ،مفهومها، دوافعها وأهميتها، مجالات وأشكال التجارة الالكترونية، إيجابياتها و مخاطرها، وفي المبحث الثالث: العلاقة بينهما والمساهمة وأدوات التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية ،العلاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الخارجية، الأدوات التقليدية للتجارة الالكترونية والأدوات الحديثة في التجارة الالكترونية، أهمية التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية.

الفصل الثاني: وقسمناه الى ثلاث مباحث في المبحث الأول: جهود تطوير التجارة الالكترونية في الدول العربية، كفاءة البنى التحتية العربية لاستضافة التجارة الالكترونية وواقع التجارة الالكترونية في العالم والمنطقة العربية ، معوقات (صعوبات) تفعيل التجارة الالكترونية العربية، وتناولنا في المبحث الثاني: التجارة البينية العربية ، مراحل تحريرها، احصائيات التجارة العربية البينية من 2011 الى 2015 ومن 2016 الى 2021 ، أما المبحث الثالث: أثر جهود تطوير التجارة الالكترونية على التجارة العربية، شروط ومتطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية ومقومات دعم وتطوير التجارة الالكترونية العربية، آليات تفعيل التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول

مقدمة الفصل:

التجارة الإلكترونية لها العديد من المميزات والفوائد التي ما إن تم تجربتها لا يمكن حينها الاستغناء عنها، حيث أصبحت أحد أهم الوسائل في عصر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتم من خلالها عمليات التسوق عبر المواقع الإلكترونية، ومن أبرز تلك المميزات السهولة التي يتم بها عرض المنتج الخاص بالبائع مع إيضاح تفاصيله وسعره، كما تساهم في توفير النفقات والتكاليف التي تتكبدها المتاجر من أجور تأسيس وإيجار وعمالة فضلاً عن الدعاية والتسويق.

كانت المجتمعات البشرية تعيش قديماً في ظل اقتصاد مغلق، حيث ظهرت تجارتها على شكل مقايضة داخل البلد الواحد ومع التطور المتواصل ازدادت الحاجات بتنوع عدد السكان وتنوع سلوكهم الاستهلاكي ورغبتهم الأمر الذي أدى بضرورة الانتقال إلى اقتصاد مفتوح وذلك بفتح أسواقها للعالم الخارجي أي نشوء التجارة الخارجية.

وبذلك تم تقسيم هذا الفصل الى المباحث التالية:

المبحث الأول: إطار نظري للتجارة الخارجية

المبحث الثاني: إطار نظري للتجارة الالكترونية

المبحث الثالث: العلاقة بينهما والمساهمة وأدوات التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية

المبحث الأول: إطار نظري للتجارة الخارجية

تعد التجارة الخارجية من أقدم مظاهر قيام علاقات اقتصادية دولية، ولهذا جذبت اهتمامات الدول والفكر الإنساني منذ القدم، وكانت بالتالي محلا للعديد من المفاوضات والدراسات والمؤتمرات، واكتسبت تدفقات صادرة ومستمرة من المبادئ والأفكار والنظريات والتقنيات.

المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية

سنستطرق في هذا المطلب الى مفهوم التجارة الخارجية وخصائص التجارة الخارجية.

أولاً: مفهوم التجارة الخارجية

التعريف الأول: حيث تم تعريف التجارة الخارجية بأنها فرع من فروع علم الاقتصاد الذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية الجارية عبر الحدود الوطنية التي تشمل تبادل السلع المادية، تبادل عنصر العمل، تبادل الخدمات، تبادل النقود (رؤوس الأموال بين الدول)¹.

التعريف الثاني: وعرفت التجارة الخارجية أيضاً بأنها عملية انتقال السلع والخدمات بين الدول والتي تنظم من خلال مجموعة من السياسات والقوانين والأنظمة التي تعقد بين الدول².

التعريف الثالث: وعرفت كذلك بأنها الصادرات والواردات المنظورة، وغير المنظورة في المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع والافراد ورؤوس الأموال، وتنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة³.

التعريف الرابع: وعرفت أيضاً بأنها عمليات البيع والشراء التي تجري بين الشعوب والأمم لا بين افراد البلد الواحد، سواء كانت بين فردين كل منهما من دولة غير الأخرى يشتري بضاعة لينقلها الى بلاده فهي كلها تدخل تحت سيطرة علاقة دولة بدولة ولذلك تباشر الدولة منع اخراج البضائع واباحة بعضها، وذلك ضمن سياسة معينة تتبعها الدولة لرعاية شؤون الامة التجارية من الناحية الخارجية⁴.

¹ عمر عبد الله محمد وآخرون، قياس وتحليل أثر مؤشر الاداء اللوجستي في التجارة الخارجية العالمية لبلدان مختارة، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 13، العدد 40، 2021، ص 371.

² عطالله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 09.

³ جميل محمد خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص 217.

⁴ محمد نجيب حمادي الجوعاني، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 35.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف التجارة الخارجية بأنها: أداة أساسية لتحقيق التنمية الشاملة، فهي تساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي لأي بلدي كان، وذلك من خلال توزيع الأنشطة الصناعية للبلد، بالإضافة الى جلب الاستثمارات الأجنبية التي لها مساهمة هي أيضا في التنمية من خلال عوامل الإنتاج المختلفة التي تتبعها.

ثانيا: خصائص التجارة الخارجية

تتميز التجارة الدولية بخصائص كثيرة نذكر منها¹:

1-التكوين الغير متكافئ لأطراف المعاملات:

الخاصية الأساسية للمعاملات الاقتصادية الدولية لأن التبادل فيها غير متكافئ ويرجع هذا اللاتكافؤ إلى التفاوت الشديد بين اقتصاديات أطراف التبادل، ويرجع هذا اللاتكافؤ إلى التفاوت الشديد بين اقتصاديات أطراف التبادل وهذا التفاوت اللامتكافئ بين الأطراف انعكس وبطبيعة الحال على التكافؤ فيما يتم تبادله، فالدول المتقدمة تفرض نسب تبادل لصالحها وذلك لعرضها منتجات احتكارية فيزيد الطلب عليها، في حين منتجات الدول المتخلفة عبارة عن منتجات احتكارية فيزيد الطلب عليها، في حين منتجات الدول المتخلفة عبارة عن منتجات تنافسية تصارع مع أسواق الدول المتقدمة.

2-الانخراط المتزايد للدول المتخلفة في السوق الرأسمالي العالمي:

الدول المتخلفة هي الأكثر انخراطا في السوق العالمي والأكثر اعتمادا على التجارة الدولية من الدول المتقدمة، ويرجع هذا أساسا إلى تزايد الطلب على السلع الاستهلاكية إشباعا لرغبة محاكاة نمط الحياة الغربية. كما أن الاقتصاد السلعي في الدول المتخلفة ذو توجه خارجي كالبتروال والمنتجات المنجمية يتم إنتاجها حسب احتياجات الدول المتقدمة.

3-تدهور المبادلات الخاصة بالدول المتخلفة:

إن سبب تدهور المبادلات للدول المتخلفة هو أن النمو الاقتصادي يؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات الاستهلاكية ويزيد هذا الطلب مع تزايد عدم التكافؤ في التوزيع، فقابلية الإنفاق على سلع الرفاهية تتعاضد بسرعة أكبر مع تعاضد الإنفاق على الضروريات، مما يؤدي إلى تناقص الطلب على السلع الغذائية وزيادته

¹ خروبي حسام الدين، أثر تحرير التجارة الدولية في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال فترة 1990-2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018/2017، ص ص 8، 9.

على السلع الاستهلاكية، فتتوجه الدول المتخلفة للخارج للحصول على هذه السلع التي لا تنتج أكثرها، فيؤدي ذلك إلى تدهور نسب المبادلة للدول المتخلفة المنتجة للمواد الأولية.

4-التقلبات في أسعار المواد الأولية:

تعتمد الدول النامية على الدخل المتأتي من صادرات المواد الأولية لمواجهة متطلباتها من السلع الصناعية ومتطلبات الاستثمار والتنمية، وعادة ما يمثل الدخل من التجارة الدولية نسبة كبيرة من الدخل القومي، فإذا تعرضت أسعار هذه المواد الأولية للتغير في السوق العالمي فإن ذلك ينعكس مباشرة على مستوى دخل رفاهية الدول النامية.

5-الاستهلاك المتفاوت:

أدى انقسام العالم إلى دول صناعية وأخرى غير صناعية إلى أن أصبحت الدول الصناعية هي الأكثر استهلاكاً للسلع المصنعة فإذا أرادت الدول المتخلفة أن تحقق استهلاكاً فردياً مساوياً لتتوسط المعدل العالمي عليها أن تضاعف وارداتها، ولكي يحدث ذلك عليها مضاعفة صادراتها بنفس النسبة إن لم تكن أكثر وهذا بالطبع غير ممكن.

6-الجهود الدولية للمعاملة التفضيلية للدول المتخلفة:

نتيجة للأوضاع المتردية للدول المتخلفة في السوق العالمي للرأسمالية تصاعدت المطالب بمعاملة تفضيلية أو تمييزية لصالح هذه الدول بحيث يتم دراسة حاجات الأطراف على حدة وحاجات الأطراف على حدة وحاجات الصناعات على حدة.

7-تطور هيكل التجارة الدولية:

يلاحظ أن نمو التجارة الدولية قد يعبر بصورة كبيرة حيث كانت في الماضي تعتمد على تجارة المواد الأولية، ثم زادت نسبة التجارة في السلع ذات التكنولوجيا المتقدمة. كما يلاحظ أن نمو التجارة الدولية أسرع من نمو الإنتاج العالمي والسبب في ذلك هو تحرير التجارة الدولية، وسياسات الانفتاح والترابط بين اقتصاديات العالم.

المطلب الثاني: أسباب ظهور التجارة الخارجية

يرجع تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية بين الدول إلى جذور المشكلة الاقتصادية، أو ما يسميه الاقتصاديون بمشكلة الندرة النسبية. فمن الحقائق المسلم بها في عالم اليوم أنه مهما اختلفت النظم السياسية في

مختلف دول العالم فإنها لا تستطيع اتباع سياسة الاكتفاء الذاتي بصورة كاملة، ولفترة طويلة من الزمن. وذلك لأن اتباعها يدفع الدولة أن تنتج كل احتياجاتها بالرغم من أن ظروفها الاقتصادية والجغرافية لا تمكنها من ذلك ومهما يكمن ميل أي دولة لتحقيق هذه السياسة، فإنها لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن الدول الأخرى، إذ أن الدول كأفراد ليس بإمكانها أن تنتج كل ما تحتاج من السلع، وإنما اقتضى الأمر أن تخصص في إنتاج السلع التي تؤهلها ظروفها الطبيعية والاقتصادية لأن تنتجها، ثم تبادلها بمنتجات دول أخرى لا تستطيع إنتاجها داخل حدودها، أو تستطيع لكن بكلفة ونفقة يصبح عندها الاستيراد من الخارج مفضلاً من هنا تبدو أهمية التخصص وتقسيم العمل بين الدول المختلفة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بظاهرة التجارة الدولية.

وقد دأب الاقتصاديون منذ زمن طويل على بحث هذه الظاهرة وفقاً لنظرية التخصص التي نادى بها آدم سميث وأبرز من اتبعه من الاقتصاديين الكلاسيكيين مزايا الأخذ بها، وأن الفرد إذا تخصص في أداء عمل واحد يتقنه فسترتفع درجة مهارته، وتزيد بالتالي إنتاجيته من ثم يصل إلى مستوى أعلى من الرفاهية الاقتصادية، ويؤدي التخصص بالطبيعة إلى قيام تبادل بين الأفراد فلكي يحصل كل فرد على حاجاته المتنوعة، فإنه حتماً سيقوم بمبادلة جزء من إنتاج بجزء من إنتاج غيره من الأفراد الذين تخصصوا في إنتاج سلع أخرى. والتخصص الدولي يقوم على نفس المبدأ، فإذا كان الإنسان يتقيد في تخصصه في شكل ارتفاع مستوى رفاهية الاقتصاد فلماذا لا تخصص الدول هي الأخرى في إنتاج أنواع معينة من السلع ترتفع فيها كفاءتها الإنتاجية، ثم تقوم بمبادلة ما يقضي عن حاجتها من إنتاجها بما تحتاجه من إنتاج غيرها من الدول؟ وإذا كان تخصص الأفراد وفقاً للمزايا النسبية التي يتمتعون بها يؤدي إلى ارتفاع دخولهم الحقيقية عن طريق التجارة الخارجية بين الدول، سيؤدي أيضاً إلى زيادة الدخل القومي للدول المشتركة في هذه التجارة، وبالتالي زيادة دخول الأفراد، وارتفاع مستوى رفاهيتهم الاقتصادية وعلى ذلك، فالمنطق الذي تقوم عليه التجارة الخارجية لا يختلف عن ذلك الذي تقوم عليه التجارة الداخلية فكلاهما نتيجة طبيعية لقيام التخصص، وتقسيم العمل الذي يؤدي بالضرورة إلى قيام التبادل وفيما يلي سنشرح بشكل موجز النظريات الاقتصادية المختلفة التي ظهرت لتفسير أسباب قيام التجارة الدولية، والتي يمكن دمجها في مجموعتين من النظريات.

الأولى: النظرية الكلاسيكية التي أسسها آدم سميث وريكاردو، حيث تستند في تفسيرها لأسباب قيام التبادل التجاري الدولي، إلا أن أي دولة تقوم بشراء سلعة من الخارج، إذا كانت تكاليف إنتاجها من الخارج أقل من

تكاليف إنتاجها من الداخل ومن ثم فإنه يمكن القول إن تكاليف الإنتاج النسبية (وبالتالي للأسعار النسبية) هي التي تحدد نوعية السلع المستوردة، والسلع المصدرة كذلك، أي هيكل التجارة الدولية¹.

الثانية: النظرية الحديثة التي أسسها هكشر وأوهلن، حيث تستند في تفسيرها لأسباب قيام التبادل التجاري الدولي إلى اختلاف تكاليف إنتاج السلع بين الدول المختلفة، وليس اختلاف الميزة النسبية كما تعكسها تكلفة العمال (مثلاً... إلخ). وتجدر الإشارة إلى أن الأسباب والمبررات الاقتصادية لقيام التجارة الخارجية هي نفس المبررات التي تدعو إلى قيام التجارة المحلية داخل البلد أو منطقة في هذا البلد، ألا وهي رفع مستوى المعيشة. وهناك حقيقتان على جانب كبير من الأهمية توضيحان السبب في مساهمة التجارة الخارجية في رفع مستوى المعيشة²:

1- ليس لكل دولة نفس الإمكانيات التي تكفي الإنتاج كل السلع والخدمات، والحقيقة أن عالمنا اليوم على عالم غاية في التنوع، فبعض الدول غنية بالموارد التي تعمل بها، والبعض الآخر فقير في موارده ويضاف إلى ذلك أن بعض الدول غنية وفقيرة في أشياء دون أشياء.

2- نظراً لاختلاف في البيئة، تختلف تكاليف إنتاج العديد من السلع والمؤسسات من دولة إلى أخرى بشكل ملحوظ، وهذه هي الحقيقة بعينها، أي وجود اختلافات أخرى في تكاليف الإنتاج بين الدول، هي السبب الأساسي في قيام التجارة الخارجية. فبغض النظر عن الزمان أو المكان، هناك حدودية في الموارد الاقتصادية، حيث أن الموارد وجدت بطبيعتها بكميات محدودة من ناحية مطلقة، وأن تفاوت ذلك من الزمان والمكان من ناحية أخرى، فإن هذه الموارد تصبح أشد حدودية إذا ما قورنت بالاستخدامات اللانهائية التي تتنافس عليها. ويرجع ذلك إلى أن الحاجات البشرية بطبيعتها أيضاً وجدت غير محدودة لاتسامها بالتكرار والتنوع والتعدد، والترابط وهذه الطبيعة اللامحدودة للحاجات البشرية تجعل الموارد الاقتصادية عاجزة عن إنتاج ما يكفي من السلع والخدمات لإشباع جميع الحاجات الإنسانية، ندرة الموارد النسبية، وهذا ما يتطلبه الاقتصاد في استخدامه، بحيث تستغل استغلالاً مثالياً لا هدر فيه. وهذا يعني إنتاج أقصى ما يمكن إنتاجه من السلع والخدمات بأقل ما يمكن من التكاليف حيث أن مشكلة الندرة النسبية هذه تواجه كل الدول (وبدرجات متفاوتة) فإن الاقتصاد وفي استخدام الموارد في كل دولة يتطلب تطبيق التخصيص في الإنتاج، وذلك لأن التخصيص الإنتاجي يؤدي إلى زيادة إتقان العمل ورفع الإنتاجية وتخفيض التكاليف، وبالتالي إنتاج كميات أكثر من الموارد المحدودة.

¹ بن أحمد الحاج، قانون التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، 2016، ص 16.

² بن أحمد الحاج، مرجع سبق ذكره، ص 17-18.

ويمكن تلخيص اسباب ظهور التجارة الخارجية في النقاط التالية¹:

- ❖ صعوبة تحقيق الاكتفاء الذاتي في كل السلع وذلك بسبب المزايدات الطبيعية والمكتسبة؛
- ❖ التخصيص الدولي واختلاف تكاليف الإنتاج؛
- ❖ اختلاف ظروف الإنتاج، فما يصلح إنتاجه وزراعته في مناطق ذات المناخ الموسمي كالنوز والقهوة لا يصلح في مناخ آخر؛
- ❖ وجود فائض أو عجز في الإنتاج المحلي، مما يتطلب تصدير الفائض أو استيراد العجز منه؛
- ❖ تفاوت أسعار السلع والخدمات بين الدول نتيجة تفاوت أسعار عوامل الإنتاج؛
- ❖ اختلاف مستوى التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج من دولة إلى أخرى؛
- ❖ اختلاف ميول وأذواق المستهلكين وتفضيلهم لبعض السلع والخدمات دون غيرها؛
- ❖ السعي لرفع مستوى المعيشة محليا وزيادة الدخل القومي.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية وأهميتها

سنتناول في هذا المطلب العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية وأهميتها.

أولاً: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية

هناك عدة عوامل تؤثر في التجارة الخارجية وهي كما يلي²:

- التفوق النسبي في بعض فروع الانتاج وارتفاع الكفاءة الانتاجية لها فكلما كانت الدولة تتمتع بالتفوق نسبي وكفاءة عالية لبعض الصناعات فان هذا من شأنه أن يدعم اتجاه هذه الدول إلى التخصص ويؤدي هذا إلى توسعها في هذه الصناعة وزيادة الصادرات منها.
- تكاليف النقل وسيولة المواصلات فالدولة التي تحظى بمواصلات جيدة ورخيصة التكاليف بينها وبين الدول الأخرى يزداد حجم تجارتها مقارنة بالدول الأخرى التي تقل عنها في هذه الناحية.
- عدم وجود العوائق الاصطناعية بين الدول، فالرسوم الجمركية ونظام الحصص وما إلى ذلك من الأنظمة التي تتبعها الدول المختلفة للحد من الواردات التي تعرقل التجارة الخارجية وتقلل من كميتها.

¹ مديحة بن زكري بن علوم، شيبان نصيرة، دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الدولية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الرابع، العدد الثالث، سبتمبر 2019، ص 385، 386.

² سعد صالح عيسى الجبوري، علي فارس مانع العزاوي، تحليل أثر التغير في اسعار الدولار على التجارة الخارجية للعراق للمدة (2005-2015)، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 03، العدد 39، 2017، ص 224-225.

- تأثير الدخل: تعطي النظريات اعتبارا هاما ودورا فعالا لجانب الطلب، وخاصة نظرية (Linder) التي تعد أهمها وأشهرها، تستند على افتراضين هما أن احتمال تصدير الدولة لساعة ما يزداد مع توافر الاسواق المحمية للسلعة وأن مجموعة السلع الموجودة في الاسواق المحمية تعتمد على معدل دخل الفرد.

- الشركات متعددة الجنسيات: تمثل التجارة بين هذه الشركات وبين فروعها جزءا كبيرا ومتزايدا من الحجم الكلي للتجارة ونظرا لأهميتها الإضافية في نقل رؤوس الأموال والتكنولوجيا بين الدول فان عملية السلع لم تعد تتم في دولة واحدة، وانما تتم من خلال انتاج الأجزاء بواسطة الشركات ذات الميزة النسبية أو ذات ملكية للتكنولوجيا المطلوب لإنتاج هذا الجزء في دول مختلفة (سلعة عالمية)، فالشركات متعددة الجنسيات تساهم بشكل كبير على نمو حجم التجارة الخارجية خصوصا بين الدول التي تتواجد لديها فروع مهمة.

- اختلاف الاذواق والآراء حول السمع: توجد في بعض الاحيان نوعيات كثيرة من نفس السلعة نوعيات متعددة من نفس حجم السيارات وأحيانا من نفس الموديل، نوعيات مختلفة من المشروبات الغازية وأحيانا نوعيات من نفس المشروب... وفي كثير من الأحيان تصدر الدول بعض النوعيات وتستورد في الوقت ذاته نوعيات أخرى مما يولد ما يسمى بظاهرة التجارة البينية لنفس السلعة.

- تفترض النظريات عدم إمكانية انتقال عوامل الانتاج مثل رأس المال والعمالة وهذا الافتراض لا ينطبق في وقتنا الحالي ولذا يجب تعديل النظريات وفقاً لذلك.

- التجارة الخارجية غير المنظمة: أهملت النظريات التجارة غير المشروعة أو التعريب إذ تمثل هذه في الوقت الحاضر نشاطاً مهماً لذا لا بد من أخذها بعين الاعتبار.

ثانيا: أهمية التجارة الخارجية

ليس من الصعب علينا أن نتصور ما للتجارة الدولية من أهمية في العصر الحديث، فهي تمكننا من إشباع بعض الحاجات التي لا يمكن إشباعها لو لم يقدّم تبادل تجاري بين الدول مع بعضها البعض، ذلك أن دول العالم تختلف فيما بينها اختلافا كبيرا من حيث المزايا الطبيعية والمكتسبة، لذلك فإن للتجارة الخارجية فوائد عديدة سواء على الفرد أو المجتمع نوجز بعضها فيما يلي¹:

¹ بن عبد العزيز سفيان، مجاهد سيد أحمد، ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات -زراعة التمور نموذجاً-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد الرابع، 2013، ص 46.

- تمكن التجارة الدولية كل دولة من أن تستغل مواردها الإنتاجية بأكبر قدر ممكن من الكفاءة بمعنى حصولها من تلك الموارد على أكبر ناتج كلي ممكن؛
- ميزة التجارة الدولية هو أنها تمكن كل دولة من الاستفادة من مزايا الدولة الأخرى، فما تتمتع به دولة ما تضعه التجارة الدولية تحت تصرف الدول جميعاً؛
- تعتبر مؤشراً على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولية لارتباط هذا المؤشر بالإمكانات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدول على التصدير ومستويات الدخل فيها، وكذلك قدرتها على الاستيراد وانعكاس ذلك كله على رصيد الدولة من العملات الأجنبية؛
- تحقيق التوازن في السوق الداخلية نتيجة تحقيق التوازن بين كميات العرض والطلب؛
- توفر للأفراد ما لا يستطيعون إنتاجه أو ما ينتجون به بقله؛
- تساعد على التقدم في الميادين الأخلاقية والاجتماعية والثقافية بفضل ما تتطلب من احتكاك مستمر؛
- تعتبر إحدى أوجه النشاط البشري الذي يقوم عليه التبادل؛
- تساهم التجارة الدولية في نشر المعرفة التكنولوجية ونقل الأفكار والخبرة والمهارات والقدرات الإدارية وفن التنظيم وإنشاء المشروعات؛
- تعمل التجارة الدولية على زيادة الرفاهية الاقتصادية من خلال إشباع حاجات الأفراد من السلع والخدمات إما بسبب عدم توفر هذه السلع والخدمات في بعض الدول وانتقالها عن طريق التجارة إلى جميع أنحاء العالم، أو بسبب الحصول على هذه السلع بتكاليف أقل نتيجة استيرادها من دول لديها ميزة نسبية في الإنتاج بسبب وفورات الحجم الاقتصادي.
- تختلف أهمية التجارة الخارجية من دولة لأخرى حسب مستوى تقدمها الاقتصادي ومدى توافر عناصر الإنتاج لديها، حيث تنخفض أهمية التجارة الخارجية في الدول كبيرة الحجم ذات الإمكانيات الضخمة لأنها تتمكن من انتاج الجانب الأكبر من احتياجاتها محلياً، ولكن يمكنها رفع مستوى رفاهية أفرادها من خلال الحصول على كمية أكبر من السلع التي ينتجها غيرها من الدول بتكلفة أقل نسبياً. وعلى العكس من ذلك تزداد أهميتها في الدول صغيرة الحجم، لذلك فهي تخصص في إنتاج عدد محدود من السلع والخدمات، وتعتمد على الخارج في استيراد الجانب الأكبر من السلع والخدمات التي تحتاجها، كما تختلف أهمية التجارة لنفس الدولة من فترة زمنية لأخرى حسب السياسة التجارية التي تطبقها تجاه العالم الخارجي.

برزت التجارة الخارجية كحل لمشكلة عجز الدول عن القيام بمفردها بتحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع والخدمات لعدم قدرتها على إنتاج هذه السلع، إما لأسباب تعود لطبيعة السلع أو عدم توافر رؤوس الأموال أو التكنولوجيا، أو الإدارة الحديثة لدى بعض الدول لإنتاجها بتكلفة أقل.

وتقاس أهمية التجارة الخارجية في الدولة بنسبة التجارة الخارجية بها الى الناتج المحلي الإجمالي، وذلك ما توضحه العلاقة التالية:

$$\text{أهمية التجارة الخارجية في الدولة} = 100 \times \frac{\text{الصادرات} + \text{الواردات}}{\text{الناتج المحلي الإجمالي}}$$

كلما ارتفعت هذه النسبة، فإن هذا يدل على ارتفاع أهمية التجارة الخارجية في الدولة، والعكس صحيح. وقد ازدادت أهمية التجارة الخارجية على المستوى العالمي، إذ قدر معدل نمو التجارة الخارجية على المستوى الدولي خلال سنوات السبعينات والثمانينات من القرن العشرين بحوالي 6.5% في المتوسط سنوياً، وبما يفوق بكثير معدل نمو الناتج العالمي الحقيقي، وبالتالي لم يزد الحجم المطلق للتجارة الخارجية على المستوى العالمي فقط، ولكن ازدادت أهميتها النسبية أيضاً في النشاط الاقتصادي العالمي، وتختلف أهمية التجارة الخارجية من دولة إلى أخرى¹.

المطلب الرابع: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية ومجالاتها

سننظر في هذا المطلب الى النظريات المفسرة للتجارة الخارجية ومجالاتها.

أولاً: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية

1- الاتجاهات الكلاسيكية

يتأثر الهيكل الخاص بالتجارة الدولية بعدة اتجاهات وهي²:

الاتجاه الأول: وهو الذي أسسه عالم الاقتصاد آدم سميث، حيث تؤدي تجزئة العمل عالمياً إلى تخصص الدول في تقديم منتجات معينة، وتعتمد على ظروفها التي تشكل لها ميزة إنتاجية مطلقة. واعتبر "سميث" أن التجارة الدولية تعتمد بشكل أساسي على النفقات المطلقة؛ أي تشكل الصادرات دول من السلع كافة السلع المنتجة بأقل النفقات المطلقة، بينما تكون الواردات السلعية من السلع المنتجة بأعلى النفقات المطلقة.

¹ وليد عايي، حماية البيئة وتخريب التجارة الخارجية في إطار المنظمة العالمية للتجارة: دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف 01، 2018/2019، ص 5-6.

² محمد صلاح الكردي، صيغ التمويل الاسلامي المعاصرة ودورها في تنمية التجارة الدولية، دار التعليم الجامعي، مصر، 1980، ص 102.

الاتجاه الثاني: وهو الذي أسسه عالم الاقتصاد "ريكاردو"، إذ يرى أن اتجاه النفقات المطلقة لا يمكن تطبيقه إلا في التجارة الداخلية وليس من الممكن استخدامه في تفسير الهيكل الخاص بالتجارة الدولية. فحرص ريكاردو على وضع قاعدته المشهورة (النفقات النسبية)، وتشير إلى أن التجارة الدولية تعتمد على اختلاف التكاليف النسبية للمنتجات حيث تشكل الصادرات السلعية كافة السلع المنتجة قبل تقديم أعلى نفقات نسبية.

الاتجاه الثالث: هو الذي أسسه المفكر الاقتصادي مايكل بورتر، عن طريق صياغة لقاعدة الميزة النسبية (لريكاردو)، حيث تم استخدامها في التعبير عن تميز دولة ما في إنتاج منتج معين بالاعتماد على العناصر الإنتاجية الحديثة، مثل: الموارد البشرية، ورؤوس الأموال، والتكنولوجيا وغيرها، ووفقا لذلك تحدد التجارة الدولية للسلع بناء على طبيعة تخصص الدولة في إنتاج المنتجات وتصديرها بالاعتماد على ميزات مكتسبة، بينما تصنف الواردات السلعية التي لا تستطيع الدولة إنتاجها من ضمن عناصر الميزة التنافسية.

2- نظرية التجارة الحديثة

ان نظرية الميزة المطلقة، وكذلك نظرية الميزة النسبية، على الرغم من انهما بينتا ان تتمتع الدولة بميزة في إنتاج سلعة معينة، سوف يجعلها تتخصص في إنتاجها ومبادلتها مع الدول الأخرى ولكنهما لم يوضحا الأسباب التي تجعل هذه الدولة تحظى بميزة مطلقة او نسبية في إنتاج سلعة معينة، مما جعلها غير كافيتين لتوضيح نظرية التجارة الخارجية وهذا الأمر مهد لظهور نظرية حديثة جاء بها كل من هكشر -أوهلين.

تشير هذه النظرية الى ان الدول تختلف من حيث توافر الموارد الإنتاجية فيها، فنجد دولاً تتميز بالأراضي الزراعية الخصبة، ودول تتميز بتوفر المواد الخام في باطن أراضيها كالنفط والفحم وغيرها، وأخرى تشتهر بتوفر مستويات تقنية عالية وغيرها توصف بكثرة عنصر العمل فيها ... الخ، ومن بعد فالدول تتخصص في إنتاج تلك السلع التي تستخدم المورد الإنتاجي الموجود فيها بوفرة، فالهند مثلاً يجب ان تركز على إنتاج السلع التي يتطلب إنتاجها الكثير من العمل الذي هو متوفر نسبياً فيها والقليل من التقنية (رأس المال)، الذي هو نادر لديها نسبياً، وان اليابان ستتخصص في إنتاج السلع التي يتطلب إنتاجها الكثير من التقنية رأس المال والقليل من العمل نسبياً، أي ان الهند ستتخصص في إنتاج وتصدير السلع كثيفة العمل نسبياً، وتستورد السلع التي يتطلب إنتاجها كثافة في عنصر - رأس المال، التي يمكن ان تتخصص في إنتاجها وتصديرها اليابان مثلاً¹.

¹ رضا صاحب أبو حمد، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوضعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الاردن، 2006، ص 309.

ثانيا: مجالات التجارة الخارجية

يمكن تقسيم مجالات التجارة الخارجية إلى¹:

1-السلع والخدمات:

هذا المجال من التبادل الدولي يعتبر من أول وأقدم المجالات التي شملها التبادل الدولي بين المجتمعات وبعضها على أساس أنها:

أ-سلع منظورة أو تجارة منظورة: وهي تشمل ما يلي:

-المواد الخام اللازمة للإنتاج؛

-السلع الوسيطة أو النصف مصنعة؛

-السلع تامة الصنع.

ب-الخدمات التي تعتبر أحدث أشكال التبادل التجاري بين مختلف الدول (غير منظورة): بالنسبة لهذا المجال هو السلع والخدمات الغير منظورة فتعتبر من المجالات السلعية الغير منظورة.

ومثال ذلك: خدمات السياحة والملاحة وتبادل الأفلام السينمائية والإنتاج الفكري للشعوب المختلفة وغيرها مثل براءات الاختراع وحقوق استخدام التكنولوجيا الحديثة وكذلك تحويلات النقد الأجنبي للعمالة في الخارج في شكل نقدي.

2-العمالة أو انتقال الأيدي العاملة على المستوى الدولي: العمالة تشمل:

-الأيدي العاملة الماهرة في تخصصات نادرة: ويتعلق ذلك بالمهارات والكفاءات والخبرات ذات الجودة العالية

والمختصة تخصصا دقيقا في بعض المهن والمجالات الحديثة مثل خبراء الطاقة والإلكترونيات والكمبيوتر؛

-الأيدي العاملة الغير ماهرة: يقصد بها الأيدي العاملة التي تقوم بالأعمال اليدوية أو أصحاب الياقات الزرقاء،

وهذه الأنواع تعتبر مطلوبة في الدول الصناعية التي لا تعتمد كثيرا على الآلات وإنما تعتمد على اسلوب العمل

الكثيف ومن أمثلة هذه المهن القائمون بأعمال البناء والتشييد والحفر والمهن الحرفية المتعددة؛

-العمالة الإدارية المنظمة لعناصر الإنتاج: يقصد بها الأفراد الذين يعملون كمديرين سواء على المستوى الإداري

أو الإدارة الوسطى أو الإدارة العليا ويقومون بتوجيه العنصر البشري.

¹ لامية زايد، زهية حميدوش، التجارة الالكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية: دراسة الجزائر - السعودية خلال الفترة 2010-2021، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، 2021/2020، ص ص 24-25.

المبحث الثاني: إطار نظري للتجارة الالكترونية

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الافراد والمؤسسات والشركات بمختلف احجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة والتي اخذت بالدخول الى حياتنا اليومية.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

سنترك في هذا المطلب الى نشأة التجارة الالكترونية ومفهومها وخصائصها.

أولاً: نشأة التجارة الالكترونية

إن تطبيقات التجارة الالكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال Electronic fund Transfers ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة، وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات EDI والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات أخرى¹.

وفي مطلع الثمانينيات أصبحت تطبيقات التجارة الإلكترونية أكثر انتشارا بين المنظمات بأسلوبي التبادل الإلكتروني للبيانات والبريد الإلكتروني، ويسمح التبادل الإلكتروني للبيانات بإرسال وتسليم وثائق الأعمال مثل طلبات الشراء فقد ساهم في توسيع نطاق تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدمتية وأخرى.

ومع تحول الإنترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينيات القرن العشرين وانتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الإلكترونية لم تطورت تطبيقاتها بانتشار شبكة الإنترنت ودخولها حيز الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينيات، ثم ظهور شبكة ويب خلال النصف الثاني من التسعينيات، حيث بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها وبينها².

¹ هاني وجيه العطار، التجارة الالكترونية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 09.

² جعيجم نبيلة، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018، ص 276.

وفي العام 1992 كانت نقطة التحول الرئيسية في مجال التجارة الإلكترونية وذلك من خلال ظهور شبكة الويب (www) حيث أصبح المستخدمين العاديين قادرين على استخدام شبكة المعلومات الدولية بالإضافة لكون أن هذه الشبكة كانت تستخدم الرسومات والوسائط المتعددة والتي تجعل من الصفحات الموجودة عليها أكثر جاذبية في عرض المعلومات¹.

يعد التطور السريع والهائل في الشبكات الحاسوبية وبرمجيات التجارة الإلكترونية والبروتوكولات بدأت تظهر التطبيقات الأخرى للتجارة الإلكترونية مثل التطور في نظام حجز التذاكر السفر والسوق المالي. ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع إلكتروني وظهرت تطبيقات جديدة للتجارة الإلكترونية ففي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك (B2C) لتشمل (منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال (B2B). وفي عام 2001 امتدت لتشمل المنظمات الأعمال لموظفي هذه الشركة (B2)، وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني².

ثانياً: مفهوم التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة تعريفات، سنتطرق فيما يلي إلى أهمها:

التعريف الأول: عرفت التجارة الإلكترونية بأنها نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، شركات محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية³.

التعريف الثاني: حيث عرفت التجارة الإلكترونية كذلك بأنها: " هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبكية، ويمكن المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة الأولى: خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى فني، والثاني: التسليم أو التوريد التقني للخدمات؛ الثالث:

¹ محمد عمر الشويريف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 52.

² لامية زايدي، زهية حميدوش، المرجع السابق، ص 10

³ عبد الصبور عبد القوي علي المصري، التجارة الإلكترونية والقانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص 16.

استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي)¹.

التعريف الثالث: وعرفت أيضا بأنها: "تمازج كل من التكنولوجيا والبنية التحتية والمقايضة والسلع، وتعتبر عن عملية يتم من خلالها توظيف الصناعة لاستنباط تطبيقات عملية ومنتجات ومستخدمين وتبادل معلومات ونشاطات اقتصادية وتوظيفها من خلال عملية تكاملية في سوق عالمي يسمى الشبكة العنكبوتية أو سوق الانترنت"².

التعريف الرابع: جاء في تعريف منظمة التجارة العالمية للتجارة الالكترونية بأنها: "تشتمل على أنشطة انتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها وتسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية والعمليات الالكترونية التي تشتمل عليها التجارة الالكترونية"³.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها: "جميع التعاملات التعاقدية التجارية التي تتم بين شخصين أو أكثر باستخدام وسائل الاتصال الالكترونية المعروفة ومن بينها شبكة الانترنت".

ثالثا: خصائص التجارة الإلكترونية

تتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص المميزة لها والتي تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية، ويمكن ايجاز أهمها فيما يلي⁴:

- تتميز التجارة الالكترونية بعدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون، وإنما المكان أو السوق هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية، أي أن التجارة الالكترونية تعمل في الفضاء السوقي خلافا للتجارة التقليدية التي تعمل في المكان السوقي، وبالتالي فإن التلاقي بين طرفي العملية يكون عن بعد من خلال شبكة الانترنت؛

- الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونيا، دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات؛

¹ باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهومها، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الاردن، 2010، ص 18-19.

² مجدي أحمد السيد الجعبري، وليد ناجي الحياي، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، 2017، ص 19.

³ على الزعبي، احمد صالح النصر، التسويق الالكتروني في القرن الحادي والعشرين، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2019، ص 28.

⁴ حفيف فوزية، حفيفي صليحة، التجارة الالكترونية في الدول العربية - تحديات الواقع وآفاق المستقبل، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011، ص 04.

- تتميز التجارة الالكترونية بأنها تتعدى الحدود الزمنية التي تقيد حركة التعاملات التجارية، حيث يمكن التعامل معها 24 ساعة في اليوم؛

- التفاعل الجماعي أو المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات، أو بمعنى آخر إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه، حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد على موقع واحد أو إرسال شخص واحد نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستقبلين في آن واحد؛

- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية، بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن القيام بالتسليم؛

- إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة.

المطلب الثاني: دوافع وأهمية التجارة الالكترونية

سنستطرق فيما يلي لدوافع وأهمية التجارة الالكترونية.

أولاً: دوافع التجارة الالكترونية

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الإلكترونية. وهذا راجع إلى أن التجارة الإلكترونية ظهرت بالتدريج وتطورها يكون حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الإلكترونية والتي نوردتها فيما يلي¹:

- **تسيير المعاملات التجارية:** إن التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري.

حيث تسمح الشيكات باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، وتشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت مما يسمح بتقليص التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات. كما نشأت علاقات سوقية جديدة.

¹ شاهين محمد عبد الله، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر والترجمة، مصر، 2017، ص 38.

- **الفعالية التجارية:** من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيات الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.

كما انه يمكن للمؤسسة من إنتاج معلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية فتتم بذلك المعالجة والتوزيع بصفة سريعة كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق وتقييم مسارها وهذا ما يمكن أن تستعمله فيما بعد في التخطيط والتحسين.

- **تطوير أسواق جديدة:** إن دافع تطوير أسواق جديدة، جعل مؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية وأدخلتها في استراتيجيتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.

ثانيا: أهمية التجارة الالكترونية

تبرز أهمية التجارة الإلكترونية في كونها تساعد على¹:

- **التقليص من تكلفة الحصول على المنتج:** إن التجارة الإلكترونية لو قارناها بالتجارة التقليدية، فهي تقلص، من تكلفة حصول الزبون على المنتج، وذلك كونها تتم مباشرة عبر شبكة الإنترنت بين الشركة المنتجة والزبون دون الحاجة للوسطاء كتجار الجملة والتجزئة هذا من جهة، كما أن البيع على شبكة الانترنت لا يتطلب استئجار المحلات أو الاستثمارات في البنى التحتية، فكل ما هو مطلوب سوى وجود فكرة معينة ومنتج أو خدمة مميزة وموقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري؛

- **تحقيق عائدات أكبر:** طالما أن التجارة الإلكترونية تتم بصورة تلقائية على الانترنت، فهي تساعد على توفير التكلفة، الجهد والوقت المطلوب لإنجاز المعاملة لو قورنت بالتجارة التقليدية والتي تعتمد على جهود الموظفين الكثر والإدارة مما يؤدي إلى انخفاض العائدات هذه الأخيرة بالمقارنة الأولى؛

- **تحقيق خدمة أفضل للزبون:** في التجارة الإلكترونية لا يحتاج الزبون للاتصال هاتفيا بالمؤسسة المنتجة والتي تحول إلى الموظف المعني والذي قد يكون مشغولا بزبون ثاني مما يؤدي إلى ضياع جزء من وقت الزبون الأول وخلق حالة من عدم الرضا لديه، وإنما يمكن للزبون التفاعل مع البائع مباشرة عبر الموقع بواسطة البريد الإلكتروني، والذي يتيح له إمكانية الدردشة والمخاطبة بالنص، الصوت وحتى الصورة؛

¹ غرزولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية: دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسطيف، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة فرحات عباس، سطيف 01، 2018/2017، ص 21-22.

- سرعة التسوق ومقارنة الأسعار: بعكس التجارة التقليدية، والتي تحتاج إلى عملية شاقة من البحث عن المنتجات والأسواق والتفاوض مع البائعين فالتجارة الإلكترونية تتيح للزبون وعبر المواقع الإلكترونية التعرف على خصائص المنتجات وأسعارها وذلك بكل سهولة، من خلال الاطلاع على الكتالوجات الإلكترونية، فضلا عن التعاقد، سداد الثمن واستلام السلع و/أو الاستفادة من الخدمات دون مغادرة المنزل أو المكتب، 24 ساعة/24 ساعة ودون الحاجة إلى ترتيبات مسبقة لالتقاء البائع والمشتري؛
- تتيح التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة إمكانية الوصول إلى مختلف الأسواق وعلى امتداد العالم كله، وبالتالي إمكانية التنافس مع الشركات الضخمة طالما أن البيع يتم عبر شبكة الانترنت؛
- كما يؤدي النمو في التجارة الإلكترونية إلى خلق وظائف جديدة في مجال الاتصالات؛ تكنولوجيا ونظم المعلومات وغيرها.

المطلب الثالث: مجالات وأشكال التجارة الالكترونية

سنتناول في هذا المطلب مجالات التجارة الالكترونية واشكالها.

أولا: مجالات التجارة الالكترونية

لقد امتدت يد التجارة الالكترونية لتطال العديد من النشاطات والمعاملات، وهذا ما يكشف السبب في إقبال المستثمرين على الاعتماد عليها في نشاطاتهم المختلفة، وفيما يلي سنتحدث عن مجالات التجارة الالكترونية، والتي تتمثل بالعناصر التالية¹:

1- بيع البضائع (تجارة التجزئة):

وهي تشمل بيع جميع السلع، وعروض التجارة، من كتب، وسيارات وغيرها، حيث يتم البحث عن السلعة المراد شراؤها، ومعرفة سعرها، وتتم عملية الدفع بطريقة الكترونية، ويتم التسليم من خلال الطرق التقليدية. وعليه فان التجارة الالكترونية لا تعد بدلا عن التجارة التقليدية، وانما مساعدة لها.

2- بيع الخدمات (المنافع): وتشمل ما يلي:

¹ زيدان بدر البدور، واقع التجار الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة: الجزائر-مصر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تجارة دولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012، ص ص 60-61.

أ-التصميمات الهندسية: حيث من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في نفس المكان نفسه من خلال مجموعة عمل، مثل قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل التصميم محرك جديد يعمل أعضائه في أربع مواقع جغرافية مختلفة.

ب-توزيع البرامج: تقدم التجارة الالكترونية خدمة توزيع البرامج والصور والأفلام، والشرائط حيث تتم عملية الدفع والتسليم الكترونيا.

3-سداد الالتزامات المالية: (البنوك والتمويل)

لا تعتبر الأعمال المصرفية عبر الانترنت نوعا من التجارة الالكترونية بحد ذاتها، لكنها خدمة ملازمة لهذا النوع من التجارة، لكي تصبح العملية متكاملة، لهذا سمح بإجراء التعاملات المالية من دفع أثمان السلع عن طريق الدفع الالكتروني، كالشيكات الالكترونية أو بطاقات الصرف البنكي.

فهي عملية رئيسية لتأمين إجراءات التجارة الالكترونية، وتقوم البنوك بتقديم الخدمة الالكترونية، والتي تشمل الاستعلام عن الحساب، ومتابعة أسعار السلع، وكذلك تسديد الالتزامات، مثل فاتورة الهاتف، الضرائب، وكذلك دفع أثمان السلع عن طريق الشيكات الالكترونية، أو بطاقات الصرف البنكي.

4-المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات (التعاملات التجارية):

توفر التجارة الالكترونية لزوار المواقع المختلفة المعلومات الكافية عن السلع والخدمات، حيث يستطيع الزائر التعرف على السلعة من خلال كتالوج يتضمن جميع البيانات، والمعلومات الحقيقة بكل التفاصيل الخاصة باسم وبلد المنتج، ووصف السلعة ونوعها، وماركتها، مع بيان كيفية استخدامها وسعرها ونسب الخصم، ومصاريف النقل والشحن، الرسوم الجمركية، التأمين وطرق التسليم وكيفية تسوية المعاملات المالية (الدفع).

5-النشر:

من أمثلة ذلك قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة الكترونية، خدمات متخصصة مثل: الاستشارات الطبية والهندسية والقانونية.... الخ.

ثانيا: اشكال التجارة الالكترونية

تتواجد التجارة الالكترونية في مجالات لا حصر لها، وهناك اشكال متعددة للتجارة الالكترونية يمكن تطبيقها من خلال أكثر من شكل كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (01): أنماط التجارة الخارجية



المصدر: حياة بن سماعيل، وسيلة السبتي، التجارة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية — دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بكرة نموذجاً، مجلة مخبر مالية، بنوك وإدارة أعمال، جامعة محمد خيضر، بكرة، ص 221.

❖ وتمثل تلك الانماط ما يلي¹:

1-صفقات أعمال الى أعمال

¹ حياة بن سماعيل، وسيلة السبتي، التجارة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية — دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بكرة نموذجاً، مجلة مخبر مالية، بنوك وإدارة أعمال، جامعة محمد خيضر، بكرة، ص 221.

يقصد بها تعاملات التجارة الالكترونية بين الوحدات التجارية وبعضها البعض، وهنا يتم الاستغناء عن العنصر البشري وتعتبر تكنولوجيا التبادل الالكتروني للمعلومات الرئيسية التي تدعم الاتصالات بين شركة واخرى؛

2- صفقات زبون الى زبون

في هذا النوع يبيع الزبون الى الزبون في صورة مباشرة ويقدمون الخدمات الى افراد آخرين ومثال على ذلك المزايدات القائمة على الويب؛

3- صفقات أعمال الى زبون

يطلق عليها اسم التسويق الالكتروني أو تجارة التجزئة الالكترونية لان الصفقة تتم مع المستهلك مباشرة، حيث تقوم الشركات او المراكز التجارية الكبرى بعرض كافة منتجاتها في مواقعها في شبكة الانترنت وتلقى اوامر الشراء وارسال الفواتير وتحصيل المدفوعات؛

4- صفقات أعمال الى حكومة

تقوم الحكومة بعرض الاجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت بحيث تستطيع مؤسسة الاعمال ان تطلع عليها من خلال وسائل الاتصال الالكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملات الالكترونية من غير ان يكون هناك تعامل مع مكاتب المؤسسات، الدوائر الحكومية، هذا وتقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الالكترونية لإتمام المعاملات الكترونيا.

وهناك اشكال اخرى للتجارة الالكترونية منها صفقات اعمال الى عاملين، صفقات الحكومة الى العاملين، التجارة الالكترونية بين المستهلكين التجارة الالكترونية غير الربحية.

ويؤدي تنفيذ الانشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية الى تحديد مستويات التجارة الالكترونية.

المطلب الرابع: إيجابيات ومخاطر التجارة الالكترونية

للتجارة الالكترونية إيجابيات ومخاطر، سنتطرق في هذا المطلب لكل منهما.

أولاً: إيجابيات التجارة الالكترونية

تتمثل إيجابيات التجارة الالكترونية في¹:

- السرعة والفعالية في إنجاز العملية التجارية تؤمن شبكة الإنترنت السرعة في التعاقد تبادل والإيجاب والقبول بأسرع زمن ممكن في أي بلد كان كلا المتعاقدين، وفي هذه الحالة (القبول)، فإنه يتم العقد الكترونياً فوراً عن طريق شبك الكتروني أو التحويل الالكتروني للأموال عبر حسابات مختلفة وإصدار قوائم الثمن وإتمام عملية التعاقد؛
- توسيع نطاق الأسواق التجارية المحلية العالمية: ألغيت الحدود أما دخول الأسواق التجارية، حيث منحت الإنترنت الفرصة للمنتجين ورجال الأعمال والمال لعرض منتجاتهم، وللمستهلكين فرصة الحصول على السلع وفتح مجالات اختيار أوسع لهم في صورة خدمات معروضة أمامهم؛
- وجود الوسيط الالكتروني: وهو جهاز الحاسوب غالباً والهاتف حالياً، بالإضافة إلى كل جهاز رقمي له إمكانية الدخول إلى الشبكة المتصل بالشبكة العالمية وهو اختصار العبارة يستعمل من أجل تنفيذ إجراء أو الاستجابة لإجراء بقصد إنشاء أو إرسال أو تسليم رسالة معلومات دون تدخل شخصي الموجود لدى كل من طرفي العقد حيث يقوم كل من الأطراف المتعاقدة بالتعبير عن الإدارة لكل من المتعاقدين في نفس الوقت على الرغم من بعد المسافة؛
- توفير خيارات التسوق الأفضل: إن طبيعة نشاط التجارة الالكترونية تمكن الشركات المنتجة من عرض أفضل المنتجات وبذل الجهود لإشباع رغبات المشتريين من خلال عرض خيارات متنوعة للتسوق وفق تفاصيل دقيقة وصادقة تحقق رضا العملاء؛
- غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية حيث يستطيع المستخدم إتمام الصفقة التجارية كاملة دون أن يحتاج إلى استخدام مستندات ورقية. لقد خفف التعامل الالكتروني مشكلة تخزين الأوراق المكتوبة التي تظهر في ميدان السندات التقليدية التي صارت توزن وزناً ولا تعد عدداً، ما أدى إلى استبدالها بسندات أخرى الكترونية.
- وتعد هذه الأخيرة من الإيجابيات لأنه لا حاجة لهذه المستندات اليوم في إثبات عملية البيع في حالة النصب والاحتيال، وذلك لوجود الصكوك الالكترونية والقدرة على تعقب مصدرها، ولأنه ببساطة أي شيء يدخل عالم الإنترنت يبقى محفوظاً فيه حتى لو تم مسحه من قبل المستخدم.
- قلة التكاليف المتعلقة بإنشاء المتاجر الالكترونية وكذا المراسلات البريدية، الدعاية، الإعلان؛

¹ بوجادي صليحة، التجارة الالكترونية - دراسة مفاهيمية، مجلة النيان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 01، 2018، ص 12-13.

- تطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري: ويتم ذلك عن طريق توفير خيارات عديدة للمستهلك بعرض المنتج الأجود بسعر أفضل؛
- تهيئة التجارة الالكترونية للمؤسسات الصغيرة فرصة المنافسة مع الشركات الكبيرة للوصول إلى الأسواق المحلية والعالمية ببساطة لما تتجه هذه الأساليب من أسس متعادلة وفرص متكافئة للجميع؛
- دعم وتطوير تقنيات الأعمال المالية والمصرفية: في هذا المجال ظهرت الحاجة إلى الاستعانة بالأساليب التقنية للوفاء السريع مثل بطاقات السحب الالكترونية والبطاقات الذكية والصكوك الالكترونية وغيرها، وتساعد هذه الوسائل في تطوير التعامل المصرفي التقني، وفي هذا دعوة للمؤسسات المالية والمصرفية إلى توحيد وتطوير أساليبها وتقنياتها.

ثانيا: مخاطر التجارة الالكترونية

- تعرض التجارة الإلكترونية للعديد من المخاطر ونوجز فيما يلي أهم هذه المخاطر الاقتصادية¹:
- **تهديد أنشطة التجارة التقليدية:** تحتاج الأنشطة إلى مساحات عرض ضخمة في أماكن متميزة وباهظة التكاليف لعرض منتجاتها للجمهور، وقد أدى استخدام الإنترنت إلى اللجوء إلى الصور والأفلام والمعلومات في عرض المنتجات للجمهور من خلال مواقع المنظمات المصنعة على الإنترنت دون أن يتطلب ذلك انتقال الأفراد من مواقع إقامتهم أو تواجدهم، وبتكاليف منخفضة مما ينعكس أثره على أسعار تلك المنتجات والقدرة التنافسية للمنظمات وأدى إلى زيادة مبيعاتها، كما تؤثر التجارة الإلكترونية على منظمات السياحة والطيران والنقل والتأمين والبنوك حيث لم تعد هناك حاجة لمراجعة مقرات هذه المنظمات لإتمام المعاملات المتعلقة بها بما في ذلك حجز تذاكر السفر حيث يمكن أن يتم ذلك من خلال موقع المنظمة على الإنترنت، كما أن الحاجة لإقامة المعرض سوف تنتفي مع نمو التجارة الإلكترونية مستقبلا لمعظم الأنشطة مما يؤثر على النشاط التجاري للمعارض وهيئات تنظيم المعارض ويوفر تكاليف كبيرة كانت تتحمل بها السلع المعروضة من خلال هذه المعارض؛
- **زيادة ظاهرة التجسس التجاري والاقتصادي:** ساعد انتشار التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت على زيادة ظاهرة التجسس التجاري والاقتصادي بين المنظمات والدول، ومن ذلك أنه نشبت مشكلة بين الولايات المتحدة وكندا من جانب والصين من جانب آخر عندما قامت الأخيرة بنقل تكنولوجيا لصناعة المماثلة،

¹ وسام عمرو، دور التجارة الالكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية: دراسة حالة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945، قالة، 2017/2016، ص 52-55.

الإلكترونيات وأشرطة التسجيل وصناعاتها لتبعتها في أسواق هاتين الدولتين بثلاث أسعار منتجاتها، ومع زيادة المنافسة العالمية ستزداد دوافع التجسس التجاري حدة بعد بدء تنفيذ اتفاقيات التجارة العالمية واكتمال اليات تنفيذها بالنسبة للدول النامية منذ بداية 2005؛

-زيادة معدلات البطالة: أدى انتشار التجارة الإلكترونية إلى تقلص كم الوظائف المتاحة، ومن المتوقع أن يزداد هذا التقلص في المستقبل مع إحلال الإنسان الآلي والكمبيوتر محل الكثير من الوظائف، كما تغير مفهوم الوظيفة التي تستمر مدى حياة الفرد، وحتى في بعض الوظائف التي يشعر البعض بأنها آمنة فإنه يوجد ما يسمى "خبير أنظمة" وعمله يتمثل في الحد من الوظائف؛

-زيادة تفاقم حدة الاضطرابات والأزمات الاقتصادية: أتاحت التجارة الإلكترونية وما تفرزه من سرعة التعامل من خلالها عبر شبكة الإنترنت إلى معرفة أخبار كافة الأسواق والبورصات العالمية وما يحدث بأي منها من اضطرابات أو أزمات مما يساعد على سرعة انتشار هذه الأخبار وتأثيرها سلبا على الأسواق الداخلية مما قد يسهم في زيادة حدة الاضطرابات والأزمات ويكسبها صفة العالمية؛

-تهيئة البيئة التجارية لارتكاب الممارسات الضارة بالتجارة الدولية: تهيئ نظم التجارة الإلكترونية خاصة بالنسبة للسلع والخدمات والمعلومات التي تسلم إلكترونيا الفرصة لاقتراها بأحد الأساليب الضارة بالتجارة الدولية كالعراق أو الدعم أو الزيادة غير المبررة في الواردات، بل إن طبيعة التجارة الإلكترونية قد تحول دون إثبات ممارسة هذه الأساليب الضارة حيث إن جميع مراحل معاملاتها (المساومة والتفاوض والتعاقد والتسليم تتم بين طرفيها البائع أو المورد والمشتري مباشرة ودون علم السلطات بها، هذا فضلا عن أن قواعد إثبات ممارسة هذه الأساليب الضارة والمنصوص عليها باتفاقيات التجارة العالمية الموقعة في مراكش في 15/04/1994 لا تتواءم مع طبيعة وظروف التجارة الإلكترونية حيث إنها سيخت المواجهة هذه الأساليب في ظل التجارة التقليدية؛

-استمرار سيادة الطابع الاحتكاري السائد في التجارة الدولية التقليدية من خلال التجارة الإلكترونية: على الرغم من المزايا التي حققتها التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية خاصة فيما يتعلق بزيادة حجمها ومعدلاتها هذا فضلا عما تتجه من إمكانية تطبيق مفهوم تجارة بلا حدود الأمر الذي يمنح الدول النامية فرصة الولوج إلى كافة الأسواق شريطة امتلاك السلعة أو الخدمة أو المعلومة ذات الميزة والقدرة التنافسية الأمر الذي أمل معه المجتمع الدولي في وجود بيئة تجارية إلكترونية نظيفة عادلة خالية من أية ممارسات ضارة أو أساليب احتكارية بالمقارنة بالتجارة التقليدية، إن واقع وحال التجارة الإلكترونية يؤكد استمرار الطابع الاحتكاري كسمة أساسية

ولصيقة للتجارة الدولية سواء في صورتها التقليدية أو الإلكترونية، حيث تشير الإحصائيات إلى سيطرة الدول المتقدمة على التجارة الإلكترونية بجميع عناصرها (أدواتها ووسائلها وبرامجها وعملياتها) بصورة احتكارية.

المبحث الثالث: العلاقة بينهما والمساهمة وأدوات التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية

يترتب على وجود التجارة الخارجية بهذا الحجم الهائل، ضرورة وجود تنظيمات وسياسات معينة تسهل القيام بالتجارة الخارجية والمدفوعات الدولية التي تنشأ بمناسبةها، ويجب ان تكون هذه المؤسسات من المرونة التي يهيئ لها التكيف مع التغيرات المستمرة في العلاقات الاقتصادية الدولية.

المطلب الأول: العلاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الخارجية

يرجع الفضل في تسهيل المبادلات التجارية الدولية -في السنوات الأخيرة- إلى تطور أدوات الاتصال الإلكترونية بصورة كبيرة. وتحتل التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي أهمية كبيرة، لأن الكثير من الخدمات التي تتم على المستوى الدولي أصبح من الميسور للغاية أن تتم من خلال التجارة الإلكترونية. لقد تيسرت التجارة عبر الدول بصورة كبيرة وذلك بفضل توافر وسائل متعددة أمام التجارة الإلكترونية لاسيما أجهزة الإرسال الإلكتروني والإنترنت. وغيرها.

فباستقراء تعريف التجارة الإلكترونية والأدوات التي تعتمد عليها، يتضح أن هناك فوائد محققة من استخدام أساليب التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية. إن استخدام أدوات التجارة الإلكترونية وإتاحة إمكانية تسليم الكثير من المنتجات بصورة إلكترونية سوف يسهل بصورة كبيرة التجارة الدولية وهناك عوامل متعددة تؤكد أن التجارة الإلكترونية سوف تسهل التجارة الدولية، وتساعد على نموها وازدهارها. فالتليفون والفاكس يساهمان بصورة كبيرة في إتمام المبادلات التجارية بين أطراف تجارية تقيم في دول عديدة. ويساهم الإنترنت أيضاً في تسهيل العمليات التجارية وذلك من خلال تقديم خدمة الاتصال السريع للغاية وبنفقات قليلة أيضاً.

كذلك هناك بعض المنتجات التي يمكن أن تسلم بالطريق الإلكتروني، ومحصلة كل ذلك هي كسب المزيد من الوقت واقتصاد الكثير من نفقات الشحن. ومن المأمول أن تشهد التجارة الدولية للسلع والخدمات في صورة إلكترونية نمواً وتوسعاً كبيراً. إن المنتجات المعلوماتية مثل الكيانات المنطقية برامج (المعلومات والخدمات) المساعدة لها سوف تساعد في ذلك المجال بصورة كبيرة لدرجة أنها ستجعل التجارة الدولية وكأنها تتم داخل دولة واحدة وكذلك فإن التجارة الدولية في الخدمات المتصلة بأعمال التسلية مثل الموسيقى والفيديو وغيرها من أعمال التسلية ستشهد نمواً ملحوظاً. وفي المجال المالي فإن المؤسسات المالية متفائلة للغاية بخصوص هذه الثروة الدولية في مجال

الخدمات المالية عن طريق الإنترنت، إذ سيكون 60% من البنوك غير أمريكية وستحتل مكانتها على الصعيد الدولي، أما في أمريكا فإن هذه النسبة لن تزيد عن 18% بين البنوك الأمريكية¹.

وتستطيع التجارة الإلكترونية والإنترنت أن تسهل الكثير من جوانب التجارة الدولية، فمثلاً يترتب على شيوع استخدام أدوات التجارة الإلكترونية والإنترنت في إدارات الجمارك على المستوى الدولي تسهيل عمليات التجارة الدولية بشكل كبير فأدوات التجارة الإلكترونية تسهل عمليات تقدير الرسوم الجمركية التي تصل إلى مبالغ ضخمة على المستوى الدولي، حيث وصلت عام 1996م إلى حوالي 350 مليار دولار، فإن تقدير الرسوم الجمركية يحتاج إلى كثير من الوثائق والإدارات وكل ذلك أمكن أن يتيسر بصورة كبيرة عن طريق أدوات التجارة الإلكترونية وكذلك تساعد تكنولوجيا المعلومات المتقدمة على تدعيم مراقبة الجمارك وتحديثها وتبسيط إجراءاتها بما في ذلك استخدام أساليب تقديم الاختبارات التي تسمح بالفحص الاختياري للإرساليات، وغيرها من الإجراءات الضريبية وكذلك استطاعت المعلوماتية في الدول المتقدمة أن تقدم كتالوجاً إلكترونياً يستطيع حساب كافة العمليات التي تتم عبر التجارة الإلكترونية، ثم كيفية حساب مقدار الضرائب المقررة لاسيما أنه من المعروف في الدول المتقدمة أن كل فرد يستطيع تقريباً أن يحسب مقدار الضرائب المقررة عليه.

كذلك تعين التجارة الإلكترونية على سرعة الوصول إلى الأسواق العالمية بسرعة هائلة وبنفقات قليلة. وعلى حد تعبير البعض فإنك تستطيع أن ترسل رسائلك إلى كل العالم وتستقبلها في لحظات. وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن الولايات المتحدة الأمريكية مازالت تحتل مكان الصدارة في إنتاج الإنترنت وأدواته وملحقاته المختلفة، وبالتالي يتحقق لها دخول كبيرة من هذا المجال، ولا غرو أن لذلك أثر إيجابي على الدخل القومي الأمريكي.

ومن المتوقع أن يستمر تطور هذا المجال في صالح الولايات المتحدة الأمريكية ووصل حجم التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت عام 2001م إلى 60 مليار دولار. ويبقى التأكيد على أن نجاح الإنترنت كأداة للتجارة الداخلية والدولية سيعتمد على وضع حلول لتنظيم مختلف المشكلات الفنية والقانونية. وهكذا يظهر كيف يمكن أن تساهم المعلوماتية عموماً والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة في النمو الاقتصادي عموماً، وازدهار التجارة الدولية بصفة خاصة².

¹ عبد الصبور عبد القوي علي مصري، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، ط 1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2012، ص 49.

² نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، جوان 2017، ص 183.

المطلب الثاني: الأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية

بالنسبة للأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية يمكن التمييز بين أهمها وتتمثل في¹:

1-التليفون

يعتبر التليفون الثابت أقدم وأهم وسيلة حتى الآن في مجال التجارة الإلكترونية، بل وفي أداء الأعمال بوجه عام، وترجع قدرة التليفون في الهيمنة على أداء المعاملات التجارية إلى عدة أسباب:

- أن التليفون متاح في كل مكان، حيث يوجد تقريبا تليفون واحد لكل إثنتين من السكان في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وتصل النسبة في الدول نامية كثيرة إلى تليفون لكل عشرة من السكان؛
- أن التليفون أداة متنوعة الوظائف، فيسمح التليفون بعمل دعاية لكثير من السلع والخدمات لاسيما أنه يتمتع بميزة الاستعمال الميسور للكثير من الأفراد، حيث يمكن الإعلان عن السلعة أو الخدمة عبر التليفون وكذلك الشراء والسداد، بل أن هناك بعض الخدمات تقدم بالكامل عبر التليفون ويسدد ثمنها من خلالها؛
- انخفاض تكلفة التليفون، فضلا عن السهولة التامة في التعامل معه.

ويعد التليفون الأداة الأكثر استخداما في مجال التجارة الإلكترونية، حيث يقدر عدد المشتركين بحوالي 1.4 مليار خط واشتراك في التليفون في العالم عام 2001، ورغم الأهمية التي يحتلها التليفون في مجال التجارة الإلكترونية إلا أنه لا يصلح للاستخدام أحيانا في إتمام المبادلات التي تستلزم تسليم مستندات معينة، مما يحتم الاعتماد على أدوات أخرى مثل الفاكس.

2-الفاكس

من أهم مزايا استخدام الفاكس كأداة للتجارة أنه يحل محل خدمة البريد التقليدية، حيث ينقل صورة المستند آتيا من مكان لآخر عبر خط التليفون العادي، ويعتبر الفاكس حلا سريعا بوصفه طريقة لنقل المستندات بالنسبة لرجال الأعمال، ويتميز الفاكس كأداة للتجارة الإلكترونية بعدة مزايا:

- إحلاله محل خدمات البريد التقليدية في إمكانية توصيل المستندات بسرعة كبيرة؛
- إمكانية الاحتفاظ بالمراسلات التجارية، حيث يمكن عن طريق الفاكس إتمام الكثير من المبادلات والإعلانات وتبادل أوامر الدفع وبعض الصور الخاصة بالمبادلات.

¹ وسام عمرون، المرجع السابق، ص 62-64.

ورغم أن الفاكس يصلح مبدئياً لبعض الوظائف التجارية مثل الإعلان أو إصدار أمر الشراء إلا أنه يفتقر إلى إمكانية نقل الصوت أو الصور عالية الجودة، وتشير الإحصاءات إلى أنه هناك أقل من فاكس لكل 100 من السكان في العالم كله.

3-التلفزيون

يتمتع التلفزيون بانتشار أوسع من التلفون، حيث يوجد حالياً أكثر من مليار تلفزيون في العالم كما يوجد جهاز تلفزيون لكل اثنين من السكان في الدول المتقدمة، وجهاز التلفزيون لكل سبعة من السكان في الدول النامية، وللهذه الأولى لا يبدو التلفزيون كوسيلة للتجارة الإلكترونية، ولكن نسبة كبيرة من التسوق من المنزل تتحقق من إعلانات التلفزيون وبرامج التسوق المذاعة عبر التلفزيون، ولذا يلعب التلفزيون دوراً جوهرياً في مجال التجارة الإلكترونية، ويقدر البعض بأنه يوجد حوالي مليار مشاهد

يتعرفون على مشترياتهم عبر التلفزيون، ولكن يبقى التلفزيون وسيلة مشاهدة فقط. وعلى الرغم من أن التلفزيون يعتبر أكثر انتشاراً من التلفون إلا أن أحد القيود التي ترد على التلفزيون، -بوصفه وسيلة تتعلق بالتجارة الإلكترونية- هو أن إتمام الصفقات من خلاله تتم من خلال عدة مراحل:

- أن يقوم المستهلك الراغب في شراء السلعة المعلن عليها في التلفزيون بطلبها من البائع عبر التلفون؛
- سداد المستهلك قيمة السلعة من خلال بطاقة الائتمان؛
- أن يقوم المستهلك باستلام السلعة عبر البريد.

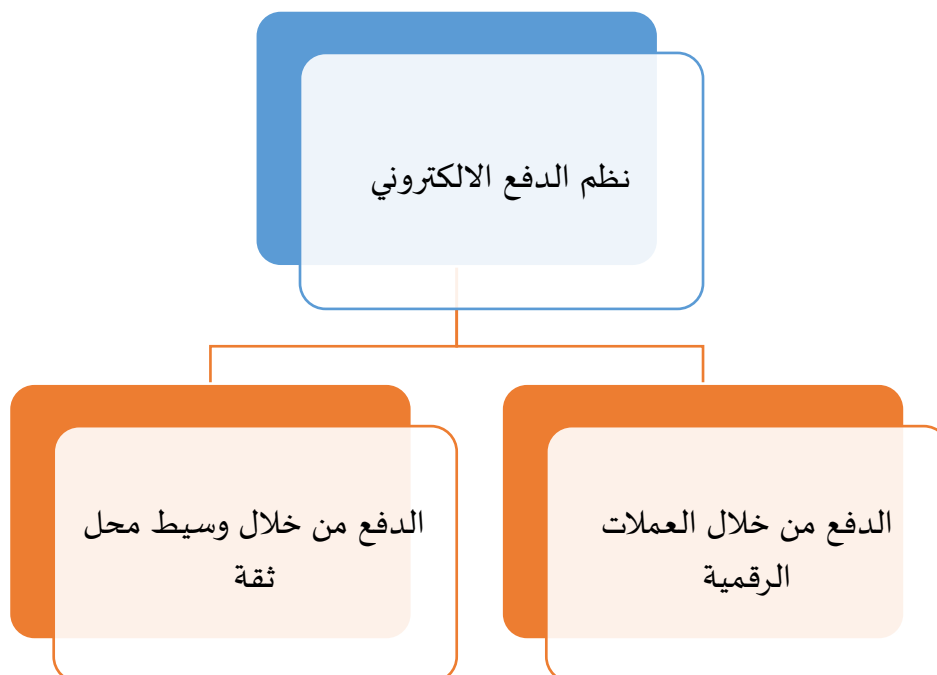
المطلب الثالث: الأدوات الحديثة في التجارة الإلكترونية

لإجراء عملية الشراء على المشتري استخدام أحد وسائل الدفع الموثوقة والمتعارف عليها، ويتطلب من المشتري أيضاً تحديد وسيلة الدفع التي يرغب في استخدامها لإتمام عملية الشراء. تشير عمليات الدفع الإلكتروني إلى المعاملات النقدية غير الورقية التي أحدثت ثورة في عالم الأعمال المصرفية، بسبب تقليل تكاليف المعاملات الورقية وتكلفة العمالة، نظراً لكونها سهلة الاستخدام وأقل استهلاكاً للوقت مقارنة بوسائل الدفع المباشر التقليدية، إضافة إلى ذلك فهي تساهم في توسيع نطاق أنشطة التجارة الإلكترونية ودعم مؤسسات الأعمال والتوسع في الأسواق المستهدفة بسهولة.

تنقسم أنظمة الدفع الإلكترونية عموماً إلى نوعين: يتطلب النوع الأول وجود طرف ثالث أو وسيط محل ثقة بين البائع والمشتري، من أجل إتمام عملية البيع والشراء، كما هو الحال في بطاقات الائتمان بشكلها

التقليدي، أما النوع الآخر، فلا يتضمن استخدام طرف ثالث لإتمام عمليات البيع والشراء، حيث يتم مباشرة بدون وسطاء باستخدام العملات الرقمية،

شكل رقم (02): نظم الدفع الالكتروني



المصدر: جمال جاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، الإمارة العربية المتحدة، 2021، ص 15.

فيما يلي نستعرض بعض وسائل الدفع الإلكتروني وهي: بطاقة الائتمان، وبطاقة المصرفية، والبطاقة الذكية، والنقود الرقمية، والتحويل الإلكتروني للأموال¹.

1- بطاقات الائتمان

تُعتبر أحد وسائل الدفع الإلكتروني التي يُمكن استخدامها لإتمام عمليات الشراء عبر الشبكة العالمية للمعلومات أو من خلال أجهزة الدفع الإلكترونية المخصصة لذلك، دون الحاجة لاستخدام العملات الورقية. تصدر بطاقات الائتمان من قبل شركات مصرفية ومالية متخصصة وتسمح لحاملها بإتمام عمليات الشراء الإلكترونية من خلال استخدام الحد الأقصى المتاح الذي يُمكن لحامل البطاقة اقتراضه من الجهة المصدرة للبطاقة.

¹ جمال جاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، الإمارة العربية المتحدة، 2021، ص 14-16.

2-البطاقة المصرفية بطاقة الخصم:

يتعين للحصول على هذه البطاقات أن يكون لدى الشخص حساباً بنكياً، ويمكن استخدامها في عمليات الدفع الإلكتروني بشرط أن يكون لدى حاملها رصيداً كافياً في حسابه البنكي من أجل إتمام عملية الدفع الإلكترونية، حيث يتم خصم مبلغ الشراء مباشرة من حسابه.

البطاقة الذكية تشبه هذه البطاقة بطاقة الائتمان أو بطاقة الخصم، لكنها متضمنة على شريحة معالج " صغير ودقيق، لديه القدرة على تخزين كافة المعلومات المالية الخاصة بالعملاء. تستخدم هذه البطاقات لتخزين الأموال، حيث يتم خصم المبلغ المطلوب بعد كل معاملة شراء مباشرة. كما لا يمكن الوصول إلى البطاقات الذكية إلا باستخدام رقم تعريف شخصي يتم إعطاؤه لكل عميل. تعتبر البطاقات الذكية آمنة، حيث تقوم بتخزين المعلومات بتنسيق مشفر وأقل تكلفة وتوفر معالجة أسرع للبيانات ومن أمثلتها البطاقات الذكية لكل من (Mondex) و (Visa Cash).

3-النقود الرقمية:

تستخدم النقود الرقمية في سداد قيمة صفقات البيع والشراء عبر الشبكة العالمية للمعلومات، حيث يتم تحويل المبلغ من جهة إلى جهة أخرى دون تدخل أي وسيط، وتساعد معاملات النقود الرقمية على إنجاز هذه المعاملات بسهولة ويسر، ومن أمثلتها العملات المشفرة مثل "البتكوين".

4-تحويل الأموال إلكترونياً:

تعتبر أحد أهم الطرق الشائعة للدفع إلكترونياً، حيث يتم تحويل الأموال من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، ويمكن أن تكون الحسابات في نفس البنك أو في بنك آخر، كذلك يمكن إجراء عملية تحويل الأموال باستخدام آلات الصراف الآلي (ATM) أو باستخدام جهاز حاسب آلي.

المطلب الرابع: أهمية التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية

تكمن أهمية التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية في¹:

أولاً: أهميتها بالنسبة لميزان التجاري.

¹ لامية زايدي، زهية حميدوش، المرجع السابق، ص 31-32.

تساهم التجارة الإلكترونية في زيادة التجارة الخارجية وزيادة الصادرات، وذلك من خلال تسهيل الوصول للأسواق العالمية، في جميع أنحاء العالم، والقدرة على عقد صفقات تجارية بسهولة وسرعة بدون أية قيود إدارية أو تجارية، والاستجابة لتغيرات طلب المستهلكين، وتسويق المنتجات المحلية في هذه الأسواق، مما يزيد صادرات هذه الدول، وتعمل التجارة الإلكترونية على زيادة تجارة الخدمات بين الدول، ومع ظهور تقنية المعلومات والاتصالات الحديثة جعل التجارة الإلكترونية تسهل عملية التقارب بين المستهلكين والمنتجين وأزالت المسافات الجغرافية، وبينت إحدى الدراسات الأجنبية أن استخدام الوسائل الإلكترونية في التجارة وزيادة استخدام الإنترنت أدى إلى زيادة نمو الصادرات.

كما يترتب على تطبيق التجارة الإلكترونية في الدولة تحقيق الشفافية التي من شأنها مساعدة وحدات الأعمال في هذه الدولة على القيام بإجراء الأعمال والمعاملات بطريقة أسهل وأسرع، مما يدعم عملية الحصول على المنتجات من الأسواق الخارجية بأسعار معقولة بعيداً عن الوسطاء الأمر الذي يؤدي إلى عدم دفع عمولات مرتفعة لشراء، وبالتالي نقل الكثير من الأعباء كما أنها سوف تمنع الاحتكار، وبالتالي تمكن وحدات الأعمال من اختيار أفضل عروض للأسعار وأرخصها وذلك بصرف النظر عن منشأها.

ثانياً: أهميتها بالنسبة لسعر الصرف.

تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة فاعلية بورصات الأوراق المالية، حيث يتم إبرام عقد الشراء والبيع للأوراق المالية المتداولة بالبورصة، وإمكانية الحصول على للمعلومات عن هذه الأوراق المتداولة بسرعة، وإصدار أوامر البيع والشراء السماسرة، وهم كل ذلك إلكترونياً، فالتجارة الإلكترونية تعطي مرونة كبيرة من خلال ما توفره من تعاقدات أو أوامر البيع أو الشراء، من خلال البريد الإلكتروني أو وسائل إلكترونية حديثة تستخدم في التداول، وتوفير معلومات سريعة عن السوق للمستثمرين، لا يستطيع السماسرة توفير هذه المعلومات عن الأوراق المالية المتداولة في السوق بسرعة في بعض الأوقات.

وقد أدى ظهور التجارة الإلكترونية واستخدامها في معاملات سوق رأس المال، إلى استحداث التطوير للمالي الإلكتروني للإفصاح عن وضع الشركات كمكمل لتقرير الإفصاح المالي التقليدي حيث يتم نشره بأقل تكلفة غير المواقع الإلكترونية وإعماله لعدد كبير من المستثمرين في نفس الوقت فالوسائل الإلكترونية الحديثة حولت تداول الأسهم والسندات المالية من الوسائل التقليدية إلى التداول عبر الإنترنت، ويتم حالياً استخدام التداول عبر الإنترنت في سوق للأوراق المالية، ونظام التداول عبر الإنترنت: هو نظام تقني يتم من خلال تنفيذ

عمليات بيع وشراء الأسهم عبر الإنترنت من خلال برنامج التداول الذي توفره شركات الوساطة المالية عبر مواقعها الإلكترونية، لتنفيذ عملية التداول بشكل إلكتروني كامل.

ويتضح من السابق أن التجارة الإلكترونية تساهم في سوق رأس المال باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في عملية التداول على اعتبارها جزء منها، فالتداول الإلكتروني يوفر السرعة في إجراء عمليات البيع والشراء وإبرام العقود والصفقات، وتوفير المعلومات الكافية عن السوق التي تمكن المستثمرين من اتخاذ قرار البيع أو الشراء من أي مكان يتواجد به، وتوفير قدر كبير من الشفافية التي تطلبها أسواق رأس المال.

ثالثاً: أهميتها بالنسبة للصادرات.

تساهم التجارة الإلكترونية في تنويع الصادرات والواردات وذلك لما توفره كالمناخ المناسب لزيادة ورفع كفاءة الإنتاج من خلال دعم صناعات الحواسيب وبرمجياتها والصناعة التكنولوجية وصناعات أخرى مرتبطة بها، مثل: وسائط التخزين الإلكترونية، والشبكات والاتصالات، فهذه الصناعات تعتبر البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وانتشار التجارة الإلكترونية يتطلب المزيد من هذه المنتجات: مما يعمل على زيادة إنتاجها، وإن استخدام الوسائل الإلكترونية في التجارة يعمل على رفع مستوى الإدارة والتنظيم داخل المؤسسة، وتطوير أنشطة إنتاجية قائمة وظهور أنشطة إنتاجية جديدة، مثل: البحث على شبكة الإنترنت عن مصادر تمويل جديدة في الخارج، وإنتاج أنواع جديدة من السلع تناسب طبيعة التجارة الإلكترونية، مما يعمل على دعم اقتصاديات الدول.

خلاصة الفصل:

التجارة الالكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الأساسي له، وتمثل القطاع الأسرع نمواً في الاقتصاد العالمي. وقد أصبحت واقعا " ملموسا" في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال.

مما سبق تبين أن التجارة الدولية مهمة جدا في الحياة الاقتصادية رغم المخاطر والعراقيل التي تواجهها، وبعد تقسيم العمل هو أساسها والذي أدى إلى الزيادة في عمليات التوزيع وبالتالي اتساع حجم السوق وتطور التجارة الدولية وذلك بفضل وسائل النقل والمواصلات.

وتعتبر التجارة البينية تبادل السلع والخدمات وتدفعها بين دول أعضاء، ويضم النظام الاقتصادي العالمي أنماط ونماذج مختلفة من التكتلات الاقتصادية والتي لها أثر على التجارة الخارجية والبينية لدول الأعضاء.

الفصل الثاني

تمهيد الفصل

بعد ان تطرقنا في الجانب النظري للدراسة الى التجارة الإلكترونية والتجارة الخارجية سنتطرق فيما يلي الى الدراسة الميدانية للبحث، حيث سنقوم بقراءة واقعية تعتمد على الأرقام المثبتة والمنشورة من خلال الجهات الدولية الرسمية وذات الصلة، بهدف الاطلاع على حجم التجارة البينية العربية، ودراسة وضعية وفرص التجارة الالكترونية العربية، وفي هذا الاطار نجد ان الدول العربية تبذل جهودا حثيثة لتطوير بيئة الاعمال الالكترونية من خلال تطوير البنى التحتية المتمثلة في الوسائل التكنولوجية الحديثة وتوفير الاطار القانوني والتشريعي الملائم لعمليات التجارة الالكترونية.

وللتطرق لكل ذلك تم تقسيم هذا الفصل الى المباحث التالية:

المبحث الأول: جهود تطوير التجارة الالكترونية في الدول العربية

المبحث الثاني: التجارة العربية البينية

المبحث الثالث: أثر جهود تطوير التجارة الالكترونية على التجارة العربية

المبحث الأول: جهود تطوير التجارة الالكترونية في الدول العربية

ان معظم الدول العربية مازالت تحاول ترويج فكرة التجارة الالكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ويظهر ذلك جلياً من خلال التقديرات التي قدمتها الكثير من الدراسات، لذلك سنتطرق في هذا المبحث الى واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية.

المطلب الأول: كفاءة البنى التحتية العربية لاستضافة التجارة الالكترونية

إن انتشار التجارة الالكترونية مرتبط إلى حد بعيد بانتشار الانترنت، وبالتالي فانتشار الكمبيوتر والهواتف في المنازل والمنشآت والأجهزة الحكومية ييسر تبادل كل شيء بدءاً بالمعلومات ومروراً بالخدمات والسلع، وتتفاوت الدول العربية من حيث درجة انتشار وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات مما يشكل فجوة رقمية داخلية، بالإضافة إلى الفجوة بين الدول العربية والدول المتقدمة حيث تعد الدول العربية من أضعف الدول. بدأت الموجة الأولى من استخدام الإنترنت في البلدان العربية عام 1991 عندما قامت المؤسسة الإقليمية لعلوم الحاسوب والاتصالات في تونس بتوفير خدمات الشبكة في مرافقها من خلال خط مستأجر (X.25) حصلت عليه بالتعاون مع المؤسسة الفرنسية لبحوث علوم الحاسوب وأنظمة السيطرة. مثل التحول نحو الاستخدام التجاري أو العام للإنترنت بين عامي 1994 و1996 نقطة انعطاف في خط سير تطور الإنترنت في العالم العربي، وكان بمنزلة المؤشر على وصول الموجة الثانية التي شهدت بداية توفير خدمة الإنترنت لمنشآت الأعمال، أو توفيرها في وقت واحد لمنشآت الأعمال والمستخدمين المنزليين، وذلك حسب حالة كل بلد.

وكان للكويت عام 1994 السبق في توفير خدمة الإنترنت للعموم، بما في ذلك الاستخدام التجاري. وعام 1995، تلاها كل من الإمارات والبحرين ولبنان وفلسطين والمغرب والجزائر. وعام 1996 دخلت الإنترنت تجارياً إلى كل من قطر وعمان واليمن والأردن. ودخلت الخدمة السعودية عام 1996 عبر القطاع الأكاديمي، لكنها لم تتوفر تجارياً حتى العام 1999. أما العراق فكان آخر بلد عربي يوفر الإنترنت تجارياً عام 2000¹.

فلاحظ من خلال ما سبق ان هناك تأخر نسبي في معدلات استخدام الانترنت في الدول العربية، وفيما يلي نوضح ذلك من خلال مقارنة استخدام الانترنت في العالم العربي مع الدول الأوروبية:

¹ عبد القادر كاملي، الانترنت في الدول العربية، <https://www.aljazeera.net>، 2023/04/15، 9:28.

الجدول رقم 01: استخدام الانترنت في العالم العربي

لكل مليون شخص

السنوات	العالم العربي	أوروبا
2010	6.05058352	89.694143
2011	8.7981486	128.346892
2012	16.3124886	254.622375
2013	20.0112273	427.682737
2014	26.0552977	569.531054
2015	35.5865409	757.742885
2016	54.27896	1172.83597
2017	123.543413	976.868142
2018	132.711996	1151.35615
2019	148.459319	1399.82338
2020	147.809033	1585.58897

المصدر: البنك الدولي، <https://www.albankaldawli.org/>

نلاحظ من خلال الجدول ان استخدام الانترنت في العالم العربي مقارنة بأوروبا كان الدول العربية متأخرة جدا في استخدام الانترنت وفي نفس الوقت نلاحظ ان استخدام الانترنت في الدول العربية في تزايد مستمر وبشكل كبير وهذا امر إيجابي.

المطلب الثاني: واقع التجارة الالكترونية في العالم والمنطقة العربية

الفرع الأول: واقع التجارة الالكترونية في العالم

نما حجم التجارة الالكترونية بسرعة خلال الآونة الاخيرة لا سيما في أعقاب جائحة كوفيد -19، حيث بلغ أعداد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات في العالم حوالي 5.1 مليار شخص في عام 2020، مقارنة بنحو 4.1 مليار شخص في عام 2019، أي بزيادة قدرها 7 في المائة. ساهمت الجائحة في سرعة التحول نحو التجارة الالكترونية، حيث سعى كل من الأفراد والشركات إلى التغلب على مختلف إجراءات الإغلاق وقيود السفر بالتسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات¹.

¹ جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، مرجع سابق ص 17.

ومن اهم الدول التي كان لها النصيب الأكبر في التجارة الإلكترونية نجد¹:

1-الصين: تعد الصين الآن أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم، إذ تبلغ المبيعات السنوية عبر الإنترنت بها 672 مليار دولار، وتمثل التجارة الإلكترونية 15.9% من إجمالي مبيعات التجزئة، كما تعد الصين واحدة من أسرع أسواق التجارة الإلكترونية نموًا، بمعدل نمو سنوي يبلغ 35%، ومن أشهر مواقع التجارة الإلكترونية بها "علي بابا" و"تاوباو".

2-الولايات المتحدة الأمريكية: تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في المركز الثاني، بمبيعات سنوية عبر الإنترنت تبلغ قيمتها 340 مليار دولار، وتمثل التجارة الإلكترونية بها 7.5% من إجمالي مبيعات التجزئة، ومن أشهر مواقع التجارة الإلكترونية الأمريكية موقع "أمازون" و"إيباي".

3-المملكة المتحدة: رغم صغر حجم المملكة المتحدة، فإنها من الأسواق المهمة للتجارة الإلكترونية، إذ تأتي في المركز الثالث بمبيعات سنوية عبر الإنترنت تبلغ قيمتها 99 مليار دولار، وتمثل التجارة الإلكترونية 14.5% من إجمالي مبيعات التجزئة، ويعد "أمازون المملكة المتحدة" و"أرجوس" و"بلاي دوت كوم" أكبر مواقع للتجارة الإلكترونية في المملكة المتحدة.

4-اليابان: جاءت اليابان في المركز الرابع، بمبيعات سنوية عبر الإنترنت تبلغ قيمتها 79 مليار دولار، وتمثل التجارة الإلكترونية بها 5.4% من إجمالي مبيعات التجزئة، ويعد موقع "راكوتن" أشهر منصة للتجارة الإلكترونية في اليابان، وقد استحوذت الشركة على العديد من المواقع الإلكترونية في جميع أنحاء العالم.

5-ألمانيا: تعد ألمانيا ثاني أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في أوروبا بعد المملكة المتحدة، بمبيعات سنوية عبر الإنترنت تبلغ قيمتها 73 مليار دولار، وتمثل التجارة الإلكترونية 8.4% من إجمالي مبيعات التجزئة، ومن أكبر مواقع التجارة الإلكترونية هناك "أمازون" و"إيباي" وأيضًا شركة "أوتو" الألمانية.

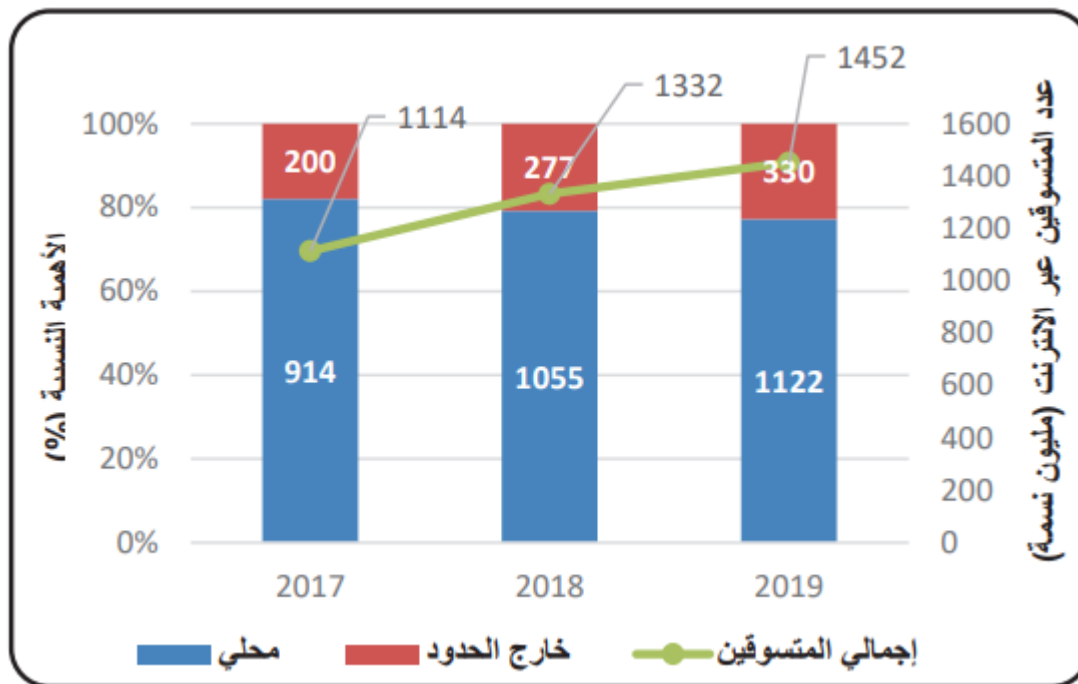
في هذا السياق، تشير التقديرات إلى أن حصة التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات ارتفعت الى ما يشكل 17 في المائة من إجمالي قطاع التجزئة على مستوى العالم في عام 2020 مقارنة بحصة بلغت نحو 13 في المائة في عام 2019.

فيما يتعلق بتوزيع إجمالي عدد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات المحليين وعبر الحدود بلغ نحو 1.45 مليار مستخدم، ويشير تقرير الأونكتاد إلى أن نسبة التسوق المحلي (التسوق داخل حدود نفس الدولة)

¹ التجارة الإلكترونية. الأسواق العشر الأكبر في العالم، <https://www.argaam.com>، 2023/04/15، 10:02.

بلغت نحو 77 في المائة من إجمالي التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات في عام 2019 بإجمالي 1.12 مليار مستخدم، في حين بلغ عدد المتسوقين عبر الحدود 330 مليون مستخدم بما يمثل 23 في المائة من اجمال المتسوقين الكترونياً¹.

شكل رقم 03: إجمالي عدد المتسوقين الكترونياً محلياً وعبر الحدود على مستوى العالم



المصدر: جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، الامارات العربية المتحدة، 2021، ص 17.

الفرع الثاني: واقع التجارة الالكترونية في المنطقة العربية

تختلف نسب واستخدامات الانترنت في البلدان العربية من دولة لأخرى، وعلى هذا الأساس نرى هنالك اختلاف في درجة تطور التجارة الالكترونية وكذلك اختلاف في إمكانيات تطبيقها في كل بلد، والجدول الآتي يبين ترتيب بعض البلدان العربية عالمياً باستخدام التجارة الالكترونية حسب مؤشر الاونكتاد:

¹ جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، مرجع سابق، ص 18.

الجدول رقم 02: مؤشر الاونكتاد للتجارة الالكترونية العربية

الترتيب العالمي 2020	البلد	نسبة حاملي بطاقة الائتمان (15 سنة فما فوق 2017)	نسبة مستخدمة الانترنت (2019)	مؤشر الانكتاد E-Commerce Index Value 2019
37	الامارات العربية المتحدة	88	99	78.2
49	المملكة العربية السعودية	72	96	72.3
50	قطر	66	100	72.1
54	عمان	74	92	70.6
58	الكويت	80	100	68.7
64	لبنان	45	78	60.4
66	البحرين	83	100	59.7
76	الأردن	42	67	54.7
77	تونس	37	67	54.6
80	الجزائر	43	60	52.2
85	ليبيا	66	75	49.7
95	المغرب	29	74	44.8
109	مصر	33	57	36.6
129	العراق	23	49	25.4
132	السودان	15	31	21.7
133	الجمهورية العربية السورية	23	34	21.1
138	اليمن	06	27	18.5
145	موريتانيا	21	21	15

Source: unctad b2c e-commerce index 2019, <https://unctad.org>.

صنف دليل التجارة الالكترونية الامارات العربية المتحدة بالمرتبة 37 عالميا، والأولى في المنطقة العربية في مبيعات التجزئة عبر الانترنت بنسبة لأجمالي مبيعات التجزئة، فقد بلغت حصة الافراد من بطاقات الائتمان نحو 88%، كما بلغ رصيد دولة الامارات حسب مؤشر قيمة التجارة الالكترونية نحو 78.2%، وكذا جاءت البلدان

العربية الأخرى بعدها حسب ترتيبها عالمية حيث بلغت المملكة العربية السعودية المرتبة 49 عالميا والثانية عربيا بقيمة 72.3%، تليها قطر بالمرتبة 50 عالميا والثالثة عربيا بقيمة 72.1%، ومن ثم عمان بالمرتبة 54 والرابعة العربية بقيمة 70.6%، وهكذا بقية البلدان العربية كما في الجدول السابق، اما موريتانيا فقد احتلت المرتبة الأخيرة بترتيب 145 عالميا بقيمة 15% كما بلغ الائتمان 21% ونسبة مستخدمي الانترنت 21% للأغراض التجارية.

واقدر الدليل الذي يضم 152 بلدا بان الامارات العربية والمملكة العربية السعودية وقطر وعمان قد تم تصنيفهم ضمن أكبر 10 اقتصاديات نامية في مؤشر التجارة الالكترونية للأونكتاد B2C لعام 2020.

المطلب الثالث: معوقات (صعوبات) تفعيل التجارة الالكترونية العربية

إن معظم الدول العربية مازالت تحاول ترويج فكرة التجارة الإلكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ويظهر ذلك جليا من خلال التقديرات التي تم عرضها فيما سبق، علما أن معظم عمليات التجارة الإلكترونية تمت في دول الخليج، أما عن العوائق التي تقف حجر عثرة في طريق انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية فهي متعددة

إذ مازالت البنى التحتية الضرورية غير مناسبة لاستخدام تلك الأساليب، كما أن تكلفة الاتصالات والحواشيب مرتفعة بالنسبة لمستوى الدخل الفردي، أما القوانين والأنظمة فلا تتماشى مع احتياجات هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها.

ونقدم فيما يلي مؤشرات توضح هذا الوضع في البلدان العربية المختلفة¹:

1- البنى التحتية:

تعد الخطوط الهاتفية (الثابتة والنقالة)، الانترنت والحواشيب الشخصية (PC)، إضافة إلى الحواشيب المضيفة للإنترنت، والنطاقات العليا للإنترنت عناصر أساسية لتطور وانتشار التجارة الإلكترونية. وتبين الإحصاءات أن المؤشرات المرتبطة بهذه البنى التحتية جميعها ذات مستوى متدن في معظم الدول العربية وهي بعيدة في معدلاتها عن المعدل الوسطي العالمي.

كما أن ثمة فروقا كبيرة بين الدول الخليجية والدول الأخرى من حيث توفر خطوط الهاتف الثابت والنقال، وذلك في عدد الحواشيب وعدد مستخدمي الانترنت، فبينما تقترب معدلات الدول الخليجية من

¹ قيو اسمهان، واقع التجارة الالكترونية العربية وآفاقها المستقبلية، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، المجلد 12، العدد 02، 2015، ص 161-163.

معدلات دول العالم في توفر الهاتف الثابت والنقال والحواشيب الشخصية، فهي مازالت بعيدة عن نظيراتها في دول كانت تدرج في تعداد الدول النامية إلى عهد قريب مثل الشيلي وكوريا الجنوبية وتتميز الإمارات العربية عن باقي الدول الخليجية في هذا المضمار كما يتميز لبنان عن باقي الدول العربية غير الخليجية. كما أن الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة ستزداد إذا لم تتخذ إجراءات سريعة لإعطاء موضوع البنية التحتية التكنولوجية الحديثة ما تستحقه من اهتمام.

2-تكلفة الحواشيب والاتصالات:

ما زال اقتناء الحواشيب مكلفا لمعظم الشركات الصغيرة في الوطن العربي على الرغم من انخفاض أسعار التجهيزات الحاسوبية عالميا، خاصة إذا أضفنا تكلفة البرمجيات التطبيقية التي تصمم في غالب الأحيان خصيصا للشركة المستثمرة، ويتطلب تأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات تكاليف إضافية تثقل كاهل هذه الشركات فتحاول الاستغناء عن الحاسوب، كما أن الدخل الفردي في معظم الدول العربية لا يسمح باقتناء الحواشيب الشخصية بسهولة، أما تكلفة الانترنت فهي مرتفعة نسبيا، وبالتالي فليس من المستغرب أن يبقى استخدام شبكة الانترنت وتطبيقات التجارة الإلكترونية محصورين بفئة صغيرة في معظم الدول العربية. ويضاف إلى ذلك أن تكلفة الاتصالات الداخلية للانترنت مازالت مرتفعة في العديد من الدول العربية غير الخليجية، وهذا ما لا يشجع مطلقا على استخدام الانترنت من قبل الأفراد والشركات الصغيرة التي قد لا تتحمل مصاريف إضافية.

إن القوانين والتشريعات في الدول العربية لم تتطور بعد لتأخذ بالاعتبار تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من تطبيقات جديدة مثل التجارة الإلكترونية. فهي لا تغطي نواحي مهمة مرتبطة بالتطور التكنولوجي المذكور، وبالأخص فإن قوانين الملكية الفكرية قاصرة في معظم الأحيان، ذلك أنها لا تحمي مؤلف المنشورات الإلكترونية أو البرمجيات، وحتى عندما تسن هذه القوانين فإنه لا تتوافر أدوات تنفيذها ولا تتخذ الإجراءات الضرورية لوضعها قيد التطبيق.

ويضاف إلى ذلك أن التعامل الإلكتروني ما بين مؤسسات مختلفة أو بين مؤسسات وأفراد يحتاج إلى تعديل الأنظمة والقوانين لتتماشى مع الممارسات الحديثة مثل:

-إجراءات الأمان في التعامل الإلكتروني؛

- التوقيع الإلكتروني؛
- خصوصية المعلومات (السرية التجارية والمصرفية)؛
- التعامل المصرفي عن بعد والنقل الإلكتروني للأموال؛
- الاتجار الإلكتروني والنظام الضريبي؛
- حقوق النسخ والنشر والملكية الفكرية في ممارسة التجارة الإلكترونية (ومنها النشر الإلكتروني)؛
- وضع قوانين للانتقال إلى اقتصاد المعرفة ضف إلى ذلك عدم الوعي العام بمثل هذا النوع من التجارة ومشاكل عدم الإلمام باللغة الإنجليزية.

المبحث الثاني: التجارة العربية البينية

شغلت التجارة البينية حيزاً كبيراً في الفكر الاقتصادي، انطلاقاً من أهميتها ودورها كمصدر للثروة ومحركاً للنمو، وحظيت بجانب كبير من مكونات مرتكزات النظريات الاقتصادية، والفكر الاقتصادي بوجه عام، لذلك سنتطرق في هذا المبحث إلى التجارة البينية من خلال المطالب التالية.

المطلب الأول: مراحل تحرير التجارة العربية البينية

سعت الدول العربية منذ أوائل الخمسينات لإيجاد أشكال مختلفة من التعاون الاقتصادي والتجاري وذلك من أجل حماية مواردها وتطوير اقتصاداتها، وتحقيق المصالح المشتركة وتسريع النمو الاقتصادي والاستفادة من الميزات التي يحققها توسع السوق ضمن المنطقة العربية وفيما يلي عرض لخلفية تاريخية عن محاولات تحرير التجارة العربية¹:

➤ 7 سبتمبر 1953 بجامعة الدول العربية تم عقد أول اتفاقية متعددة الأطراف لتسهيل التبادل التجاري وتنظيم الترانزيت، وبذلك فهي أول اتفاقية اقتصادية عربية متعددة الأطراف لتحرير التجارة بين الدول الاعضاء في جامعة الدول العربية. وقد استهدفت هذه الاتفاقية قيام تعاون اقتصادي بين الدول الاعضاء عن طريق تسهيل التبادل التجاري بينها. واهتمت بشكل اساسي في منح التفضيلات الجمركية في شكل اعفاءات من الرسوم الجمركية للسلع الوطنية العربية المتبادلة حيث تم اخضاع هذه السلع لتعريفه جمركيه مخفضة بنسبة (25%) من التعريفه الجمركية المطبقة في الدولة المستوردة بالنسبة للسلع الصناعية واعفت المنتجات الزراعية والحيوانية والثروات الطبيعية

¹ عز الدين بوحيل، التجارة العربية البينية بين المعطيات الإقليمية والأملاءات الدولية، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، ص 90.

من رسوم الاستيراد اذا كانت ناشئة من احدى الدول الاطراف في اتفقيه وبهدف ايلاء معاملات تفضيلية اوسع للسلع المتبادلة تم تعديل الاتفاقية عدة مرات ثم من خلال هذه التعديلات اضافة سلع اخرى الى القائمة السلع الواردة، واستحداث ملحقات اخرى تتعلق بالصناعات العربية التجميعية. ان المهم في هذه الاتفاقية هو تخفيض الرسوم الجمركية بالنسبة للاستيراد والتصدير وبدرجة تسمح بانتقال القسم الاكبر من المنتجات الزراعية بدون رسم جمركية وتعطى الصناعة الاستهلاكية العربية قدرة أكبر على منافسة السلع الاجنبية في الدول العربية الا ان هذه الاتفاقية لم تتطرق الى العمل على ازالة القيود الكمية على التجارة العربية البينية كما أنها قضت بخفض الرسوم بنسبة معينة لكنها لم تنص على الغائها. وقد توقف العمل بهذه الاتفاقية من الناحية العملية بعد تطبيق قرار انشاء السوق العربية المشتركة في بداية عام 1965¹؛

➤ 3 جوان 1957 بجامعة الدول العربية تم إبرام اتفاقية الوحدة الاقتصادية العربية بهدف تنظيم العلاقات الاقتصادية بين الدول العربية وإقامة وحدة اقتصادية كاملة بشكل تدريجي. وتنص المادة الأولى من هذه الاتفاقية على²:

- حرية انتقال الأشخاص ورؤوس الأموال.
- حرية تبادل البضائع والمنتجات الوطنية والأجنبية
- حرية الإقامة والعمل والاستخدام وممارسة النشاط الاقتصادي.
- حرية النقل والتراخيص واستعمال وسائل النقل والموانئ والمطارات المدنية.
- ولتحقيق هذه الأهداف نصت المادة الثانية من الاتفاقية على أن تعمل دول الأعضاء على ما يلي³:
- جعل بلادهم منطقة جمركية واحدة تخضع لإدارة موحدة وتوحيد التعريف والتشريع والأنظمة الجمركية المطبقة في كل منها.

- توحيد سياسات الاستيراد والتصدير وتنظيم علاقات التبادل التجاري.
- توحيد أنظمة النقل والتراخيص.

- تنسيق السياسات المتعلقة بالقطاعات الإنتاجية الصناعية والزراعية أو قطاع التجارة الداخلية.
- تنسيق تشريعات العمل والضمان الاجتماعي.

¹ تقي عبد السلام، مستقبل التجارة العربية البينية في ظل قيام منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 28، 2011، ص 21.

² شعبان فرج، التجارة العربية البينية: التحديات وسبل التطوير، مجلة المعارف، السنة الثالثة، العدد 05، ص 53-54.

³ بلقاسم طراد، التجارة العربية البينية ودورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي: دراسة حالة دول مجلس التعاون الخليجي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012/2013، ص 11-12.

-تنظيم وتنسيق التشريعات الضريبية والمالية والنقدية.

-تنسيق السياسات النقدية والمالية تمهيدا لتوحيد النقد العربي.

-اتخاذ أي إجراءات أخرى تلزم لتحقيق أهداف الوحدة الاقتصادية.

واتفاقية الوحدة الاقتصادية العربية وما ترمي إلى تحقيقه من أهداف تعد في غاية الطموح إذا ما قورنت باتفاقيتي تسهيل التبادل التجاري وتنظيم تجارة الترانزيت وتسديد مدفوعات المعاملات الجارية وانتقال رؤوس الأموال بين دول الجامعة العربية واللتين تم التوقيع عليهما عام 1953م، إلا أنه لم يكن من السهل تطبيق هذه الاتفاقية بعد الانتهاء من توقيعها، ذلك أن كثير من العراقيل كانت تقف في طريق الوحدة أهمها: تعارض الأنظمة السياسية وتنوع الأنظمة الاقتصادية، تفاوت الدخول (فهناك دول نفطية غنية كالسعودية والكويت والعراق، ودول فقيرة كمصر والأردن ودول وسطية كسوريا)، كذلك تنوع واختلاف الغايات الاقتصادية والنقدية (فبعض الدول ارتبطت عملتها بالدولار والبعض الآخر ارتبطت عملتها بالجنيه الإسترليني....) وعلى الرغم من اقتناع معظم الدول العربية بأهمية هذه الاتفاقية، إلا أنها لم تخرج إلى حيز الوجود إلا في شهر ماي 1964م، وانضمت إليها كل من الكويت ومصر والأردن والعراق ثم اليمن والسودان وليبيا، ثم ما لبث أن تخلت عنها الدول الأعضاء واتجهت إلى طريق آخر هو السوق العربية المشتركة.

➤ 13 أوت 1964 بجامعة الدول العربية عقدت اتفاقية السوق العربية المشتركة لتشجيع التخفيض التدريجي للتعريف على كافة المنتجات والخدمات ورؤوس الأموال والأشخاص؛

تمثل الأهداف التي نص عليها قرار إنشاء السوق العربية المشتركة معظم الأهداف التي نصت عليها اتفاقية الوحدة العربية الاقتصادية، وتسعى أحكام هذه السوق إلى إعفاء المنتجات الزراعية والحيوانية والثروات الطبيعية من الرسوم الجمركية بمعدل 20% سنويا وتحريرها من القيود الإدارية بنفس النسبة حتى تصل إلى الإعفاء الكامل من جهة، وتحرر جميعها من القيود الكمية من جهة ثانية، أما بقية المنتجات الصناعية التي ساهمت المواد العربية أو اليد العاملة العربية بنسبة 40% من تكلفتها الإجمالية على الأقل فتخفص الرسوم الجمركية المتعلقة بها بنسبة 10% سنويا وتحرر من القيود بنفس النسبة حتى الإعفاء والتحرر الكاملين. وتتلخص أهداف السوق العربية المشتركة فيما يلي¹:

- حرية انتقال الأشخاص ورؤوس الأموال.

¹ مدحي عثمان، السوق العربية المشتركة ودورها في تفعيل التكامل الاقتصادي العربي، 9+8 ص 340.

- حرية تبادل البضائع والمنتجات الوطنية والأجنبية. حرية الإقامة والعمل والاستخدام وممارسة النشاط الاقتصادي.

- حرية الإقامة والعمل والاستخدام وممارسة النشاط الاقتصادي.

- حرية النقل والتراخيص واستعمال وسائل النقل والموانئ والمطارات المدنية.

- حرية التملك والإيصاء والإرث.

إن تحقيق هذه الأهداف كان يتطلب توحيد التشريعات والنظم الاقتصادية والمالية على مستوى الدول الأعضاء، والتنسيق فيما بينها في كافة المجالات المؤسسية والتنظيمية وفق ما كانت تنص عليه المادة الثانية من اتفاقية الوحدة الاقتصادية العربية، وهذا ما لم يتحقق إلى اليوم.

➤ جانفي 1964 قرر المجلس الاقتصادي المغربي بإنشاء اللجنة الدائمة الاستشارية المغربية لتشجيع إقامة برنامج تكامل اقتصادي مغربي (الجزائر، المغرب، تونس، ليبيا، موريتانيا)؛

لقد تضمنت معاهدة إنشاء اتحاد المغرب العربي مجموعة من الأهداف ذات الأبعاد المختلفة، وهذا ما

حدده المادة الثانية والثالثة من معاهدة إنشائه. فالمادة الثانية نصت على¹:

- تمتين أواصر الأخوة التي تربط الدول الأعضاء وشعوبها ببعضها البعض؛

- تحقيق تقدم رفاهية مجتمعاتها والدفاع عن حقوقها؛

- المساهمة في صيانة السلام القائم على العدل والإنصاف؛

- نهج سياسة مشتركة في مختلف الميادين؛

- العمل تدريجيا على تحقيق حرية تنقل الأشخاص وانتقال الخدمات والسلع ورؤوس الأموال فيما بينها.

ومن خلال نص المادة الثالثة يمكن أن نخلص إلى الأهداف التالية:

1-الأهداف السياسية

وتعتبر من أهم الأهداف التي سعى الاتحاد لتحقيقها وهي:

- مجابهة أي مخاطر وتحديات تتعرض لها المنطقة المغربية؛

- المحافظة على استقلالها والمساهمة في إزالة كل صور النزاعات الإقليمية؛

- صيانة السلام المؤسس على العدل والإنصاف؛

¹ بطاهر بختة، عادلة عجال، المتلقى الدولي حول تنمية وتطوير المناطق الحدودية: واقع وآفاق تحت شعار التكتل والتكامل المشترك بالمناطق الحدودية بين مقومات الانطلاق وعراقيل التشغيل ليومي 05 و06 نوفمبر 2018، جامعة سوق أهراس، ص 07.

- تحقيق الوفاق بين الدول الأعضاء وذلك بإقامة تعاون دبلوماسي وطيد بينها على أساس الحوار.

2-الأهداف الدفاعية

- تحقيق المساهمة في صيانة السلام المرتكز أساسا على العدل والإنصاف؛

- صيانة استقلال كل دولة من الدول الأعضاء.

3-الأهداف الاقتصادية

إن الهدف من تعاون دول الاتحاد هو تحقيق حياة أفضل للشعوب المغاربية ولتحقيق هذه الغاية تتخذ الإجراءات التالية:

- تطوير القطاع الصناعي على أساس علمي حديث؛

- تطوير القطاع الزراعي وتحقيق التوازن مع القطاع الصناعي بحيث يتم توفير حاجات دول المغرب العربي المنتجات الزراعية والطبيعية والصناعية؛

- إصدار التشريعات اللازمة لإزالة الحواجز الجمركية وتسهيل حركة النقل للبضائع والأشخاص والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المغاربية في إطار التنظيم المغاربي.

➤ 27 فيفري 1981 بجامعة الدول العربية إمضاء اتفاقية تسهيل وتطوير التبادل التجاري العربي (التجارة العربية البينية).

فقد تم التوقيع على هذه الاتفاقية من قبل 21 دول عربية، وتهدف الى الاعفاء الكامل من الرسوم والقيود على السلع الزراعية والحيوانية، والمواد الخام المعدنية وغير معدنية، كما تم تصنيف المنتجات الصناعية وفقا لقوائم تحدد لاحقا ضمن مفاوضات جماعية، ونصت الاتفاقية على عدم إمكانية منح ميزة تفضيلية لدولة غير عربية تفوق تلك الممنوحة للدول الأطراف، كما أبرمت اتفاقية أخرى في سنة اتفاقية موحدة لاستثمار رؤوس الأموال العربية، ووقع 1982 وهي عليها إحدى وعشرون دولة، وتنص على منح الأموال العربية ضمانات أساسية يمكن دعمها بامتيازات أخرى عن طريق اتفاقيات ثنائية، رغم الاجتماع العربي على هذين المشروعين إلا أنهما لم يحظيا بنجاح يذكر، إذ حالت العراقيل التجارية والسياسية وغيرها دون تنفيذها، تهدف هذه الاتفاقية إلى ما يلي¹:

- تحرير التبادل التجاري بين الدول العربية من الرسوم والقيود المختلفة التي تفرض عليها.

¹ حساني عمر، واقع وآفاق التبادل التجاري الجزائري مع دول منطقة التجارة الحرة الكبرى في ظل الازمة المالية العالمية 2008، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغام، 2021/2020، ص 75.

- الربط المنسق بين إنتاج السلع العربية وتبادلها، وذلك بمختلف السبل، وعلى الأخص تقديم تسهيلات تمويلية اللازمة لإنتاجها.

- تيسير تمويل التبادل التجاري بين الدول العربية وتسوية المدفوعات الناشئة من هذا التبادل.

- منح تيسيرات خاصة للخدمات المرتبطة بالتجارة المتبادلة بين الدول الأطراف.

- مراعاة الظروف الإنمائية لكل دولة من الدول الأطراف في الاتفاقية وعلى الأخص تقديم أوضاع الدول الأقل نموا منها.

➤ 25 ماي 1981 أقر المجلس الاقتصادي الخليجي عن تأسيس مجلس التعاون لدول الخليج العربي والهدف منه قيام تجارة بين الدول الخليجية؛ ولقد أجملت المادة الرابعة من النظام الأساسي أهداف المجلس كما يلي¹:

-تحقيق أكبر قدر من التنسيق والتكامل والترابط بين الدول الأعضاء في جميع الميادين.

-تعميق وتوثيق الروابط والصلات وأوجه التعاون القائمة بين شعوبها.

-وضع أنظمة متماثلة في مختلف الميادين بما في ذلك الشؤون الاقتصادية والمالية، الشؤون التجارية والجمارك والمواصلات، الشؤون التعليمية والثقافية، الشؤون الاجتماعية والصحية، الشؤون الإعلامية والسياحية، وكذا الشؤون التشريعية والإدارية.

-جاءت الاتفاقية الاقتصادية الموحدة والتي وقعت في نوفمبر 1981م لتحديد المنهاج الذي يتبعه المجلس في مختلف الجوانب الاقتصادية والتنسيق الإنمائي والتعاون الفني والتنسيق البترولي والصناعي والزراعي، ودعم المشروعات المشتركة والنقل والمواصلات وغيرها من المجالات، كما انه بدأ تطبيق بعض مواد هذه الاتفاقية اعتبارا من شهر مارس سنة 1983م، بالإضافة إلى ذلك كانت هناك جهودا لتحقيق وتعميق المواطنة، وكذا تحقيق المساواة بين مواطني الدول الأعضاء، ولتطوير البنى الأساسية وتحقيق تشابكها.

-17 فيفري 1989 أعلن الرئيس المغربي عن توقيع معاهدة مراكش لتأسيس اتحاد المغرب العربي (UMA) لتشجيع حرية انتقال الأشخاص السلع والخدمات بين الدول الأعضاء؛ 19 فيفري 1997 تم إقرار منطقة تجارة حرة عربية كبرى من طرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي لجامعة الدول العربية، " وتفترض المنطقة الحرة سريان إلغاء الرسوم الجمركية والقيود الكمية على تجارة جميع أنواع السلع دون استثناء"، وقد وافقت اقطار الخليج الست على هذا المبدأ، أما البلدان الأخرى فقد قدمت كل منها قائمة بالسلع التي ترغب في تحريرها، وبالتالي فنجاح

¹ بلقاسم طراد، مرجع سابق، ص 17.

المنطقة يتوقف على عوامل عديدة ولا تتحقق الا اذا نفذت الدول الأعضاء في المنطقة التزاماتها وبذلت المزيد من الجهود لتذليل مختلف العقبات.

المطلب الثاني: احصائيات التجارة العربية البينية من 2011 الى 2015

1-أداة التجارة البينية السلعية

الجدول رقم 03: أداء التجارة البينية العربية (2011-2015)

معدل التغير السنوي في الفترة 2011- 2014 (%)	معدل التغير السنوي %					القيمة (مليار دولار أمريكي)					البند
	2015*	2014	2013	2012	2011	2015*	2014	2013	2012	2011	
5.6	-8.3	4	4.4	8.5	12.6	110	120	115.5	110.6	102.0	متوسط التجارة البينية العربية
4.6	-9	4	3.2	6.6	6.7	108.1	118.8	114.2	110.7	103.9	الصادرات البينية العربية
6.6	-7.7	3.9	5.6	10.4	19.5	111.9	121.2	116.7	110.5	100	الواردات البينية العربية

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربية لسنة 2016، ص 235.

نلاحظ من خلال الجدول ان التجارة العربية السلعية كانت في ارتفاع مستمر من 2011 بقيمة 102 الى 2014 حيث وصلت الى 120، فيما انخفضت سنة 2015 الى قيمة 110 أي بنسبة 8.3- بالمائة، وذلك بسبب تواصل الانخفاض الملحوظ لأسعار النفط العالمية، والظروف المحلية التي تشهدها عدد من دول المنطقة وأثرها على حركة التجارة بين الدول العربية.

ويرجع ذلك إلى انخفاض الصادرات البينية بنحو 9.0 بالمائة لتبلغ حوالي 108.1 مليار دولار خلال عام 2015، مقارنة مع نحو 118.8 مليار دولار محققة خلال عام 2014 كما انخفضت الواردات البينية بحوالي 7.7 في المائة خلال عام 2015.

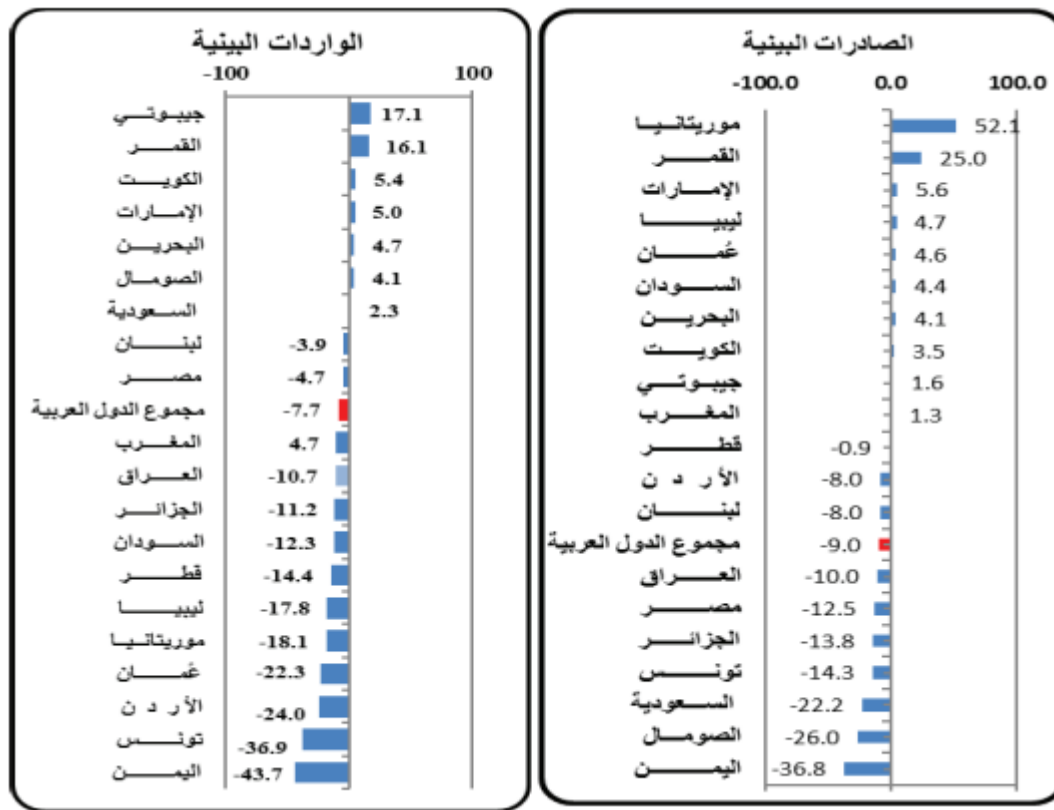
أما على مستوى الدول فرادى، فقد شهد عام 2015 تراجع قيمة الصادرات البينية السلعية للدول العربية في عشر دول بنسب تراوحت بين 0.9 في المائة في قطر، وحوالي 36.8 في المائة في اليمن. وحقت كل من الجزائر والسعودية معدلات تراجع في صادراتها البينية بلغت نحو 13.8 بالمائة و22.2 في المائة على الترتيب. وانخفضت الصادرات البينية في كلٍ من الأردن، لبنان، العراق مصر بمعدلات تراوحت بين 8 في المائة و12.5

بالمائة خلال عام 2015. في حين زادت الصادرات البينية لكل من موريتانيا والقمر بنسب بلغت 52.1 بالمائة و25 بالمائة على الترتيب.

وارتفعت خلال عام 2015 بنسب أقل في كُلٍ من الإمارات، ليبيا، عُمان، السودان، البحرين، الكويت، جيبوتي، والمغرب، حيث تراوحت بين 1.3 بالمائة و5.6 بالمائة.

وبالنسبة للواردات السلعية البينية، فقد انخفضت الواردات البينية في ثلاث عشرة دولة عربية خلال عام 2015 بمعدلات تراوحت بين 3.9 بالمائة في لبنان و43.7 في المائة في اليمن. هذا، بينما زادت الواردات البينية في كُلٍ من جيبوتي والقمر والكويت والإمارات والبحرين والصومال والسعودية بنسب تفاوتت بين حوالي 17.1 في المائة في جيبوتي و2.3 بالمائة في السعودية.

الشكل رقم 04: نسب تغير التجارة البينية للدول العربية (%) (2015)

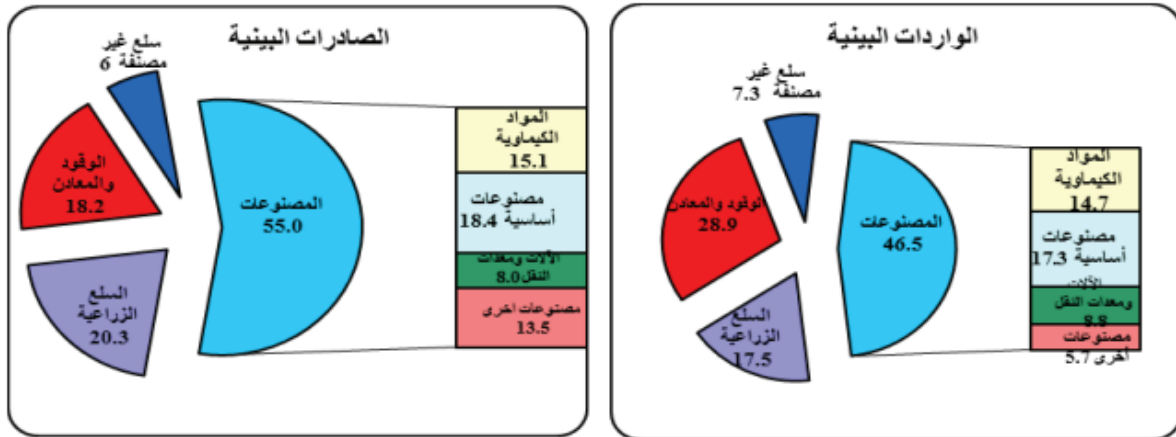


المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي لسنة 2016، ص 236.

2- تطور الهيكل السلعي للتجارة البينية

فيما يتعلق بالهيكل السلعي للصادرات البينية العربية خلال عام 2015، فقد انخفضت حصة كل من السلع الزراعية والوقود المعدني والمعادن الأخرى، بينما ارتفعت نسبة مساهمة المصنوعات في إجمالي الصادرات البينية للدول العربية. فقد تراجع نصيب السلع الزراعية في إجمالي الصادرات البينية من مستوى 22.1 في المائة مسجلة في عام 2014 لتصل إلى نحو 20.3 في المائة خلال عام 2015 كما تراجعت حصة مجموعة الوقود المعدني والمعادن الأخرى في الصادرات البينية خلال عام 2015 لتبلغ حوالي 18.2 في المائة مقابل حصة قدرها 21.5 في المائة خلال عام 2014، ويرجع ذلك للانخفاض الملموس الذي تشهده أسعار النفط العالمية. هذا، في حين شهدت حصة مجموعة المصنوعات التي تمثل أكبر حصة في الصادرات البينية، ارتفاعاً خلال عام 2015 لتسجل مستوى 55 في المائة مقارنة مع حصة قدرها 50.7 في المائة في العام السابق.

الشكل رقم 05: الهيكل السلعي للتجارة البينية العربية (في المائة) (2015)



المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي لسنة 2016، ص 239.

وعلى صعيد المجموعات السلعية الفرعية المكونة للمصنوعات فقد ارتفعت حصة كل من المواد الكيميائية، والآلات ومعدات النقل والمصنوعات المتنوعة الأخرى، في الصادرات البينية العربية خلال عام 2015. بينما حققت مجموعة المصنوعات الأساسية انخفاضاً في أهميتها النسبية في الصادرات البينية خلال عام 2015 لتصل إلى مستوى 18.4 بالمائة وذلك بالمقارنة مع مستوى 19.4 في المائة خلال العام السابق.

وفيما يتعلق بهيكل الواردات البينية، فإنه من المعروف أن الواردات البينية العربية هي نفسها الصادرات البينية العربية بالإضافة إلى قيمة الشحن والتأمين ولهذا فمن الناحية النظرية، فإن الهيكل السلعي للواردات البينية يجب ألا يختلف عن الهيكل السلعي للصادرات البينية. إلا أنه عملياً توجد اختلافات إحصائية ناتجة عن اختلاف الترتيب وأساليب التسجيل والتصنيف، الأمر الذي ينتج عنه فوارق بين أرقام الصادرات والواردات البينية وبالتالي تباين قيم المجموعات السلعية في الصادرات البينية مع الواردات البينية وبالرغم من هذه الاختلافات، فيلاحظ من البيانات المجمعة عن هيكل التجارة البينية لعام 2015 أن الحصة السلعية الرئيسية للواردات البينية حافظت على نسب متقاربة وفي نفس الاتجاهات العامة التي سلكتها الحصة السلعية للصادرات البينية.

المطلب الثالث: احصائيات التجارة العربية البينية من 2016 الى 2021

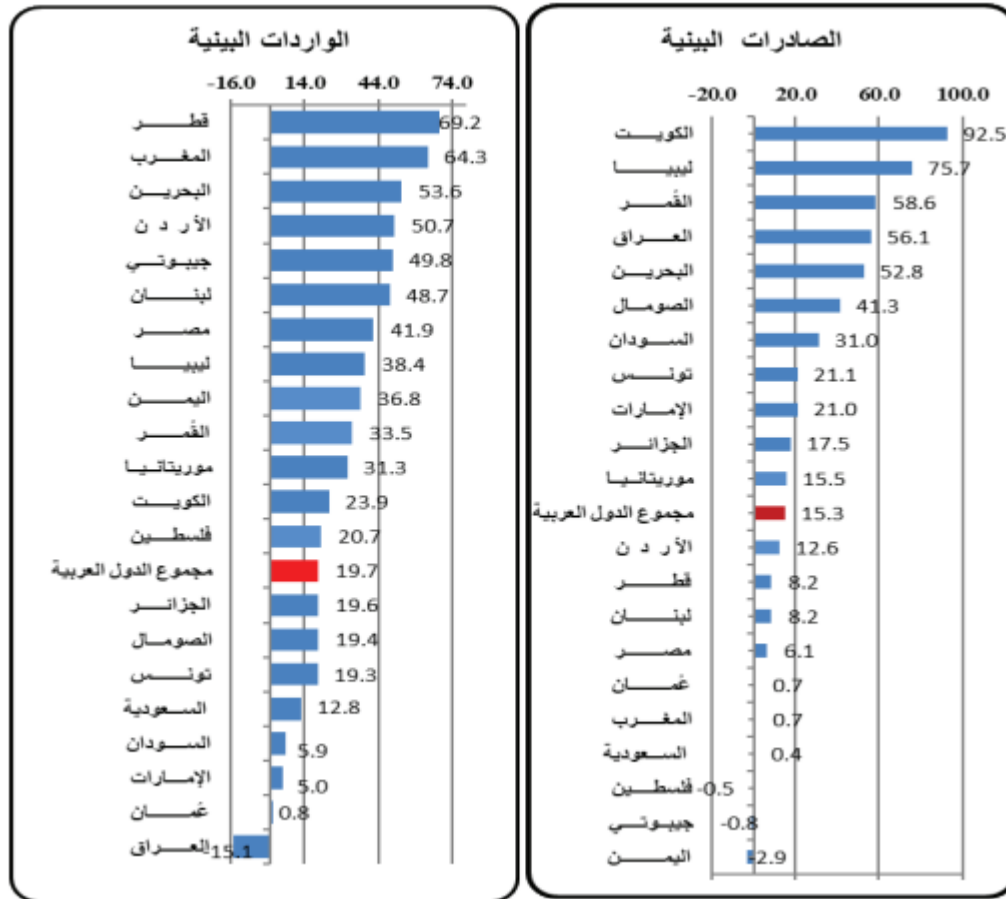
1-أداة التجارة البينية السلعية

الجدول رقم 04: أداء التجارة العربية البينية (2016-2021)

معدل التغير السنوي في الفترة 2020-2016 (%)	معدل التغير السنوي %						القيمة (مليار دولار أمريكي)						البند
	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2021	2020	2019	2018	2017	2016	
-1.9	17.5	-16.3	-0.4	6.9	6	-5.4	112.5	93.9	112.2	112.7	105.5	99.5	متوسط التجارة البينية العربية
-1.2	15.3	-14.2	-0.2	4.1	8.1	-3.4	113.9	96.4	112.3	112.5	108.1	100	الصادرات البينية العربية
-2.6	19.7	-18.5	-0.7	9.8	3.8	-7.4	111.2	91.5	112.2	113	102.8	99	الواردات البينية العربية

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربية لسنة 2021 ص 180.

الشكل رقم 06: نسب تغير التجارة العربية البينية (%) 2021



المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربية لسنة 2021 ص 180.

نظرا لتحسن الطفيف في مستوى نمو الاقتصاد العالمي وقيام مجموعة دول أوبك المصدرة للنفط بتخفيض امدادات النفط (اتفاق 28 سبتمبر 2016 في الجزائر) للتخلص من تخمة المعروض في أسواق النفط العالمية الأمر الذي أدى الى ارتفاع أسعار النفط مما انعكس إيجابا في حجم التجارة البينية العربية¹، فنلاحظ من خلال الجدول أداء التجارة العربية البينية (2016-2021) ان قيمة أداء التجارة العربية البينية في تزايد مستمر، حيث كانت في سنة 2016 بقيمة 99.5 فارتفعت في سنة 2019 الى 112.2، ومن ثم انخفضت سنة 2022 بقيمة 93.9، ويعود ذلك الانخفاض الى انتشار جائحة كوفيد - 19 في ظل الإجراءات الشديدة التي اتخذتها الدول

¹ حساني عمر، انعكاسات تطبيق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى على حجم التجارة العربية البينية: التطورات، المشاكل والحلول، مجلة المالية والأسواق، المجلد 9، العدد 01،

2019، ص 134.

وأثرها على حركة التجارة البينية العربية حيث اثرت تلك الإجراءات على حركة النقل البحري والبري والجوي بين الدول العربية، الأمر الذي أدى إلى حدوث انخفاض ملموس في قيمة التجارة العربية البينية بعام 2020.

في ضوء التطورات السابقة تراجعت خلال عام 2020 قيمة التجارة العربية البينية بنسبة ملموسة قدرها حوالي 16.3 بالمائة لتبلغ متوسط التجارة حوالي 93.9 مليار دولار مقارنة مع نحو 112.2 مليار دولار مسجلة بعام 2019. جاء ذلك كنتيجة لانخفاض كل من الصادرات والواردات البينية للدول العربية خلال عام 2020 بنحو 14.2 في المائة و18.5 في المائة، ليحقق كل منهما نحو 96.4 مليار دولار و91.5 مليار دولار على الترتيب. بالنسبة للدول فرادى، فقد انخفضت خلال عام 2020 قيمة الصادرات البينية السلعية للدول العربية في سبعة عشرة دولة بنسب تراوحت بين 78.3 في المائة في ليبيا، وحوالي 3.0 في المائة بالأردن. بينما ارتفعت الصادرات البينية في ثلاث دول عربية بنسب تفاوتت بين نحو 2.8 بالمائة في قطر، و25.3 في المائة في اليمن خلال عام 2020 مقارنة بالعام السابق. وفيما يخص الواردات السلعية البينية، فقد تراجعت خلال عام 2020 في كل الدول العربية بمعدلات تراوحت بين حوالي 64.9 في المائة في البحرين و5.3 في المائة بالإمارات. وفيما ارتفعت القيمة سنة 2021 بقيمة 112.5، وذلك نتيجة للتخفيف النسبي للقيود المفروضة للتغلب على جائحة كوفيد-19، ما أدى الى تحسن ذلك حركة التجارة بين الدول العربية. ساهم في أيضا ارتفاع أسعار النفط والسلع الأساسية في الأسواق العالمية، وكذا أثر بدء تعافي الأنشطة الاقتصادية وأثرها على زيادة مستويات الإنتاج السلعي في الدول العربية، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع قيمة التجارة العربية البينية عام 2021.

نتيجة للتطورات سالفة الإشارة، ارتفع متوسط قيمة التجارة العربية البينية خلال عام 2021 بصورة ملموسة بلغت نسبتها حوالي 17.5 بالمائة لتسجل نحو 112.5 مليار دولار مقارنة مع نحو 95.8 مليار دولار في عام 2020 حيث سجلت كل من الصادرات والواردات البينية للدول العربية زيادة في عام 2021 بنسب بلغت 15.3 في المائة و19.7 بالمائة، ليصل كل منهما الى حوالي 113.9 مليار دولار و111.2 مليار دولار على التوالي خلال عام 2021.

على مستوى الدول العربية فرادى، ارتفعت الصادرات العربية البينية خلال عام 2021 في ثمانية عشرة دولة عربية بنسب تفاوتت بين نحو 0.7 بالمائة في المغرب، و92.5 في المائة بالكويت وذلك مقارنة بعام 2020.

هذا في حين تراجعت قيمة الصادرات البينية السلعية للدول العربية في ثلاثة دول بنسب بلغت حوالي 0.5 في المائة في فلسطين، و0.8 في المائة في جيبوتي، وحوالي 2.9 في المائة في اليمن خلال عام 2021. وفيما يتعلق بالواردات السلعية العربية البينية خلال عام 2021، فقد تراجعت تلك الواردات في العراق بنحو 15.1 بالمائة مقارنة بالعام السابق، بينما ارتفعت في بقية الدول العربية بنسب تباينت بين حوالي 0.8 في المائة في عُمان، و69.2 بالمائة في قطر عام 2021، الشكل (04).

2- تطور الهيكل السلعي للتجارة البينية

تراجع خلال عام 2020، حصص غالبية المجموعات السلعية، حيث انخفض نصيب كل من المصنوعات، ومجموعة الوقود المعدني والمعادن الأخرى، والسلع الزراعية في إجمالي الصادرات البينية للدول العربية. في هذا الإطار، انخفضت نسبة مجموعة المصنوعات في إجمالي الصادرات البينية لتبلغ حوالي 55.0 بالمائة خلال عام 2020 مقارنة مع حصة قدرها 58.9 في المائة محققة خلال عام 2019 وانخفض نصيب مجموعة الوقود المعدني والمعادن الأخرى في الصادرات البينية لتقتصر على نحو 13.2 بالمائة مقارنة مع حصة قدرها 15.8 في المائة مسجلة خلال العام السابق. كما تراجعت حصة السلع الزراعية في إجمالي الصادرات البينية من مستوى 20.1 في المائة لتبلغ نحو 19.3 في المائة خلال عام 2020.

فيما يتعلق بتطور نسب مساهمة المجموعات السلعية الفرعية المكونة للمصنوعات خلال عام 2020، فقد تراجعت حصص كل من المواد الكيماوية والمصنوعات الأساسية في الصادرات البينية لتبلغ نحو 17.0 بالمائة و16.9 في المائة على التوالي مقارنة بالعام السابق. بينما استقرت حصة الآلات ومعدات النقل في الصادرات البينية عند نفس المستوى المحقق بالعام السابق والبالغ نحو 10.0 في المائة.

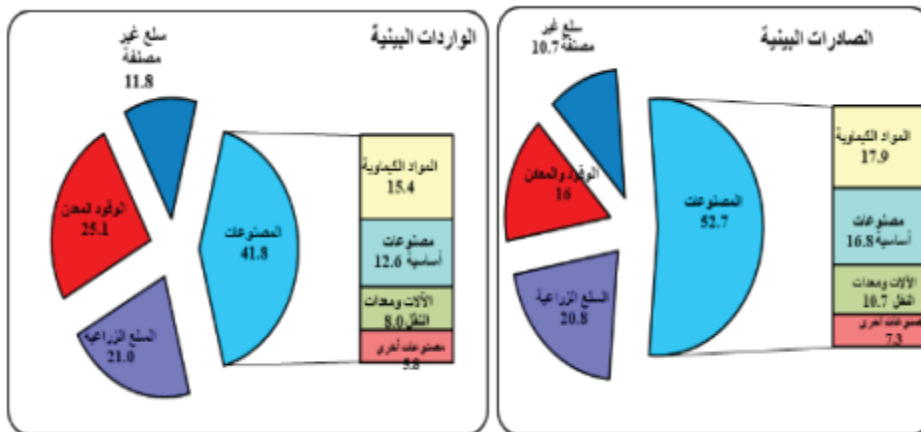
على صعيد هيكل الواردات البينية، فإنه من المعروف أن الواردات البينية العربية هي نفسها الصادرات البينية العربية بالإضافة إلى قيمة الشحن والتأمين ولهذا فمن الناحية النظرية، فإن الهيكل السلعي للواردات البينية يجب ألا يختلف عن الهيكل السلعي للصادرات البينية. إلا أنه عملياً توجد اختلافات إحصائية ناتجة عن اختلاف الترتيب وأساليب التسجيل والتصنيف، الأمر الذي ينتج عنه فوارق بين أرقام الصادرات والواردات البينية وبالتالي تباين قيم المجموعات السلعية في الصادرات البينية مع الواردات البينية.

وقد ارتفعت حصة كل من مجموعة السلع الزراعية ومجموعة الوقود المعدني والمعادن الأخرى في إجمالي الصادرات البينية للدول العربية لتسجل حوالي 20.8 في المائة و16.0 في المائة على التوالي خلال عام 2021.

في حين انخفضت حصة الصادرات البينية للمصنوعات من نحو 55.0 في المائة عام 2020 إلى نحو 52.7 في المائة عام 2021.

وبالنسبة لتطور نسب مساهمة المجموعات السلعية الفرعية المكونة للمصنوعات خلال عام 2021 زادت حصص كل من المواد الكيماوية والآلات ومعدات النقل في الصادرات البينية لتبلغ نحو 17.9 بالمائة و10.7 في المائة على الترتيب مقارنة بعام 2020. في حين انخفضت حصة كل من المصنوعات الأساسية، والمصنوعات المتنوعة الأخرى لتسجل نسب قدرها 16.8 بالمائة و7.3 في المائة على التوالي خلال عام 2021 أما بالنسبة لهيكل الواردات البينية، فإنه من المعروف أن الواردات البينية العربية هي نفسها الصادرات البينية العربية بالإضافة إلى قيمة الشحن والتأمين، ولهذا فمن الناحية النظرية، فإن الهيكل السلعي للواردات البينية يجب ألا يختلف عن الهيكل السلعي للصادرات البينية، إلا أنه عملياً توجد اختلافات إحصائية ناتجة عن اختلاف الترتيب وأساليب التسجيل والتصنيف، الأمر الذي ينتج عنه فوارق بين أرقام الصادرات والواردات البينية وبالتالي تبين قيم المجموعات السلعية في الصادرات البينية مع الواردات البينية.

الشكل رقم 07: الهيكل السلعي للتجارة البينية العربية (%) (2021)



المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي لسنة 2021، ص 183.

3- اتجاهات التجارة البينية السلعية

على صعيد التبادل التجاري بين الدول العربية، فإنه يتركز بشكل عام في دول الجوار. بالنسبة للصادرات البينية للدول العربية خلال عام 2021 فقد تركز نحو 58.5 في المائة من صادرات الإمارات في كل من السعودية وعمان. واستحوذت كل من الإمارات والسعودية وعمان والكويت على نحو 88.0 في المائة من إجمالي صادرات البحرين إلى الدول العربية في عام 2021. وبالنسبة لتونس فقد حصلت دول الجوار الجزائر وليبيا والمغرب على

نحو 78.0 بالمائة من صادراتها إلى الدول العربية. وفيما يتعلق بصادرات الجزائر إلى الدول العربية، فقد تركزت في كل من تونس والمغرب ومصر بنسبة بلغت نحو 71.2 في المائة. وفي السودان فقد اتجه نحو 95.7 في المائة، إلى كل من الإمارات والسعودية ومصر واستحوذت السعودية والعراق والإمارات على نصيب قدره حوالي 57.5 في المائة من الصادرات الأردنية الاجمالية للدول العربية. هذا، وقد اتجه حوالي 90.6 بالمائة من إجمالي صادرات الصومال البينية للدول العربية الى كل من الإمارات وعمان والجزائر. وحصلت الامارات والسعودية ومصر على نسبة قدرها 95.7 بالمائة من صادرات العراق البينية. واستحوذت كل من الإمارات والسعودية وقطر على نحو 75.3 في المائة من إجمالي صادرات عُمان البينية للدول العربية خلال عام 2021.

حصلت أيضاً كل من عمان والإمارات والجزائر على نحو 85.7 بالمائة من صادرات قطر البينية. واتجه الى الإمارات ومصر والسعودية ولبنان حوالي 85.9 في المائة من الصادرات البينية العربية للكويت، واتجه نحو 88.6 بالمائة من صادرات ليبيا إلى الإمارات ومصر. أما بالنسبة لليمن، فقد اتجه حوالي 80.7 بالمائة من صادراتها البينية إلى كل من السعودية والإمارات ومصر وعمان. إضافة الى ذلك، تتوزع صادرات بعض الدول العربية مثل السعودية ومصر والمغرب على حوالي خمس دول عربية أو أكثر، حيث تتصف بأنها اقتصادات أكثر تنوعاً.

بالنسبة للواردات السلعية البينية للدول العربية، فقد تركز حوالي 87.5 بالمائة من واردات الأردن السلعية في الواردات من كل من السعودية والإمارات ومصر، كما جاء حوالي 62.5 بالمائة من الواردات العربية للإمارات من كل من السعودية وعمان والسودان والبحرين، وحصلت السعودية والإمارات ومصر على حوالي 89.1 في المائة من الواردات البينية العربية للبحرين، وجاء حوالي 82.2 في المائة من الواردات البينية لتونس من كل من الجزائر والسعودية ومصر والإمارات في عام 2021.

كما استحوذت كل من الإمارات وعمان والبحرين ومصر على نحو 77.3 في المائة من الواردات السلعية البينية للسعودية، وكل من الامارات والسعودية ومصر على حوالي 93.1 بالمائة من واردات السودان البينية، وتركزت واردات الصومال البينية في عُمان ومصر والسعودية وجيبوتي بنسبة قدرها نحو 95 في المائة، وقد جاءت واردات العراق البينية من كل من الأردن والسعودية ومصر بنسبة 82.5 بالمائة. وجاء نحو 69.8 في المائة من الواردات البينية لقطر من عُمان والسعودية والأردن، ونسبة 74.1 بالمائة من الواردات البينية لعمان من الإمارات،

ونسبة 77.4 بالمائة من الواردات البينية للكويت من كل من السعودية الإمارات وقطر. وبالنسبة للواردات البينية لليبيا فقد تركزت في كل من الإمارات ومصر وتونس بنسبة بلغت نحو 89.4 في المائة.

جاء حوالي 80.9 بالمائة من الواردات البينية لمصر من كل من السعودية والإمارات والكويت وحوالي 75.5 في المائة من الواردات البينية للمغرب من كل من السعودية والإمارات والكويت وتركز حوالي 84 في المائة من الواردات البينية لموريتانيا في الامارات والمغرب. كما جاءت نسبة 89.7 في المائة من الواردات البينية لليمن من كل من الإمارات والسعودية وعمان ومصر. وفيما يتعلق بالواردات البينية لكل من الجزائر ولبنان فإنها تعتبر أكثر توسعاً في مصادر وارداتها من الدول العربية، إذ تتوزع حصص الاستيراد لكل منها بين حوالي أربعة إلى خمس دول عربية.

المبحث الثالث: أثر جهود تطوير التجارة الالكترونية على التجارة العربية

تعتبر تنمية التجارة العربية البينية من الأهداف الأساسية التي سعت إلى تحقيقها اغلب برامج وخطط التكامل الاقتصادي العربي، في ظل عالم يعج بالتكتلات والمنظمات الاقتصادية الساعية الى خدمة شعوبها رغم التباعد الثقافي فيما بينها

المطلب الأول: شروط ومتطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية

تطمح معظم الدول العربية إلى الاستفادة من الفرص التي تؤمنها التجارة الإلكترونية إن كانت تحبذ المنحى الحالي للعمولة أو لم تحبذ، ذلك أن توسيع الأسواق لتصدير المنتجات الوطنية هو أمر مفيد للاقتصاد الوطني وكل ما يتبعه من زيادة الإنتاج وزيادة فرص العمل، والنمو الاقتصادي الخ ويتطلب تحقيق ذلك وضع استراتيجيات إقليمية ووطنية لاستخدام أساليب التجارة الإلكترونية وتطوير التكنولوجيا اللازمة محلياً، لا بد من السيطرة على التكنولوجيا الحديثة وتطوير الأدوات المناسبة باللغة العربية ويمكن حصر الاحتياجات الرئيسية لتطوير التجارة الإلكترونية في الوطن العربي بالمجالات التالية¹:

1-تحسين وتوسيع البنية التحتية

يحتاج استخدام أساليب التجارة الإلكترونية على نطاق واسع يلبي الاحتياجات المتوقعة علمياً إلى بنية أساسية وطنية قابلة للتوسع والتفاعل مع التطورات التكنولوجية العلمية ويشمل ذلك:

-إنشاء شبكات رئيسية للإنترنت تخدم التطبيقات الإلكترونية المتوقعة.

¹ لطرش رنده، التجارة الإلكترونية واثارها على اقتصاديات الوطن العربي، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي الموسوم ب: صناعة المستقبل في السياسات العربية: نحو تفعيل لدور الدراسات المستقبلية، 08 و 09 ديسمبر 2018، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.

-التوسع في الشبكات الخلوية نظراً لبدء انتشار التجارة النقالة عبر الهاتف الخليوي.

2-تشجيع ودعم استخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية:

نظراً لما للأنترنت من فوائد تنعكس على جميع المستويات الثقافية والتجارية وغيرها وحيث أنه لا يمكن انتشار التجارة الإلكترونية دون التوسع في استخدام الأنترنت ليصبح أساساً في كل بيت فإنه لابد من تشجيع استخدامه من قبل جميع الفئات وذلك من خلال تسهيل الإشارك بالأنترنت للشركات والأفراد، ونشر المعرفة حول التجارة الإلكترونية ومزاياها وأهميتها المستقبلية.

3-القيام بالبحث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

إن التوسع في استخدام الأنترنت رهن بانتشار المواقع باللغة العربية والسيطرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوطينها ويحتاج ذلك إلى تأهيل عالي المستوى والتوسع في تطوير التطبيقات الإلكترونية الأساسية مثل التعليم والتدريب لتحسين أداء محركات البحث العربية.

4-تحديث القوانين والتشريعات والإجراءات:

يتطلب الدخول في مجال التجارة الإلكترونية العديد من الاصلاحات على المستويات القانونية أهمها اعتماد قوانين الملكية الفكرية والنشر و سن التشريعات لترويج التجارة الالكترونية وللتوقيع الالكتروني وهذا ما قامت به كل من مصر وتونس والامارات.

5-تطوير الخدمات المصرفية:

لا يمكن القيام بالعمليات التجارية دون مصارف، وبالتالي تتطلب التجارة الإلكترونية خدمات مصرفية متطورة تستخدم تكنولوجيا مماثلة وذات مستوى امان متطور ويحتاج تأمين ذلك إلى تسهيل التعامل المصرفي عن بعد ووضع الضوابط الملائمة للخدمات المصرفية.

بالإضافة الى شروط أخرى وهي¹:

1-تخفيض أسعار الجمارك

للدولة دور كبير في تشجيع التجارة الإلكترونية أو إعاقته، فكلما قللت الدولة من التعريفات الجمركية الخاصة بالمنتجات التي يتم شرائها إلكترونياً، كلما تشجع الأفراد على إجراء المعاملات الشرائية أكثر. فالكثير من المواطنين العرب يرغبون في شراء منتجات من الخارج، لكن زيادة أسعار الجمارك على الطلبات هو ما يمنعهم.

¹ حسان طاهر شريف وآخرون، متطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، المجلد 03، العدد 03، 2020، ص 130-

2-وجود منافسين

المنافسة هي شيء صحي للغاية في مجال التجارة الإلكترونية، فكلما زاد عدد التجار والمواقع التجارية على الإنترنت، كلما زادت الخيارات المتاحة أمام المستهلكين، ومعها كذلك استفادتهم. فالمنافسة تعمل على خلق روح التحدي بين التجار، مما يعمل على ظهور العديد من المنتجات الجديدة في السوق، وتوفير العديد من العروض المغرية التي تحرك حركة البيع والشراء الإلكتروني.

3-توفر الكوادر البشرية

ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت.

ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني (E-Readiness) أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت. ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات وتكييف المناهج التعليمية للمؤسسات مع المعارف التقنية من هنا يمكننا القول إن متطلبات التجارة الإلكترونية تتمحور حول ثلاثة أركان رئيسية هم:

-المتسوق الإلكتروني: والذي يجب عليه أن يكون ملماً بحقوقه الإلكترونية، وأن يكون مثقفاً أيضاً من الناحية الأمنية والتقنية حتى لا يقع فريسة للمخترقين.

-التاجر الإلكتروني: والذي يجب عليه أن يوفر منصة جذابة وآمنة للجمهور، تعمل على إشباع طلباته وتقدم له ما يحتاج من خدمات

-الجهات الحكومية: والتي تعمل على تسهيل المعاملات التجارية وتوفير البنية الأساسية المناسبة لها، وتنظم الإجراءات الخاصة بالبيع والشراء وكذلك وصول الطلبات الجمركية.

هذه المحاور الثلاثة إذا تكاتفت معاً، وقام كل محور بالدور المنوط به على أفضل وجه، فلن يمر الكثير حتى يصبح وطننا العربي في المراكز الأولى لسوق التجارة العالمي.

المطلب الثاني: مقومات دعم وتطوير التجارة الالكترونية العربية

يتوافر في دول المنطقة العربية الكثير من مقومات التجارة الإلكترونية والتي من شأنها أن تهيئ سبل نجاح التجارة الإلكترونية وقيامها بالدور المنوط بها¹:

1- اتساع وعمق دول العربية

تتميز الدول العربية عن سائر بقية الدول أنه يتوافر لها كل مقومات الأمة الواحدة من: وحدة الدين واللغة والتاريخ والمكان والمصالح والعادات والتقاليد. والملاحظ بوضوح وجلاء على المستوى الدولي أن معظم الدول ترتبط فيما بينها بعلاقات متعددة اقتصادية ومالية واجتماعية وثقافية ... وهي دول قد لا يتوافر فيما بينها مقومات الأمة الواحدة. لذلك فالأولى بالدول العربية أمام ذلك وهي دول تدين بدين واحد ويتوافر لها كل مقومات الأمة الواحدة أن توثق علاقاتها الاقتصادية والمالية ... وغيرها على نحو أكثر فعالية حتى يتهيأ لها أن تقوم بالدور المنشود لها في ريادة العالم.

وباستقراء واقع الدول العربية يلاحظ أنه يتوافر كل مقومات قيام السوق المالية ناجحة. فيتوافر في هذه الدول: كميات كبيرة من رؤوس الأموال القابلة للإقراض، ويتوافر فيه أيضا إمكانيات استخدام رؤوس الأموال، أي توافر الفرص الاستثمارية الكافية، كذلك يتوافر لها الحوافز الكافية لتشجيع مالكي رؤوس الأموال لتوجيهها للاستثمار في نطاق هذه الدول.

ولكن وبالرغم من توافر المقومات السابقة، فانه وللأسف الشديد لم توجد حتى اليوم سوق مالية قوية على المستوى العربي على غرار سوق العملات الأوروبية مثلا، كذلك مازالت التجارة البينية بين الدول تتم في نطاق ضيق للغاية.

وتستطيع التجارة الإلكترونية بأدواتها المتعددة أن تنشط من هذه السوق وتفعّل من دورها على نحو يحقق أهداف الدول العربية.

وأمام ما سبق يلزم اتخاذ الاجراءات اللازمة لإتاحة دراسات فرص الاستثمار في الدول العربية بجميع وسائل التجارة الإلكترونية. وإقامة مركز لتجميع المعلومات المصرفية والنقدية للدول العربية، ومركز للبحوث والدراسات المصرفية تكون فيه الدول العربية والإسلامية جميعا أعضاء وتعطى له جميع التسهيلات اللازمة التي تمكنه من تطوير السوق المالية والنقدية في البلاد العربية والإسلامية، وعمل الدراسات اللازمة لذلك واقتراح

¹ عطية عبد الواحد، تجارة الالكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها، المؤتمر الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية، 2005، ص 32-35.

التشريعات والتنظيمات المشجعة على ذلك بما فيها المعاملة التفضيلية لاستخدام الأموال العربية في الدول العربية على نطاق واسع، والعمل على التنسيق بين هياكل السياسات المالية والاستثمارية بين الدول العربية. ومما يساعد أيضا وجود الوسائل الكفيلة بضمان سرعة الاتصالات وضمان عمل الترتيبات على أساس متبادل بين الدول العربية جميعا. وفي هذا، يصبح الاختيار لتحديد الأوليات للخطوات القادمة من الأساسيات.

2-المقومات البشرية

يتوفر في معظم دول العالم العربي عنصر بشري معقول حاصل على درجات مختلفة من التعليم، ويمكن صقل هذا العنصر البشري عن طريق التدريب المستمر على كل التقنيات المتطورة اللازمة للعمل في مجال التجارة الإلكترونية.

3-المقومات الاقتصادية

بالنظر إلى السلع والخدمات التي يمكن أن تدخل مجال التجارة الإلكترونية، يلاحظ أن دول العالم العربي لديها إمكانيات كبيرة في تنوع منتجاتها وخدماتها التي تدخل التجارة الخارجية. لقد وصلت بعض الدول العربية مثل مصر في بعض الصناعات إلى المستويات العالمية وعلى الخصوص صناعة الملابس الجاهزة، والمنتجات الزراعية، والأغذية المصنعة، وتقوم بتصدير هذه المنتجات بنجاح. وفضلا عن ذلك فإن مصر تستطيع أن تدخل التجارة الإلكترونية بسعر تنافسي يكفل لها التفوق على الأسعار المنافسة نظراً لظروف الاقتصاد المصري.

وتجدر الإشارة إلى أن النجاح في إدخال سلعة معينة أو خدمة ما في مجال التجارة الإلكترونية سيكون بمثابة القاطرة للعديد من الصناعات المغذية للسلعة أو الصناعة أو الخدمة محل التجارة الخارجية.

كذلك فإن نجاح دول العالم العربي في دخول مجال التجارة الإلكترونية سيساعد في خلق فرص عمل متعددة، لاسيما في مجال البيع والتسويق كما سيساعد في خلق كوادر متميزة للتصدير للدول المحيطة بنا، حيث ينتظر ازدياد الطلب على هذه الكوادر المتميزة كنتيجة طبيعية لتطور الاحتياجات التكنولوجية لهذه الدول.

4-الرصيد الحضاري العربي والإسلامي:

من المعروف أن الجانب الأكبر من التجارة الخارجية التي تتم عبر الإنترنت إنما تنصب على مجال الخدمات.

ومن الثابت أن دول العالم العربي لديها رصيد حضاري ثرى وضخم يهيئ لها أن تحتل مكانا متميزا في هذا المضمار، لذلك فإن المجال السياحي يعد من المجالات الخصبة التي يمكن أن تحتل به دول العالم العربي مكانا هاما عبر الإنترنت، والذي يمكن أن يعود بفوائد جمة لو أحسن تسويقه عبر الإنترنت.

إن الاستثمار الحقيقي للإمكانيات السابقة سيعود بالفوائد الكثيرة على الدول العربية، بل إن نمو التجارة الخارجية سيكون عاملا حقيقيا في نهضة العالم العربي.

ولا غرو فإن نجاح دول العالم العربي في دخول مجال التجارة الإلكترونية سيحقق مزايا اقتصادية واجتماعية وسياسية.

- **فمن الناحية الاقتصادية:** فإنه يترتب على الدخول في مجال التجارة الإلكترونية خلق فرص عمل متعددة لكثير من الفئات، وفضلا عن ذلك يمكن توفير كوادر مدربة يمكن تصديرها للدول الأخرى.

- **ومن الناحية الاجتماعية:** يترتب على توفير فرص عمل متعددة المساهمة الحقيقية في حل مشكلة البطالة في دول العالم العربي، وكل ذلك من شأنه أن يحقق مزايا متعددة تتمثل في سيادة السلام الاجتماعي.

- **ومن الناحية السياسية:** فلا غرو أن مساهمة الدول العربية في مجال التجارة الإلكترونية سترتب عليه وجود هذه الدول وظهورها على المسرح التجاري الدولي بالمظهر اللائق بها والمكانة الحضارية التي تحتلها منذ قديم الزمان.

إن عصر التجارة الإلكترونية سوف يفتح أمام الدول العربية آفاقا هائلة للانطلاق بمنتجاتها المتعددة إلى الأسواق العالمية. وفي المقابل فإنه سيتاح للشركات العالمية الأخرى أن تنافس منتجات الدول العربية، وكل ذلك يحتم التطوير المستمر لهذه المنتجات حتى تصبح قادرة على الوقوف في وجه المنافسة الأجنبية.

المطلب الثالث: آليات تفعيل التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: توظيف التكنولوجيا لمعالجة معوقات الأسواق العربية المشتركة

1- معوقات الأسواق العربية المشتركة

وأبرزت اللجان العاملة والدراسات كثير من المسببات المعيقة للأسواق العربية المشتركة، ولخصتها دراسة بحثية من جامعة تلمسان الجزائرية في 8 عوامل أساسية، هي¹:

¹ علي محمد الخوري، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز التجارة العربية البينية: تسليط الضوء على اتفاقية منظمة التجارة العربية الحرة الكبرى والتجارة الإلكترونية في الوطن العربي، الاتحاد العربي للتجارة الإلكترونية، القاهرة، 2017، ص 96-97.

-غياب الشفافية والمعلومات: حول التعامل أو التبادل التجاري بين الدول الأعضاء، خاصة فيما يخص بالإفصاح عن كافة الإجراءات الإدارية والسياسات الاقتصادية المختلفة التي تشكل عنصر أساسي في عملية تنفيذ المنطقة؛

-التمييز في المعاملة الضريبية وتتلخص عملية التمييز في فرض الضريبة على السلع المستوردة تختلف نسبتها عن النسبة المفروضة على المنتج المحلي مثل ضرائب المبيعات ضريبة الاستهلاك، ضريبة الإنتاج أو ضريبة القيمة المضافة؛

-القيود غير الجمركية: ما زالت تشكل صعوبات للمستثمرين والتجار. وعلى الرغم من تخفيض التعرفة الجمركية إلى الصفر، إلا أنها لم تحقق زيادة في التدفقات التجارية نظرا لعدم التزام الدول بإزالة كافة القيود الإدارية والنقدية والكمية بجانب تحرير السلع العربية من الرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل؛

- المعالجة في طلب الاستثناءات: حيث شملت الاستثناءات التي طلبتها الدول مختلف أنواع القيود الجمركية والغير جمركية والرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل، وعدم تطبيق التخفيض التدريجي على الواردات السلعية من الدول العربية؛

-ضعف بعض المقومات أو الممكنات: وفي مقدمتها وسائل النقل البري والبحري، والاتصالات؛

-عدم تحديد قواعد المنشأ: إن التأخير الحاصل في الاتفاق على قواعد المنشأ رغم الانتهاء من صياغة الأحكام العامة لها، يترك انعكاسات سلبية على تطبيق المنطقة وبالأخص قضية الاستثناءات، الأمر الذي يتطلب الإسراع من الانتهاء من تحديد قواعد المنشأ التفصيلية تحديدا دقيقا لوقف والحد من التلاعب، حيث أن الاتفاق على قواعد منشأ تفصيلية يعتبر من السياسات التي تمارسها الدولة في إطار تشجيع الاستثمارات البينية والعمل على توظيفها توظيفا في خدمة التكامل الاقتصادي العربي.

-اعتماد أغلب الدول العربية في عملياتها التجارية على الخارج: إذ أن الصناعة العربية ضعيفة بالمقارنة مع باقي دول العالم، فهي تحصل على المنتجات الصناعية من الدول المتقدمة، وكذا تشابه صادرات الدول العربية فهي مواد أولية كالنفط والحديد، وهي منتجات يتعذر زيادة صادراتها إلى الدول العربية الأخرى؛

-غياب قطاع الخدمات في المنطقة: ورغم دعوة المجلس الاقتصادي والاجتماعي الدول العربية إلى مفاوضات لتحرير التجارة في قطاع الخدمات، إلى أنها ما زالت مقتصرة على خمسة دول هي المغرب، تونس، مصر، الأردن وموريتانيا.

بالإضافة الى أسباب أخرى نذكر منها¹:

- التباين الكبير بين التشريعات الاقتصادية في الدول العربية، خاصة في سياسة التجارة الخارجية والسياسة النقدية، واختلاف أنظمة التحويل الخارجية، إضافة الى اختلاف قوانين الاستثمار؛
- تأثير النزاعات السياسية على العلاقات التجارية، ارتباط هذه الأخيرة صعوداً ونزولاً بالخلاف السياسي بين العواصم؛

- تشابه الهياكل الاقتصادية والاجتماعية والإنتاجية في الدول العربية، والضعف النسبي للقاعدة الإنتاجية ومحدودية القدرات التصديرية؛

- ضعف آليات تمويل الاستثمارات التعاونية؛

- غياب الثقة في المنتجات العربية بسبب إهمال عنصر الجودة، ووسائل تسويق هذه المنتجات، إضافة الى غياب الدعم الحكومي لتنشيط الصادرات.

2- كيفية توظيف التكنولوجيا الذكية في معالجة الكثير من معوقات الإدارة واللوجستية: ان الآفاق التي بلغتها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الآن يمكنها توفير العديد من الحلول التي كان من الصعب بالماضي توفيرها، غير أن المستقبل سيحمل حلولاً أكثر، ومن بين هذه الحلول²:

- إمكانية إعادة هندسة كافة الإجراءات اللوجستية لتتم من خلال تطبيقات إلكترونية مؤتمتة بالكامل؛

- إمكانية الربط الإلكتروني بين الهيئات الحكومية ذات الشأن والاختصاص لإصدار شهادة المنشأ واعتماد شهادات الفحص وتأمين الشحنة؛

- إمكانية مراقبة وتأمين سلامة الشحنة طوال فترة سفرها عبر الطريق باستخدام تقنيات إنترنت الأشياء (Internet of Things)، وتقنية التشفير الرقمي بدلاً من الشمع الأحمر والرصاص المنصهر والأختام، وهي طرق تقليدية لم تعد تعطي الموثوقية المطلوبة للمنتج؛

- إمكانية إنشاء أسواق افتراضية تحقق إجراءات المزايدات والمناقصات وبدقة كبيرة وباعتماد آليات متقدمة لتعريف بالهوية والتوقيع الإلكتروني والتشفير الرقمي، وإتمام كافة المعاملات عبر هذه الآليات بما يساعد على مكافحة عمليات التزوير أو أي تدخل بشري؛

¹ عثمان مدحي، السوق العربية المشتركة و دورها في تفعيل التكامل الاقتصادي العربي، مجلة الحقيقة، المجلد 08، العدد 02، 2009، ص 342-344.

² علي محمد الخوري، مرجع سابق، ص 106.

- إمكانية تنفيذ مهام الدعم اللوجستي مثل تحصيل رسوم الجمارك والتخليص الرسمي للشحنات من خلال وسطاء معتمدين بنفس الأسواق الإلكترونية بحيث تضمن شفافية الإجراءات بشكل كامل ويمنع أي تدخل بشري، ويمكن تعزيز وميكنة هذه الإجراءات لتصبح آلية (إلكترونية بالكامل)، وهذا ما تحاول الإدارات الحديثة للموانئ العالمية وكبريات شركات الشحن والتوصيل بلوغه؛

- إمكانية تحقيق أقصى درجات التأمين والموثوقية التي تعزز معايير النزاهة والشفافية والمنافسة الحرة لحكومة الأسواق ومكافحة الاحتكار؛

- تعزيز ميزة الأنشطة المؤتمنة واستخراج تقارير دقيقة وآنية وبأقل تكلفة لدعم اتخاذ القرار الاقتصادي والاستثماري والسياسي بدقة أكبر.

الفرع الثاني: استنتاج لحجم الفرصة التجارية المتاحة للتجارة الالكترونية

من الواضح أن التجارة الالكترونية، لو تم استغلالها بالطريقة المثلى، فإنها ستعود على الاقتصادي الوطني بالفائدة لاسيما من ناحية القيمة المضافة، كونها تسهل عملية خلق فرص الشغل، دون اللجوء إلى التنفيذ المادي واللوجستي كما هو عليه الوضع في التجارة التقليدية.

بناءً عليه فإن ستسمح هذه التجارة بتوفير مساحة عمل افتراضية لعدد لا بأس به من الأشخاص الراغبين في ممارسة التجارة غير الحائزين على محل فعلي للقيام بذلك ما عدا سكناتهم، وللإشارة فقط يقع على التاجر الذي لا يملك محلاً تجارياً أن يضع عنوانه الشخصي كبديل لذلك من أجل تحقيق الضمان في المعاملات التجارية. كما يسمح هذا النوع من التجارة لبعض التجار وحتى الحرفيين من التسويق لمنتجاتهم بطريقة سريعة وسهلة ودون أعباء اقتصادية، خاصة للأشخاص الذين هم في بداية مساهمهم التجاري، إذ أن ذلك يجنبهم تكاليف مالية كبيرة، ومعدات مادية.

علاوةً عما سبق فإن التجارة الالكترونية، تمكن الأشخاص الساكنين في بعض المناطق النائية من التسويق لمنتجاتهم من أماكن إقامتهم، دون الحاجة للتنقل بصفة شخصية، ونفس الأمر بالنسبة للمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة.

إن المنتظر من التجارة الالكترونية يتعدى مفهوم الاقتصاد في المعطيات التقليدية للربح، حيث أن المرجو منها تقريب الشبكة الاقتصادية العلمية وربطها وذلك ما يعود على الاقتصاد الوطني والعالمي بالفائدة المتبادلة¹.
ويقدر حجم الأسواق العربية الحالية انها تصل إلى 450 مليون نسمة، ومتوقع أن ينمو إلى أكثر من 600 مليون نسمة في 2030، وهو يمثل أكثر الكتل السكانية سرعة بالنمو في العالم.

هذا الحجم الضخم يمكنه توفير الجدوى الاقتصادية لأي صناعة متطورة كثيفة بشرط توفر الجودة والسعر المناسب، في ظل اتفاقية التجارة العربية الحرة باعتبارها أداة ممكنة للتصدير للأقطار العربية الأخرى.
وذلك يدفع بإمكانية التكامل التصنيعي بين الدول العربية المختلفة، والذي من شأنه أن يدعم المنتجات الاستراتيجية من شبكات التوريد الضخمة والكبيرة لإنجازها مثل السيارات التي تتكون بالعادة من 20 ألف جزء صغير وهو ما لا يمكن لمستثمر واحد أو دولة بمفردها تأمينه وحدها، وهو ما يبرز أهمية التكامل الاقتصادي العربي المفترض تطبيقه بموجب الاتفاقية العربية الحرة.

اتساع الرقعة العربية وتنوع الموارد والتنوع البيئي يضمن توافر أي متطلبات استثمارية متكاملة. فهناك فرصة استثمارية حقيقية للاستثمار في إنتاج مواد صناعية وزراعية وخدمية تفوق التريلون دولار يضاف إلى التريلون الحالي خلال العشر سنوات المقبلة، ليمت إضافتها لحجم الاقتصاد العربي والتجارة العربية.
وإلا فالبديل هو الاستيراد، وهو ما سيخفض الخلل في موازين التجارة وأداء الموازنة المالية وسعر تحويل العملات الأجنبية والذي ينعكس سلباً على استقرار الدول العربية ورضا شعوبها.

الفرصة المتاحة للتجارة الإلكترونية وفقاً للتوقعات الدولية بنهاية الفترة الاستراتيجية والتي تقدر حجم التجارة الإلكترونية بالثلث من حجم التجارة العالمية يعني أن الوصول لحجم تجارة إلكترونية يقدر بـ 600 مليار دولار أمر ممكن خلال العشر سنوات المقبلة².

الفرع الثالث: اقتراح تعديلات لدعم الأسواق الالكترونية العربية المشتركة

ذكرنا أن التجارة الإلكترونية العربية لا تحتاج اتفاقيات جديدة خاصة لتنشعش، إذ أن اتفاقية التجارة العربية الحرة تكفي من أجل هذا الغرض، ولكنها تحتاج لإضافة بعض الفقرات التي تضم داخلها آليات التجارة الإلكترونية. ومن أهم هذه الإضافات¹:

¹ إبراهيم زروكي، كامل عبد السلام، التجارة الالكترونية في الجزائر، فرص التشغيل والمردود، مجلة الإنترنت TRANS للدراسات الثقافية، ألمانيا،

2023/05/13، <https://www.inst.at/trans>

² علي محمد الخوري، مرجع سبق ذكره، ص 107.

- تكليف إدارة حكومية بكل دولة عربية أو إنشاء إدارة متخصصة معنية بشؤون منطقة التجارة الحرة لتكون ممثلاً لها بكافة التعاملات مع اللجنة أو الجهة المعنية؛
- تطوير بوابة إلكترونية خاصة بالاتفاقية وبيان الحد الأدنى من مكوناته والجهة المسؤولة عن إدارته وتحديثه وتزويده بالبيانات تفاعلية، والتي ينبغي أن تكون جهة تابعة للجامعة العربية؛
- إيضاح أي متطلبات خاصة بـ "علامة الثقة" الخاصة بالتجارة الإلكترونية "eTrust Mark" وخاصة من المتاجر الإلكترونية متعددة الأغراض؛
- تطوير وتضمين شروط اعتماد التوقيع الإلكتروني؛
- تحديد المعاملات الجائز تمريرها إلكترونياً؛
- آليات الاعتراف المتبادل من الدول العربية بالموافقات الحكومية التي تصدر بالصيغة الإلكترونية؛
- الحث على إمكانية إجراءات الشحن والتخليص الجمركي وعبور الحدود ورقابة الحركة والتي توفر مزيداً من مقومات الأمن واستيعاب الميزات التي توفرها تكنولوجيا إنترنت الأشياء (Inter net of Things)، إذ كلما وثقت السلطات في عبور هذه الشاحنات وأمنت حركتها، كلما كان هذا دافعا لمزيد من التحركات التجارية الواسعة ونقل البضائع بحرية.
- بالإضافة الى اقتراحات أخرى تتمثل في²:
- توازي العمل في نشر التجارة الالكترونية مع تحسين خدمات النقل والشحن لتسهيل حركة البضائع ما بين البلدان العربية؛
- تبني تشريعات موحدة لحماية حقوق المستهلكين والمنتجين وإرسال آليات فض المنازعات؛
- إقامة اسم نطاق عربي عالي المستوى؛
- تكثيف الجهود المشتركة بين البلاد العربية من أجل توطيد اللغة العربية والسعي الى إقامة مواقع على الانترنت لإتاحة المجال أمام قطاع الأعمال العربي لاستخدام المعلومات في اتخاذ قراراتها وتنفيذ أعمالها.

الفرع الرابع: أساليب تفعيل التجارة الالكترونية العربية

- قصد النهوض بالتجارة الالكترونية في الدول العربية وتنميتها لا بد من التركيز على ثلاث محاور أساسية تتمثل فيما يلي¹:

¹ المرجع نفسه، ص 108.

² فريد كورتال، التجارة الالكترونية في الوطن العربي . . واقع سيبقى أم موجة ستنتهي؟، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 03، ماي 2011، ص 97-98.

أولاً: المحور الأول: هو تنمية الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية أو ما يمكن أن نطلق عليه نمو إدراك عام لدى صانع القرار والقطاع الخاص بأهمية التجارة الإلكترونية بحيث لا يتم التعامل معها باعتبارها خياراً ترقياً بقدر ما تعد أمراً ضرورياً، ويرتبط بذلك العمل على تنمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وتنمية القدرات البشرية اللازمة للدخول في هذا المجال.

ثانياً: المحور الثاني: يتمثل في العمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية خاصة في مجال الاتصالات.

ثالثاً: المحور الثالث: يتعلق بتنمية البيئة التشريعية والقانونية الخاصة بتنظيم وتسهيل ممارسة التجارة الإلكترونية بشكل منظم.

وفي إطار المحاور الثلاثة السابقة يمكن تحديد عدد من المداخل لتنمية التجارة الإلكترونية في الدول العربية²:

1- الإدراك ونشر الوعي بين مجتمع الأعمال: يأتي اقتناع صانع القرار الاقتصادي بأهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي سيلعبه هذا النمط الجديد من التجارة في مستقبل الاقتصاد العالمي والاقتصاديات النامية، والآثار السلبية التي يمكن أن تقع على تلك الاقتصاديات في حالة إذا ما تأخرت في تطبيق وتنمية استراتيجيات فاعلة لتنمية التجارة الإلكترونية وتوظيفها لخدمة قضية التصدير باعتبارها إحدى القضايا الرئيسية بالنسبة لتلك الاقتصاديات بمثابة الشرط الضروري لانطلاق التجارة الإلكترونية، ويجب أن ينطلق هذا الإدراك من حقائق محددة يأتي في مقدمتها التعاون مع التجارة الإلكترونية باعتبارها ليست خياراً ترفياً بقدر ما أصبحت فرضاً وأن التأخر في تطبيق استراتيجيات التجارة الإلكترونية يحمل ليس فقط خطر المزيد من التهميش الاقتصادي، ولكن أيضاً المزيد من التدهور الاقتصادي بسبب احتمالات تراجع نصيب تلك الاقتصاديات من التجارة الدولية وتفاقم العجز في موازين المدفوعات في ضوء التسهيلات التي تقدمها التجارة الإلكترونية للواردات.

2- تطوير التجهيزات الأساسية التعزيزية: ينبغي للدول العربية أن تطور التجهيزات الأساسية التي تكون شرطاً أساسياً للقيام بعمليات التجارة الإلكترونية وتشمل هذه عناصر تلك التجهيزات القانونية والتنظيمية لدعم المعاملات الإلكترونية، والتجهيزات الأساسية الأمنية التي تشكل إلى جانب التجهيزات الأساسية القانونية الأساس

¹ كلاش إيمان، حاوش سلاف، التجارة الإلكترونية وافاق تطورها في الدول العربية: دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر والمغرب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم لاقصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة يحي فارس، المدينة، 2017، ص 81.

² المرجع نفسه، ص 81-83.

لإيجاد الثقة في التجارة الإلكترونية، وتلك العناصر من التجهيزات الأساسية لخدمات الاتصالات التي تعد بالغة الأهمية للقيام بالتجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية ، مدفوعات التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية (B2B) التي ستمكن من القيام بالمزيد من التجارة الإلكترونية التي تتسم بالكفاءة والفاعلية وفي هذا الشأن لابد للدول العربية من:

أ- الاهتمام بخدمات الاتصالات وذلك من خلال ما يلي:

-تحرير سوق خدمات على نحو مقيد: ستمثل المنافسة بين مقدمي خدمات الإنترنت حافزا رئيسيا لنمو استخدام الإنترنت في الدول العربية، من جهة أخرى، شأنه كذلك أن يمضي شوطا بعيدا في نمو تغلغل وانتشار خدمات الإنترنت وتبني التجارة الإلكترونية.

-تحسين توفر التجهيزات الأساسية لخدمات الاتصالات: على الرغم من توفر كافة التجهيزات الأساسية ذات الصلة بخدمات الاتصالات في كافة التجهيزات الأساسية ذات الصلة بخدمات الاتصالات في كافة الدول العربية عموما، غير أن مستوى توفرها وتكاليفها قضايا ينبغي تناولها.

ب-المدفوعات الالكترونية للتجارة الالكترونية بين القطاعات التجارية: اعتبرت مهمة تسهيل الدفعات الالكترونية الآمنة للتجارة الالكترونية عن طريق الانترنت بين القطاعات التجارية متطلبا رئيسيا آخر لنمو التجارة الالكترونية في المنطقة وقد استخدم العديد من النماذج دوليا لتسهيل الموضوعات بالاتصال المباشر بين القطاعات التجارية، وهو الخيار الذي اعتمد على مستوى الثقة بين المشتريين والبائعين المشتركين.

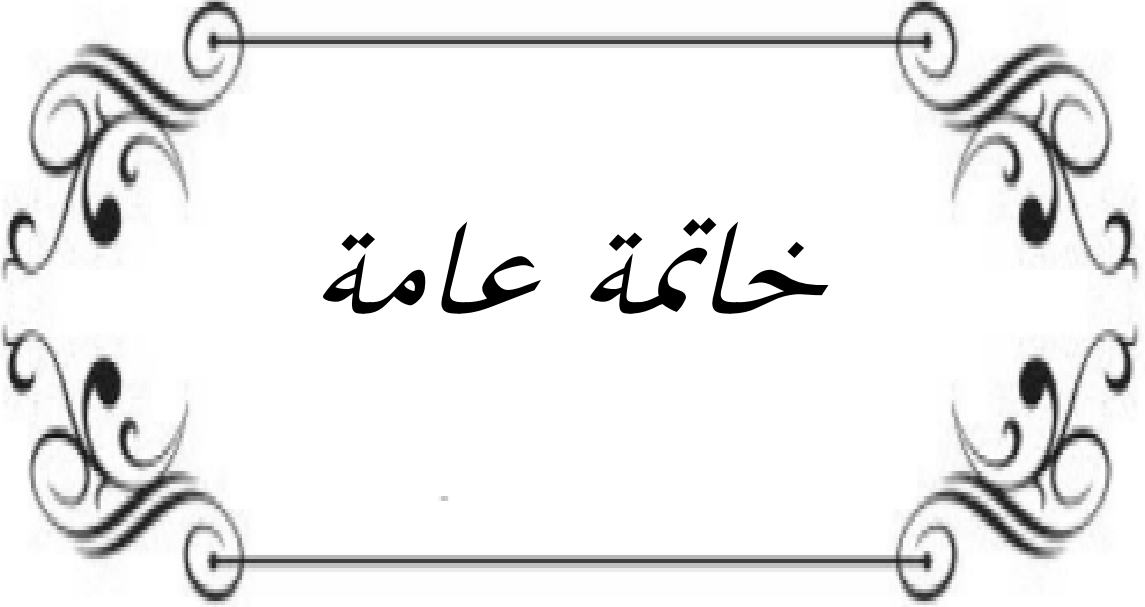
ت-صناعة البرمجيات العربية ويتطلب تشجيع التجارة الالكترونية في الدول العربية توفير برمجيات تتناسب مع متطلبات السوق العربية، لذا لا بد من وضع سياسات مناسبة لتشجيع صناعة البرمجيات في الدول العربية وذلك بتسليط الانتباه على هذا القطاع الاقتصادي الهام وتشجيع رجال الأعمال العرب على الاستثمار فيه.

3-تنمية وتشجيع الصناعات الصغيرة والمتوسطة للتحويل للاتصال المباشر: تمثل الصناعات الصغيرة والمتوسطة إحدى القطاعات الرئيسية التي يتوقع أن تلعب دورا محوريا في دفع التجارة الإلكترونية بالنظر إلى الفرص الواسعة التي تقدمها تلك التجارة لهذه الصناعات من الترويج والتسويق والنفاذ إلى الأسواق العالمية بتكلفة أقل بالقياس إلى الوسائل التقليدية التي إحدى معوقات التوجه التصديرية لتلك الصناعات، كما يوفر العدد الكبير للمنشآت الإنتاجية الصغيرة والمتوسطة الحجم خاصة داخل قطاع الصناعة التحويلية، فرصة كبيرة لتوظيف وتعظيم إمكانات

الاستفادة من التجارة الإلكترونية الأمر الذي يجعل تنمية هذه الصناعات إحدى المحاور الرئيسية لتنشيط التجارة الإلكترونية سواء على مستوى السوق المحلية أو الخارجية.

خلاصة الفصل

يتضح لنا من خلال الفصل ان التجارة الالكترونية تمثل اليوم الحل الأمثل للنهوض بالاقتصاديات العربية لأنها تدعم بناء هياكل تجارية لا تعتبر بالحدود، وتعمل بأنظمة أكثر كفاءة وفعالية وقدرات تنافسية اعلى من شأنها ان تساهم في ضخ المزيد من السيولة والاستثمارات في الأسواق العربية بل وتعد بفرص تنموية وعوائد ضخمة لن تتأتى بالطرق التجارية التقليدية، وقد بدأت بعض الدول العربية تخطو خطوات مهمة رغم تواضعها لكن لم يرقى بعد الى ذلك المستوى الذي يمكن فيه اعتبارها تقنية قانونية متطورة للتجارة، وبالرغم من وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول العربية في سبيل الإفادة من التجارة الالكترونية، الا ان هناك امل كبير في تخطي هذه العقبات والحقا بركب الدول الأخرى في هذا المجال.



خاتمة عامة

الخاتمة

لا بد من القول أن الحقيقة التي بدأت تتضح كواقع ملموس وحتمي في اقتصاديات بلدان العالم التي دخلت عصر التجارة الإلكترونية، وهي أن مستقبل التجارة الإلكترونية سواء في البنوك أو في التبادلات التجارية، أصبح واقعاً يتطلب منا مناقشة مستلزمات نجاحه ومقومات ديمومته، وذلك من خلال الاستفادة من التجارب الدول التي دخلت وممارسات هذا النوع من التجارة بالإضافة إلى التخلص من المعوقات.

يرى الكثير من المحللين الاقتصاديين إنه لا من التصدي للكساد الاقتصادي العالمي ، وذلك من دعم المشاريع التقنية عبر الإنترنت، وتشجيع القطاع التكنولوجي من خلال استخدام التقنيات الإلكترونية والبرمجيات المتطورة وبغض النظر عما يشهده العالم من التدهور والانحيار وخاصة في قطاع اقتصاديات الإنترنت في السنوات الأخيرة فقد اجمع كثير من المحللين في مجال المال والأعمال على ضرورة الإقدام على خطوات عملية على أرض الواقع، حيث اجتمع بعض من هؤلاء الخبراء في منتدى "فوربيستر" بولاية بوسطن للنظر في هذا الموضوع**. أكد توماس ستيمبيرج رئيس المؤسسة إن الدراسات التسويقية على ضرورة استخدام التقنيات الحديثة والمتطورة في العمليات التجارية لأنها ستزيد من قنوات التوزيع التجاري، وتحسن فاعلية التشغيل في كافة القطاعات التجارية.

نتائج

1. تعتبر التجارة الإلكترونية عملية بيع وشراء عبر الانترنت وتؤثر إيجابيا على الاقتصاد الإنتاجية والتنافسية وهي تقوم على دعائم تكمن في تهيئة بنية تحتية تقنية وتشريعية ومالية وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
2. تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة أساسية في مختلف أنحاء العالم .
3. تؤثر التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية لمعظم دول العالم لان جوهر التجارة الإلكترونية والذي يتجاوز الجغرافية من خلال الانترنت ، يلعب دورا بارزا في زيادة صادرات تلك الدول .

4. تعد التجارة الالكترونية البديل الحديث لغزو الأسواق الخارجية ذلك لأن أقل تكلفة ومخاطرة وأسرع من حيث الوقت، مقارنة بالوسائل التقليدية الأكثر تكلفة والأشد مخاطرة وتحتاج الى وقت أطول قد يمتد الى سنوات. وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية.
5. تواجه أغلب الدول العربية بعض العقبات والتحديات في سبيل استخدامها للتجارة الالكترونية ومنها عوائق تقنية وتكنولوجية، إضافة الى العقبات القانونية لمشكلات الدفع التقنية والمواقع الوهمية، لكن هذا لا ينفي النجاحات التي حققتها بعض الدول العربية كالإمارات والكويت ودول الخليج عموماً حيث حققت ترتيباً متقدماً مقارنة بالدول الاوربية وامريكا، وهو يثبت صحة الفرضية الثالثة.
6. التوجه بقوة لدعم التجارة الالكترونية العربية يعني بالضرورة تطوير بنية تحتية معلوماتية وسيعني تبادلاً أعلى للمعلومات الاقتصادية والتجارية والفنية.
7. العمل على تفعيل التجارة الالكترونية البينية في الدول العربية من أجل سد الفجوة الرقمية بين الدول العربية وتحسين المعدل العربي لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات .

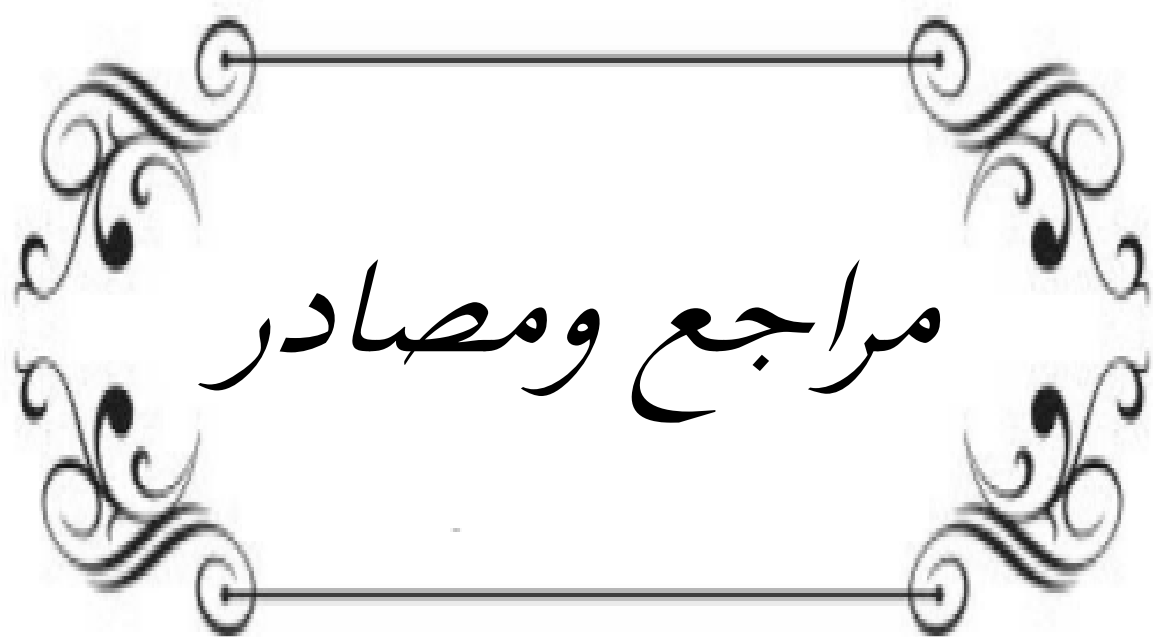
توصيات

- تلبية المتطلبات الأساسية للتنمية التكنولوجية، والتنسيق بين الجهات المختلفة المعنية بالتنمية التكنولوجية .
- ضبط الإطار التشريعي ويتمثل في تعديل القوانين المتعلقة بالتجارة بما يتماشى مع طبيعة التجارة الإلكترونية وأساليب تكوين العقود الإلكترونية .
- دعم مجال البحث والتطوير وإنشاء رابطة بين المؤسسات العلمية والمراكز البحثية وحاجات المجتمع وإعطاء أهمية لأصحاب براءات الاختراع.
- توفير البنية التحتية للتجارة الالكترونية العربية.
- توفير المقومات التشريعية اللازمة لتسهيل حرية التجارة الالكترونية.
- تدريب الكوادر البشرية لتنظيم الاعمال الالكترونية

آفاق الدراسة :

يعتبر موضوع التجارة الالكترونية في الدول العربية له أبعاد كثيرة فبرغم من محاولتنا التطرق جوانب كثيرة، إلا أنه تبقى آفاق مقترحة منها :

1. دراسة سلوك العميل الالكتروني والتعرف على كيفية التأثير عليه.
2. أنظمة الدفع ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية .
3. دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة.



قائمة المراجع والمصادر

1. الكتب

- عطالله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- جميل محمد خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.
- محمد نجيب حمادي الجوعاني، ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
- بن أحمد الحاج، قانون التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، 2016.
- هاني وجيه العطار، التجارة الالكترونية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- عبد الصبور عبد القوي علي المصري، التجارة الالكترونية والقانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2010.
- باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهومها، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الاردن، 2010.
- مجدي أحمد السيد الجعبري، وليد ناجي الحياي، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، 2017.
- على الزعبي، احمد صالح النصر، التسويق الالكتروني في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2019.
- شاهين محمد عبد الله، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر والترجمة، مصر، 2017.
- عبد الصبور عبد القوي علي مصري، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية، ط 1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2012.
- محمد عمر الشويريف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الاردن، 2013.

- رضا صاحب أبو حمد، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوضعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الاردن، 2006.

2. مجلات

- عمر عبد الله محمد وآخرون، قياس وتحليل أثر مؤشر الاداء اللوجستي في التجارة الخارجية العالمية لبلدان مختارة، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 13، العدد 40، 2021
- مديحة بن زكري بن علوم، شيبان نصيرة، دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الدولية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الرابع، العدد الثالث، سبتمبر 2019.
- سعد صالح عيسى الجبوري، علي فارس مانع العزاوي، تحليل أثر التغير في اسعار الدولار على التجارة الخارجية للعراق للمدة (2005-2015)، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 03، العدد 39، 2017.
- بن عبد العزيز سفيان، مجاهد سيد أحمد، ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات - زراعة التمور نموذجاً-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد الرابع، 2013.
- جعيجع نبيلة، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018.
- حفيف فوزية، حفيفي صليحة، التجارة الالكترونية في الدول العربية - تحديات الواقع وآفاق المستقبل، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.
- حياة بن سماعين، وسيلة السبتي، التجارة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة نموذجاً، مجلة مخبر مالية، بنوك وادارة اعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

- بوجادي صليحة، التجارة الالكترونية - دراسة مفاهيمية، مجلة النيبان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 01، 2018.
- نعيمة يحياوي، مريم يوسف، التجارة الالكترونية وآثارها على اقتصاديات الاعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، جوان 2017.
- جمال جاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، الإمارة العربية المتحدة، 2021.
- قبيو اسمهان، واقع التجارة الالكترونية العربية وآفاقها المستقبلية، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، المجلد 12، العدد 02، 2015.
- عز الدين بوحبل، التجارة العربية البينية بين المعطيات الإقليمية والاملاءات الدولية، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01.
- تقي عبد السلام، مستقبل التجارة العربية البينية في ظل قيام منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 28، 2011.
- شعبان فرج، التجارة العربية البينية: التحديات وسبل التطوير، مجلة المعارف، السنة الثالثة، العدد 05.
- مدحي عثمان، السوق العربية المشتركة ودورها في تفعيل التكامل الاقتصادي العربي، 9+9+8
- بطاهر بختة، عادالة عجال، الملتقى الدولي حول تنمية وتطوير المناطق الحدودية: واقع وآفاق تحت شعار التكتل والتكامل المشترك بالمناطق الحدودية بين مقومات الانطلاق وعراقيل التفعيل ليومي 05 و06 نوفمبر 2018، جامعة سوق أهراس.
- حساني عمر، انعكاسات تطبيق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى على حجم التجارة العربية البينية: التطورات، المشاكل والحلول، مجلة المالبة والأسواق، المجلد 9، العدد 01، 2019.
- لطرش رندة، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الوطن العربي، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي الموسوم ب: صناعة المستقبل في السياسات العربية: نحو تفعيل لدور الدراسات المستقبلية، 08 و09 ديسمبر 2018، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.

- حسان طاهر شريف وآخرون، متطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، المجلد 03، العدد 03، 2020.
- عطية عبد الواحد، تجارة الالكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها، المؤتمر الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية، 2005.
- علي محمد الخوري، التجارة الالكترونية ودورها في تعزيز التجارة العربية البينية: تسليط الضوء على اتفاقية منظمة التجارة العربية الحرة الكبرى والتجارة الإلكترونية في الوطن العربي، الاتحاد العربي للتجارة الالكترونية، القاهرة، 2017.
- عثمان مدحي، السوق العربية المشتركة ودورها في تفعيل التكامل الاقتصادي العربي، مجلة الحقيقة، المجلد 08، العدد 02، 2009.
- فريد كورتل، التجارة الالكترونية في الوطن العربي. واقع سيقى أم موجة ستنتهي؟، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 03، ماي 2011.

3. مذكرات

- خروبي حسام الدين، أثر تحرير التجارة الدولية في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال فترة 1990-2017، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2018/2017.
- لامية زايدى، زهية حميدوش، التجارة الالكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية: دراسة الجزائر - السعودية خلال الفترة 2010-2021، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوعرييج، 2021/2020 .
- غرزولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية: دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسطيف، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة فرحات عباس، سطيف 01، 2018/2017.

- زيدان بدر البدور، واقع التجار الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة: الجزائر-مصر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تجارة دولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.
- وسام عمرون، دور التجارة الالكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية: دراسة حالة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2017/2016.
- بلقاسم طراد، التجارة العربية البينية ودورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي: دراسة حالة دول مجلس التعاون الخليجي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.
- حساني عمر، واقع وآفاق التبادل التجاري الجزائري مع دول منطقة التجارة الحرة الكبرى في ظل الازمة المالية العالمية 2008، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021/2020.
- كلاش ايمان، حاوش سلاف، التجارة الالكترونية وافاق تطورها في الدول العربية: دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر والمغرب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم لاقصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة يحي فارس، المدينة، 2017.

4. المواقع الإلكترونية

- التجارة الإلكترونية. الأسواق العشر الأكبر في العالم، <https://www.argaam.com>، 2023/04/15، 10:02.
- عبد القادر كاملي، الانترنت في الدول العربية، <https://www.aljazeera.net>، 15/04/2023، 9:28.
- إبراهيم زروكي، كامل عبد السلام، التجارة الالكترونية في الجزائر، فرص التشغيل والمردود، مجلة الإنترنت TRANS للدراسات الثقافية، ألمانيا، <https://www.inst.at/trans/>، 13/05/2023.

5. المصادر

- حياة بن سماعين، وسيلة السبتي، التجارة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة نموذجاً، مجلة مخبر مالية، بنوك وإدارة اعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- البنك الدولي، <https://www.albankaldawli.org/>
- جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، الامارات العربية المتحدة، 2021،
- unctad b2c e-commerce index 2019, <https://unctad.org>.
- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربية لسنة 2016.
- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربية لسنة 2021.