



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
Université Echahid Hamma Lakhdar - El-Oued



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
Université Echahid Hamma Lakhdar - El-Oued

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية

الاستاذ المشرف:

* د. عبد الكامل بالحبيب

من إعداد الطلبة :

*حميتي محمد الامين

*معطاء الله اسماعيل

*جروني السايح

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/18

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د/ بوصييع صالح رحيمة أستاذة بجامعة الوادي (رئيسا)

د / بالحبيب عبد الكامل / أستاذ بجامعة الوادي (مشرفا)

أ/ عقبة خضير / أستاذ بجامعة الوادي (مناقشا)

السنة الجامعية 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم تجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية

الاستاذ المشرف:

* د. عبد الكامل بالحبيب

من إعداد الطلبة :

*حميتي محمد الامين

*معطاء الله اسماعيل

*جروني السايح

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/18

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د/ بوصييع صالح رحيمة أستاذة بجامعة الوادي (رئيسا)

د / بالحبيب عبد الكامل / أستاذ بجامعة الوادي (مشرفا)

أ/عقبة خضير / أستاذ بجامعة الوادي (مناقشا)

السنة الجامعية 2018 / 2019

شكر

قال الله تعالى: (ولئن شكرتم لأزيدنكم)

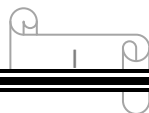
الحمد لله الذي به تتم الصالحات ، الحمد لله الذي هدانا الى طريق أنار العلم والمعرفة وأخرجنا من الظلمات الى النور، وصلى الله وسلم على سيدنا محمد وآله وصحابه والتابعين بإحسان الى يوم الدين الشكر والحمد الكثير أوله وآخره الى الله العلي القدير الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع الذي نأمل أن يكون ثمره جهود مبدولة لاكتتابات منقولة.

نتقدم بالشكر والامتنان وفائق الاحترام والتقدير الى كل ما ساعدنا في هذا الانجاز ونخص بالذكر الدكتور: بالحبيب عبد الكامل بتقديمه لنا النصائح والإرشادات الصائبة وكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و التسيير وخاصة السيد رئيس القسم الدكتور عياشي عبد الله. وكذا نتقدم بالشكر الخاص لعمال مكتبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالوادي، ولا ننسى أولى الفضل علينا كل الأساتذة الذين أشرفوا على تدريسينا طيلة الأعوام الدراسية من التعليم الابتدائي الى التعليم العالي والبحث العلمي.

والى كل أستاذة وطلبة قسم العلوم التجارية فرع مالية و تجارة دولية دفعة 2019

-جزاكم الله عنا خير الجزاء-

محمد الأمين - اسماعيل - السايح.



إهداء

يقول الامام الشافعي

تغرب عن الاوطان في طلب العلا
تفرج هم ، واكتساب معيشة
وسافر ففي الاسفار خمس فوائد
وعلم و آداب وصحبة ماجد

أهدي ثمرة عملي

الى نبع الحنان والحياة الى من قال عنها الرسول - صلى الله عليه وسلم - : (امك ... امك ... امك)

أمي العزيزة * العطرة *

الى من أحيا بحبه وسخر حياته من أجل سعادتني وبلوغي هذا المقام

أبي الحنون * ابراهيم *

الى من لم تبخلني يوما بكلمة طيبة ونصيحة نافعة اطال الله في عمرها

جدتي * سعيدة *

الى كل افراد العائلة الكبيرة كل واحد باسمه

الى العائلة الصغيرة: زوجتي * وفاء * ، ابنائي محمد مصطفى ومعتز بالدين الله ومعتصم بالله

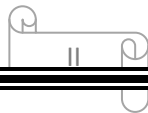
الذين صبروا معي هذا العام

الى كل افراد الشرطة العاملين بأمن دائرة تماسين والذين ساعدوني من قريب او من بعيد

الى من قاسمني هذا العمل المتواضع الطالبين إسماعيل و السايح

الى كل طلبة السنة الثانية ماستر مالية و تجارة دولية دفعة 2019

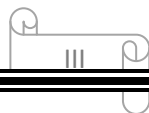
حميتي محمد الأمين



إهداء

بعد التحية و السلام اهدي العمل المتواضع إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة
حب إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد
لي طريق العلم الى القلب الكبير أبي العزيز
إلى من أرضعتني الحب و الحنان إلى رمز الحب و بلسم الشفاء إلى القلب الناصع
بالبياض أمي الغالية
إلى القلوب الطاهرة و الرقيقة و النفوس البريئة رياحين حياتي إخوتي أهدي هذا العمل
المتواضع الى الذين تقاسموا معي عبئ الحياة وأدخل على قلوبهم شيئاً من السعادة
كما أهدي ثمرة جهدي الى أستاذي العزيز (عبد الكامل بالحبيب) وكل أساتذة
فرع العلوم التجارية و كل أساتذة الكلية

جروني السايح



إهداء

أهدي ثمرة جهدي الى تاج رأسي الوالدين الكريمين
أمي وأبي
إلى العائلة الصغيرة الكريمة وإلى العائلة الكبيرة بدون
استثناء إلى جميع الاصدقاء و الزملاء في كل المسار
الدراسي والعملي
إلى كل محبي العلم في الجامعة

معطاء الله اسماعيل

تهدف دراستنا هذه إلى إبراز دور التجارة الإلكترونية في تعزيز حرية التجارة الخارجية عبر الدول، وإضافة قوة استجابة للعلاقة التجارية من استيراد وتصدير للسلع و الخدمات وحركة رؤوس الاموال في عالم تربطه العولمة في ميدان التكنولوجيا و الاتصالات، وذلك من خلال تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، إضافة إلى ذلك الدور الذي تلعبه المنظمات العالمية لاهتمامها بهذه التجارة عبر العالم وسن قوانين موحدة ومنظمة للسير المثالي في كافة دول العالم و تطبيقها بصورة منظمة على جميع الدول المشاركة في هذه التجارة، هذا ما أعطى القيمة للتبادل التجاري بهذه الطريقة.

وبغية الامام بمختلف جوانب الموضوع وتحليل ابعاده اعتمدنا المنهج الوصفي والتحليلي والاحصائي الذي استخدمناه سرد وصفي للتجارة الالكترونية وعلاقتها بالمنظمة العالمية للتجارة و التشريعات المنظمة لها وكذا وسرد وصفي وإحصائي لدور التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة الخارجية.

وقد تم الاستعانة في هذه الدراسة بمختلف التقارير والإحصائيات الصادرة من مختلف الهيئات الدولية المتخصصة في هذا المجال، ومع وجود النتائج من خلال الدراسات و المخططات لتطور التجارة الالكترونية في معظم دول العالم و النتائج المحققة بعد العمل بها خاصة الدول المتقدمة التي ظهرت نتائجها الايجابية، هذا ما يعطي مؤشرا ايجابيا لتبني هذه الاخيرة في تقنية دول العالم بما فيها الدول ضعيفة الاقتصاد و الدول النامية عبر العالم.

وقد خلصت الدراسة المجموعة من النتائج وهي:

1_ التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، للإيجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانت مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

2_ للتجارة الإلكترونية عدة شروط يجب توفرها لخلق بيئة يمكن ممارستها فيها بكل سهولة ويسر وتمثل في القوانين والتشريعات التي تنظمها وكذلك توفير بنية تحتية تكنولوجية وخاصة توفير الانترنت وأيضاً كوادر بشرية التي لها الخبرة في هذا المجال.

3_ إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشأ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة كما تساعد الأفراد على خيار أجود المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذا النوع من التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.

4_ حققت بعض الدول على غرار الولايات المتحدة الأمريكية والصين واليابان معدلات قياسية وترتيب متقدم في توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

5_ ثمة ثورة تنتشر بوتيرة متوسطة في العالم في مجال التجارة الإلكترونية، فقد عرفت بعض المبادرات الرامية إلى الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الإلكترونية وتسريع عملية تبني تطبيقاتها.

6_ يختلف مفهوم تحرير التجارة الخارجية بين الأفراد والمفكرين وكذا المؤسسات الدولية وهذا راجع الى عدة اسباب و الدوافع.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، التجارة الخارجية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، النمو الاقتصادي

Abstract:

This study aims at highlighting the role of e-commerce in promoting the freedom of foreign trade across countries, adding a strong response to the trade relationship of importing and exporting goods and services and capital movement in a globalized world in the field of technology and communications through the development of ICT infrastructure , In addition to the role played by international organizations for their interest in this trade across the world and the enactment of uniform laws and organization of the ideal march in all countries of the world and applied systematically to all countries participating in this trade, which gave the value of trade This method.

In order to understand the various aspects of the subject and analyze its dimensions, we adopted the descriptive, analytical and statistical approach used by the descriptive narrative of electronic commerce and its relationship with the World Organization for Trade and its regulating legislations as well as a descriptive and statistical account of the role of electronic commerce in promoting the freedom of foreign trade.

The study has been used in various reports and statistics issued by various international bodies specialized in this field, and with the results through studies and plans for the development of electronic commerce in most countries of the world and the results achieved after the work, especially developed countries that have emerged positive results, Which gives a positive indication of the adoption of the latter in the technology of the world, including weak countries of the economy and developing countries across the world.

The study concluded the set of results:

1- E-commerce is a modern business approach that relies on information and communication technologies, especially the Internet, to accomplish all transactions related to the conduct of transactions between multiple parties, whether institutions or bodies

Government or individuals , where the classification of this trade is determined by the relationship between these parties.

2-E-commerce Several conditions must be provided to create an environment that can be practiced in it easily and easily; The laws and legislations that it organizes, as well as the provision of technological infrastructure, especially the provision of the Internet, as well as people with experience in this field.

3-The interaction of e-commerce requires mutual acceptance of advantages and burdens. It creates value by assisting enterprises without regard to their size to access the world markets in less time and cost. It also helps individuals to choose the best products and the cheapest prices. However, this type of trade imposes burdens, risks and disadvantages. Must be eliminated.

4-Some countries such as the United States, China and Japan have achieved standard rates and advanced arrangements in providing an ICT infrastructure.

5_ There is a medium-sized revolution in the world in the field of e-commerce. Some initiatives have been known to optimize the use of e-commerce technologies and accelerate the adoption of their applications.

6-The concept of liberalizing foreign trade differs between individuals and thinkers as well as international institutions. This is due to several reasons and motives

Keywords: e-commerce, foreign trade, information and communication technology, Economic Growth.

قائمة الجداول و الاشكال

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الفصل _ رقم الجدول
63	البلدان العشرة الأولى من حصة التجارة الإلكترونية % من الناتج المحلي الإجمالي	الفصل 2 _ الجدول 1

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الفصل _ رقم الشكل
04	مجالات وأبعاد التجارة الإلكترونية	الفصل 1 _ الشكل 1
56	مبيعات التجزئة للتجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم	الفصل 2 _ الشكل 2
58	أحجام ومعاملات المتاجرين الإلكترونية B2C العالمية	الفصل 2 _ الشكل 3
59	الاقتصاديات الرئيسية حسب إجمالي التجارة الإلكترونية B2B و B2C ، 2015	الفصل 2 _ الشكل 4
60	حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بمليارات الدولارات)	الفصل 2 _ الشكل 5
60	حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بالنسب المئوية)	الفصل 2 _ الشكل 6
61	سد الفجوة في نسبة المشترين عبر الإنترنت	الفصل 2 _ الشكل 7
62	B2C التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي العالمي	الفصل 2 _ الشكل 8
65	عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم	الفصل 2 _ الشكل 9
66	النسبة المئوية للأفراد الذين لا يستخدمون الإنترنت في مناطق مختلفة	الفصل 2 _ الشكل 1
67	تقرير المدفوعات العالمية -2015	الفصل 2 _ الشكل 11

قائمة الاختصارات و الرموز

قائمة الاختصارات و الرموز

الدلالة باللغة العربية	الدلالة باللغة الاجنبية	الاختصارات و الرموز
رابطة أمم جنوب شرق آسيا	Association of Southeast Asian Nations	ASEAN
التجارة الالكترونية بين مؤسسة ومؤسسة	Business to Business	B2B
التجارة الالكترونية بين المؤسسة و المستهلك	Business to Consumer	B2C
التجارة الالكترونية بين الحكومة والمؤسسة	Business to Government	B2G
التجارة الالكترونية بين الأفراد	Consumer to Consumer	C2C
التجارة الالكترونية بين الحكومة و الافراد	Government to Consumer	G2C
منظمة التجارة العالمية	World Trade Organization	WTO
لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية	United Nations Conference on Trade and Development	UNCTAD
منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية	United nations Industrial Development Organization	UNIDO
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية	Organisation de coopération et de développement économiques	OCDE
فدرالية التجارة الالكترونية والبيع عن بعد	Federal e-commerce and telemarketing	FEVD
مجلس جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة	Council on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights	TRIPS
إدارة التجارة الدولية	International Trade Administration	ITA
إدارة التجارة الدولية 2	International Trade Administration II	ITA II
الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات	General Agreement on Trade in Services	GATS
الأمة الأكثر تفضيلاً	Most Favored Nation	MFN
اتفاقيات التجارة الحرة	free trade agreements	FTAS
شراكة التجارة والاستثمار عبر الأطلسي	Transatlantic Trade and Investment Partnership	TTIP
شركاء عبر المحيط الهادئ	Trans-Pacific Partnership	TPP
لحم متبل	Spiced Ham	SPAM
اتفاقية تجارة الخدمات المتعددة	Plurilateral Trade in Services Agreement	GATS plus
اتفاقية التجارة في الخدمات	Trade in Services Agreement	TISA
منطقة التجارة الحرة	Free Trade Area	FTA
مبادرة الامتثال الاجتماعي للأعمال	Business Social Compliance Initiative	BSCI
مركز التجارة الدولية	International Trade Centre	ITC

مقدمة

على الرغم من أن اعتماد الإنترنت كمشروع بحث تم إنشائه في الولايات المتحدة عام 1969 ، إلا أن التجارة الإلكترونية كانت قد ظهرت في العقد الأخير من القرن الماضي، لتبشر بظهور تحولات هيكلية وتنظيمية في اقتصاديات الدول وتنظيم المؤسسات وسلوك المستهلكين ونشاطات الحكومات، طالما أن التجارة الإلكترونية اليوم تساهم بإنجاز العديد من العمليات التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية والصوت والصورة والمراسلات الإلكترونية للراغبين بالتعامل من خلال شبكة الإنترنت.

ولم يكن ذلك ليحصل لولا التطورات المتسارعة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية، الأمر الذي ساهم بشكل فاعل في تحول الاقتصاد من اقتصاد حقيقي يُعنى بحركة السلع والخدمات الى اقتصاد رمزي يقوم على المعرفة ويُعنى بحركة رؤوس الأموال بما في ذلك تقلبات أسعار الفائدة وتدفقات الائتمان.

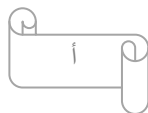
من خلال ما سبق يمكن التوصل إلى تحديد اشكالية الدراسة كالتالي:

كيف يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساهم في تعزيز حرية التجارة الخارجية ؟
الاشكاليات الفرعية:

- 1- ما هي التجارة الإلكترونية؟
- 2- ما هي أهمية التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية؟
- 3- ما هو واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في دول العالم؟
- 4- ما المقصود بتحرير التجارة الخارجية وما هي ملامحه؟
- 5- ماهي التوجهات الحديثة لتحرير التجارة الخارجية؟
- 6- ما هي متطلبات نجاح التجارة الإلكترونية في دول العالم؟

فرضيات الدراسة:

- للإلمام بالموضوع و الاجابة عن الاشكالية الرئيسية قمنا بالاستعانة بمجموعة من الفرضيات:
- 1_ تتمتع الدول المشاركة في التجارة الإلكترونية بمقومات تسمح لها بقيام التجارة الإلكترونية.
 - 2_ يعد استخدام التكنولوجيا في التجارة مؤشرا للحكم على تحرير التجارة الخارجية للدول.
 - 3_ استطاعت الدول المشاركة في التجارة الإلكترونية تحقيق تحرير لتجارها الخارجية، من خلال ممارستها للتجارة الإلكترونية.



مبررات اختيار الموضوع:

- 1- ميول شخص لاكتشاف أكثر لهذا المجال.
- 2- الرغبة في معرفة دور التجارة الإلكترونية في تعزيز حرية التجارة العالمية .
- 3- اثناء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل لإنجاز دراسات اخرى مكملة.

أهداف الدراسة و أهميتها :

1_أهداف الدراسة:

- أ_ تسليط الضوء على دراسة التجارة الالكترونية .
- ب_ معرفة مدى تأثير التجارة الالكترونية على تحرير التجارة الخارجية.

2_ أهمية الدراسة:

- أ_ توضيح الرؤية العالمية الجديدة للتجارة الدولية .
- ب_ مدى تأثير التجارة الالكترونية على تعزيز تحرير التجارة العالمية.
- ج_ مدى نجاح التجارة الالكترونية في تحرير التجارة الخارجية.

حدود الدراسة :

تهدف الدراسة الى ابراز دور التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة العالمية وشملت دراستنا في اطارها الزماني من 2009 إلى 2018 والتي تتماشى مع الانفتاح على التجارة الالكترونية الارقام و الاحصائيات الحديثة في التجارة الالكترونية، واطارها المكاني يتمثل في الدراسة العالمية لهذه الاخيرة.

منهج البحث و الادوات المستخدمة:

استعملنا في بحثنا المنهج الوصفي التحليلي المعتمد على الجانب النظري و الاحصائي بتحليل واقع التجارة الالكترونية في دول العالم ومدى اهتمام المنظمة العالمية للتجارة بهذا الشأن في جميع دول العالم.

الدراسات السابقة:

الدراسات باللغة العربية :

- 1_ حسين شنيني، التجارة الالكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الاسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي الواقع والتحديات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح، 26 نوفمبر 2014. تهدف هذه الأطروحة، للكشف عن العلاقة الترابطية بين التسويق الدولي والتجارة الالكترونية وكيف لهذه الأخيرة أن تكون وسيلة من وسائل التسويق الدولي في اختراق الأسواق الدولية،

وليس التصدير، الشراكة، الترخيص، والاستثمار المباشر هي الخيارات الوحيدة المطروحة أمام صناع القرار. وخلصت هذه الدراسة إلى أن في ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية، أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلباً تنموياً لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذلك تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي، ولكي تحقق المنطقة العربية الاستفادة من التجارة الإلكترونية فإنه من الضروري أن تعمل على تذليل العقبات التي تواجه استخدام هذه التكنولوجيا فيها، وكذلك توفير متطلباتها الضرورية من البنى التكنولوجية التحتية والتنظيمات والتشريعات المتعلقة بتطبيقاتها.

2_ محمد علي الخليفة محمد، التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات السودانية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2015.

تهدف هذه الدراسة لتحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية ودراسة واقع الشركات السودانية والوقوف عند العوائق الحقيقية التي تحول دون تطبيقها ومدى الإفادة منه. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

* أن هنالك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التجارة الإلكترونية في الشركة وبين المقومات الأساسية اللازمة لاستخدام التجارة الإلكترونية.

* أن هنالك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التجارة الإلكترونية في الشركة وبين البيئة الخارجية بما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

* أن هنالك علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التجارة الإلكترونية في الشركة وبين توفر التسويق القانوني (التشريعات القوانين المسنة من قبل بنك السودان المركزي) ونقبل بالفرض البديل الذي يقول عكس ذلك.

* أن هنالك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التجارة الإلكترونية في الشركة وبين سرعة الحصول على الخدمة. و أن هنالك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام التجارة الإلكترونية في الشركة وبين الوقت والجهد المبذول في الحصول على الخدمة.

3_ م. د. رجاء خضر عبود موسى الربيعي، دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الأداء الاقتصادي الولايات المتحدة- العراق نموذجاً، مديرية تربية بابل، العراق، تهدف هذه الدراسة تسليط الضوء على الإطار الفكري للتجارة الإلكترونية بعدها نموذجاً حديثاً للتجارة دأبت عليه العديد من الدول المتقدمة ومحاوله التعرف على أهمية ودور هذه التجارة في دعم اقتصاديات دول العينة لاسيما أن هذه التجارة احتلت الحجم الأكبر من التعاملات الإلكترونية بين قطاعات الاعمال. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

*ساهمت التجارة الالكترونية في زيادة الناتج المحلي الاجمالي في الولايات المتحدة لما لها من دور في تقليل الكلفة والوقت والجهد.

*إن زيادة الانفاق على البحث و لتطوير وخاصة لتأسيس قواعد كبيرة لتكنولوجيا المعلومات يساهم في زيادة النمو الاقتصادي وهذا ما حصل في الولايات المتحدة.

*إن العراق يحتاج إلى السعي لتأسيس الحكومة الالكترونية وتوسيع شبكة الانترنت وتقليل تكاليفها مما يساهم في زيادة عدد العاملين على الشبك و المساهمة في تطوير ثقافة التجارة الالكترونية وزيادة الثقة في اعتمادها في العمل التجاري.

الدراسات باللغة الاجنبية :

1-HE Yong, LI Jun-yang, WU Xue-pin, and JIANG Jiao-jiao, Impact of e-Commerce on International Trade—Based on a Iceberg Cost Model, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 2, No. 3, June 2011

تهدف هذه الدراسة الى دراسة كيفية تأثير التجارة الإلكترونية على التجارة الدولية. في هذه الورقة ، تم تقديم التجارة الإلكترونية لنموذج التجارة الدولية بمساعدة تكلفة جبل بول كروغمان (1991) ، وخلصت الدراسة الى أن التجارة الإلكترونية لها تأثير على التجارة الدولية ، والتي يؤثر على إنتاج ، تجارة ، واردات وصادرات تجارة البضائع ، وإجمالي تجارة البضائع العالمية ، وأرباح المؤسسة وما إلى ذلك في النهاية.

2- Nuray Terziaa; The impact of e-commerce on international trade and employment; 7th International Strategic Management Conference; aMarmara University, Ressam Namik smail Sk. No.1 Bahçelievler/stanbul 34590, Turkey; Procedia Social and Behavioral Sciences 24 (2011)745–753

الغرض من هذه الدراسة هو دراسة تأثير التجارة الإلكترونية على التجارة الدولية والتوظيف، وخلصت الدراسة الى أن التجارة الإلكترونية توفر فوائد على مستوى الاقتصاد لجميع البلدان. من المرجح أن تتركز المكاسب على الدول المتقدمة في المدى القصير ، ولكن سيكون لدى الدول النامية المزيد للاستفادة على المدى الطويل. سيزيد حجم التجارة الدولية عن طريق التجارة الإلكترونية. ستستفيد البلدان المفتوحة للواردات من الاقتصادات المرتفعة الدخل من الآثار غير المباشرة للمعرفة. بالإضافة إلى ذلك ، من المتوقع أن تخلق التجارة الإلكترونية الوظائف وتدمرها.

هيكل البحث:

لإنجاز هذا البحث و الاجابة عن الاشكالية قمنا بتقسيم البحث الى مقدمة و خاتمة و فصولين اعتمدت على التحليل و الوصف و الاحصاء وهي كالتالي:

الفصل الاول خصص لتقديم عموميات حول التجارة الالكترونية و احتوى من خلاله على ثلاث مباحث:

الاول: ماهية التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمنظمة العالمية للتجارة WTO .

الثاني: ماهية التجارة الخارجية و علاقتها باتفاقيات التجارة الالكترونية.

الثالث: المبحث الثالث: احتياطات الامن وتحديات ومعوقات استخدام التجارة الالكترونية.

وقد درس الفصل الثاني دور التجارة الالكترونية في تحرير التجارة العالمية الذي ركز على المباحث التالية:

الاول: عموميات حول تحرير التجارة الخارجية.

الثاني: الاتجاهات العالمية في التجارة الإلكترونية.

الثالث: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية.

الفصل الاول : عموميات حول

التجارة الإلكترونية

تمهيد الفصل الاول:

تمكنت شبكة الإنترنت منذ نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي من فرض نفسها كأساس قوي حيث أحدثت ثورة تكنولوجيا ومعلوماتية بكل أبعادها، ومع سيادة النظام الاقتصادي العالمي الجديد نشأت التجارة الإلكترونية التي تعد من أبرز هذه التحولات في مجال الأعمال حيث هناك اتفاقا عاما حول الدعم الكبير الذي تقدمه اليوم للتبادل التجاري، وأصبح هناك ضرورة حتمية أمام المؤسسات التي ترغب في الحفاظ على وجودها وموقعها في عالم تسوده المنافسة وتقوده التكنولوجيا أن تتبع هذا النمط الجديد من التجارة؛ وذلك باستغلال تقنيات الاتصال الحديثة في ممارسة النشاط التجاري، وبالتالي يتعين على المؤسسات أن توفر وسائل حديثة للدفع تتماشى مع طبيعة النشاط الإلكتروني وتوفير نظم الأمان، وذلك لتحفز زبائنهم على إتمام صفقاتهم التجارية عبر الإنترنت دون تردد.

ومن أجل التعرف على ماهية التجارة الإلكترونية جاء هذا الفصل ليعالج عدة تصورات وذلك من خلال المبحثين التاليين:

الاول: ماهية التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمنظمة العالمية للتجارة WTO.

الثاني: ماهية التجارة الخارجية و علاقتها باتفاقيات التجارة الإلكترونية.

المبحث الاول: ماهية التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمنظمة العالمية للتجارة WTO:

تعد التجارة الإلكترونية أحد ثمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم، كما تمثل واحداً من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) وتقنية المعلومات (Information Technology IT) والتي باتت تؤثر بلا شك على مختلف الأنشطة الاقتصادية، نظراً لما تمثله من استثمار في الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري. وقد تعددت وجهات نظر الباحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الإلكترونية.

المطلب الاول: مفهوم التجارة الإلكترونية

نتطرق في هذا المطلب الى مجموعة من التعاريف لمجموعة من الباحثين والهيئات والمنظمات العالمية

الفرع الاول : تعريف التجارة الإلكترونية

على الرغم من أن مصطلح التجارة الإلكترونية ينشأ في أوائل التسعينات، لا يوجد حتى الآن تعريف مقبول عموماً وعالمي لماهية التجارة الإلكترونية بالضبط، يمكن إعطاء سببين لوجود تعريفات متعددة مع نطاقات مختلفة: أولاً: بطبيعتها ، التجارة الإلكترونية متعددة التخصصات للغاية وممتدة علوم الكمبيوتر، التسويق، التمويل، نظم المعلومات الإدارية ، سلوك المستهلك ، والاقتصاد ، من بين أمور أخرى ثانياً: تغييرات التجارة الإلكترونية بسرعة ويتضمن المزيد من مجالات الاقتصاد فضلاً عن التقنيات التي تجعل من الصعب تحديدها

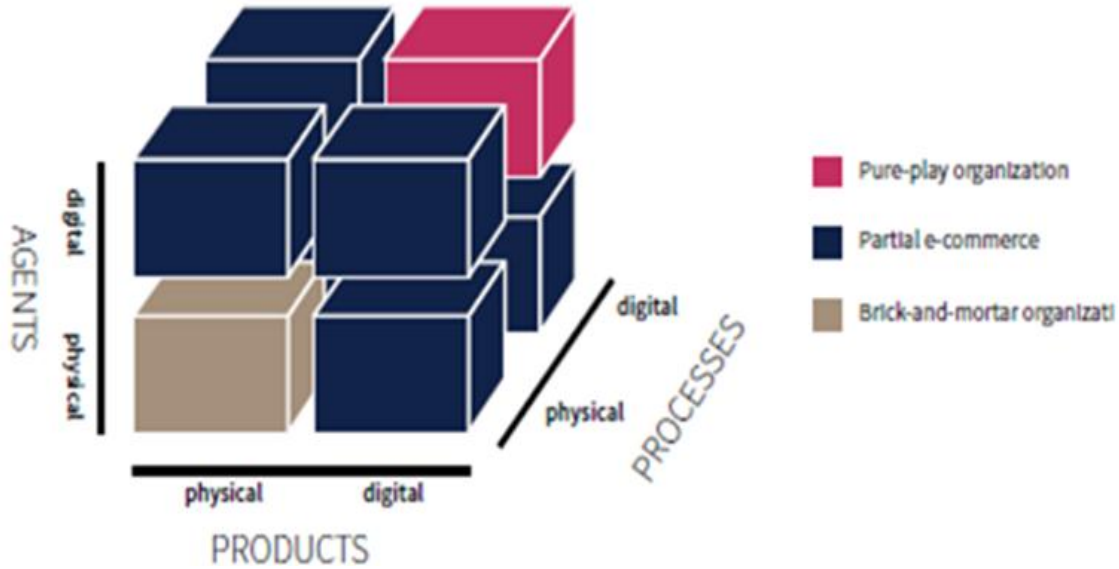
تتضمن التعريفات العريضة "أي شكل من أشكال النشاط الاقتصادي الذي يتم عبر الإلكترونيات والاتصالات و"تبادل المعلومات عبر الشبكات الإلكترونية ، في أي مرحلة من مراحل سلسلة التوريد "(وزارة التجارة والصناعة البريطانية ، في بما في ذلك أنشطة ما بعد البيع وما قبل البيع. من ناحية أخرى ، يعرف الآخرون مفهوم التجارة الإلكترونية بشكل أكثر تقييداً بأنها "عملية شراء أو بيع أو تبادل المنتجات والخدمات ، أو المعلومات عبر شبكات الكمبيوتر وبالمثل في أو ببساطة "شراء وبيع البضائع عبر الإنترنت علاوة على ذلك، غالباً ما يتم استخدام مصطلحات التجارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بشكل تبادلي ، في حين أن الأخيرة هي مجموعة فرعية من السابق تتبع هذه الدراسة التعريف الأوسع من قبل.¹

¹ - HENDRIK TERBECK; E-COMMERCE2025 Delphi-based Scenario & Trend Analysis for the Future of Digital Commerce ; MASTER'S THESIS; December 30, 2014; UNIVERSITY OF TWENTE; P-06

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية اليوم على أنها مجموعة من الأدوات والعمليات المستندة إلى الإنترنت والأنشطة التي تدعم أو تكمل أو تحسن أو تحل محل التجارة التقليدية (وأحياناً غير تجارية). وتشمل هذه الممارسات الترويج والاكْتساب المبيعات، الاتصالات، الاحتفاظ بالعملاء، توظيف الموظفين، السوق البحث وما إلى ذلك " وهكذا ، يتمشى تعريف كونستانتينيدس مع المنظورات الأساسية الأربعة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية مقترح من الاتصال ، وعملية العمل ، والخدمة ، والإنترنت المنظور ومع ذلك، لاحظت بود أند كلير (2003) أن التجارة الإلكترونية تفتقر إلى "النماذج المناسبة لفحصها وتحليلها وتوضيحها".¹

الشكل 1: مجالات وأبعاد التجارة الإلكترونية



Source: HENDRIK TERBECK; E-COMMERCE2025 Delphi-based Scenario & Trend Analysis for the Future of Digital Commerce ; MASTER'S THESIS; December 30, 2014; UNIVERSITY OF TWENTE; P-06

ومن ثم ، في الآونة الأخيرة لا تزال الكتب المدرسية تشير إلى الأطر القديمة بدلا من الشرح بيئة الأعمال التجارية ، ومجالاتها ، وأنواع معاملات التجارة الإلكترونية .
وفقا ل Turban وآخرون. يمكن التعرف على بيئة الأعمال التجارية للتجارة الإلكترونية من خلال التطبيقات ، والتي هي نتيجة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومناطق الدعم: الناس ، السياسة العامة ، التسويق والإعلان ، خدمات الدعم ، والشراكات التجارية. مثل العنصر الأخير في الإطار ، "كل من هذه المكونات تتطلب ممارسة إدارية جيدة. هو إطار يصور ذلك تطبيقات التسوق للمشتريين ليست سوى غيض من فيض في بيئة التجارة الإلكترونية.

¹ - HENDRIK TERBECK;OP.CITE; P-06

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

علاوة على ذلك، تصنيف مناطق التجارة الإلكترونية على طول أبعاد السوق المنتجات والعمليات و الوكلاء اللاعبين الذين قد يكونون إما رقمياً (عبر الإنترنت) أو فعلياً (من المعهد الوطني للإحصاء).
يمكن أن تؤدي هذه المصنوفة إما إلى نهج مادي خالص ، أي الطريقة التقليدية من الطوب أو الهاون ، أو نهج هجين كمجموعة من الأبعاد الرقمية والمادية ، على سبيل المثال ، التجارة الإلكترونية القائمة على النقرات والهاون / الجزئي ، أو مؤسسات التجارة الإلكترونية المحضة مع أبعاد رقمية فقط لنا ، وتعتبر التجارة الإلكترونية إذا كان واحد البعد رقمي ، على الرغم من أنه قد يكون فقط التجارة الإلكترونية الجزئية أو التقليدية التمييز بين الصافي فوق وبنة ونقر الشركات كاللاعبين فيها ويدعم سوق التجارة الإلكترونية ¹.

الفرع الثاني: تعاريف بعض الهيئات الرسمية:

أ-تعريف المنظمة العالمية للتجارة "OMC" تعرف التجارة الالكترونية علي أنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية²، وهذا التعريف جاء أوسع، حيث تشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذا التعريف ثلاث أنواع من العمليات :

- * عمليات الإعلان عن المنتج و عمليات البحث عنه.
- * عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- * عمليات تسليم المشتريات.³

وهذا التعريف الأوسع لا يحصر التجارة الإلكترونية في عمليات شراء منتج معين، بل إن التجارة الإلكترونية تتسع هنا لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الإنترنت أو غيرها من وسائط الاتصال الإلكتروني، ابتداء من معلومات قبل الشراء، وانتهاء بخدمات ما بعد البيع، فنحن هنا أمام مجموعة متنوعة، من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية وخاصة الانترنت.

ب-تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (Unictral) التجارة الالكترونية هي: "النقل

الالكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات التجارية باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات" إن هذه اللجنة

¹- HENDRIK TERBECK; ; OP.CITE:P-07

²- الموقع الإلكتروني لمنظمة التجارة العالمية علي الرابط: www.wto.org/fir/e-commerce

³ - إبراهيم العيسوي، (التجارة الإلكترونية)، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة، مصر، 2003، ص11-12.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

رغم إصدارها لمشروع قانون موحد للتجارة الإلكترونية، ولكن هذا المشروع رغم تعلقه بالتجارة الإلكترونية إلا أنه

لم يتضمن تعريفاً له، واكتف بتعريف التبادل الإلكتروني للمعلومات ¹.Electronic Data Interchange

ج-وتعرفها المنظمة العالمية للملكية الفكرية"OMPI":التجارة الإلكترونية في شكلها الواسع تشمل كل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة " إلا أن المنظمة العالمية للملكية الفكرية علي الرغم من اهتمامها بموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية وحقوق التأليف وبراءة الاختراع في مجال التجارة الإلكترونية، بل اهتمت بالوسائل المستخدمة في إبرام الصفقات التجارية.²

د-تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية" CNUCED " يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية علي مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والافراد) والمعتمدة علي المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص، الصوت والصورة)، لقد ركز هذا التعريف علي طبيعة البيانات والمعطيات المتبادلة والتي لا بد أن تكون إلكترونية .³

نستخلص من التعريفات السابقة أن مصطلح التجارة الإلكترونية هو مفهوم مشتق نظراً لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له حسب وجهة نظر أو الفكرة التي يتبناها المؤلف أو المنظمة. بعد هذا العرض لأهم التعريفات الواردة بشأن التجارة الإلكترونية يمكننا استنتاج ما يلي :

*اعتماد التجارة الإلكترونية علي تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات وعلي رأسها شبكة الإنترنت لإتمام مختلف نشاطاتها وعملياتها .

*عدم اقتصار التجارة الإلكترونية علي عمليات بيع وشراء السلع والخدمات فقط بل شمولها كل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها.

*تخطيط التجارة الإلكترونية لكل القيود الزمانية والمكانية المعرقة لحركة التعاملات التجارية وعدم بقائها حبيسة مكان أو بلد معين.

*تشمل التجارة الإلكترونية ثلاثة أنواع من المتعاملين: المؤسسات، الأفراد، الحكومة.

الفرع الثالث: تعاريف بعض الباحثين الاقتصاديين:

يعرف ROSEN التجارة الإلكترونية على أنها الأنشطة التجارية التي تتم عبر الانترنت سواء كان التبادل التجاري بين المؤسسة ومؤسسة أو بين المؤسسة و الزبون.

¹ - الموقع الإلكتروني للجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي علي الرابط: www.uncitral.org

² - الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية علي الرابط : www.wipo.int

³ - الموقع الإلكتروني لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية علي الرابط: www.unitad.org

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

وفقا ل MALKOLM FRANK تتضمن التجارة الإلكترونية التبادل الإلكتروني للمعلومات، السلع و الخدمات، الدفع وخلق العلاقة مع الزبون إلكترونيا و المحافظة عليها.

حسب DIDAN SINGH يقصد بالتجارة الإلكترونية توزيع، تسويق، بيع أو تسليم السلع و الخدمات بوسائل الكترونية، حيث يمكن تقسيم عملية التبادل التجارية الى ثلاث مراحل: مرحلة البحث و الاعلان، مرحلة الطلب التجاري و الدفع ومرحلة التسليم. وفي حال تمت كل هذه المراحل أو أي منها إلكترونيا، فإن العملية تدخل مفهوم التجارة الإلكترونية.

ويعرفها BERKOWITZ ET AL على أنها نشاط يستخدم شكلا من اشكال الاتصالات الإلكترونية في التبادل، الاعلان، التوزيع وسداد القيمة.

اعتمادا على التعاريف السابقة يمكن أن نلخص الى أن التجارة الإلكترونية هي شكل من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل إلكترونيا، حيث يجب أن يكون الطلب إلكترونيا، اما باقي المعاملة التجارية فيمكن أن تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية أو غيرها.¹

الفرع الرابع: تاريخ التجارة الإلكترونية

يعود تاريخ التجارة الإلكترونية إلى الستينات مع زيادة في مراحلها الرئيسية في التسعينيات مدفوعة بالتقدم التنظيمي والتكنولوجي بشكل رئيسي في البنية التحتية لأسباب العقود السابقة. ومع ذلك ، لم يتم اختراع مصطلح "التجارة الإلكترونية" حتى بداية الثمانينات .

في الستينيات ، السبعينيات والثمانينيات ، تم تأسيس ARPANET والمعايير (EFT ، EDI و ASC X12) ، مما مكن التبادل الإلكتروني لوثائق الأعمال بين المؤسسات الكبيرة. في عام 1979 ، قام Michael Aldrich بالتسوق عبر الهاتف والتلفزيون يعتبر اختراع التسوق عبر الإنترنت لكن هذا استغرق 15 سنة أخرى حتى أول متجر حديث على الإنترنت مع المعاملات الآمنة كان تم إطلاقه بعنوان Gilbert ، وأصبح مصطلح التجارة الإلكترونية شائعا وقد أصبح ذلك ممكنا من خلال ولادة الشبكة العنكبوتية العالمية في عام 1990 أول متصفح سيفسء في عام 1993 ، اختراع SSL للاتصالات المشفرة في عام 1994 و إذن لاستخدام الإنترنت لأغراض تجارية من قبل مؤسسة العلوم الوطنية في 1991

¹ - شهرزاد عبيدي، الانترنت والتجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2018، ص 71.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

تشكل السنوات الخمس الأخيرة من القرن العشرين "العصر المعروف باسم ازدهار دوت كوم" مع مئات من اللاعبين الباحثين الذين تم اقتيادهم إلى الاكتتابات الأولية ، ومعدلات النمو المرتفعة والتكنولوجيا الشركات عبر الإنترنت مدفوعة جاء انهيار كبير بعد الازدهار وحدث انفجار فقاعة الدوت كوم في عام 2001 أدى ذلك إلى تعزيز الصناعة وانبعث علمي للتجارة الإلكترونية مع مزيد من الاستدامة ، نماذج أعمال فعالة وشاملة القنوات ذات أسماء تجارية قوية عندما مهدت منصات وسائل التواصل الاجتماعي الطريق أمام التجارة الاجتماعية مع الويب 2.0 ، تغيرت التجارة الإلكترونية مرة واحدة مرة أخرى وتحويل المزيد من الطاقة إلى المستهلكين. في عام 2007 ، إطلاق أصبح جهاز iPhone الخاص بشركة Apple مغيراً في اللعبة للتجارة المحمولة و multichannel أو استراتيجيات البيع بالتجزئة omnichannel مع القنوات intermediated. وفقاً لذلك ، فإن القسم قدمت سلسلة متاجر جون لويس نموذج النقرات والتحصيل في عام 2008 وبدأ تجار التجزئة في استخدام خدمات الوسائط الاجتماعية. في الآونة الأخيرة، تواصل نمو مبيعات التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم لتصل إلى 1 تريليون دولار في عام 2012 مع المنافسة العالمية من الصين ، مثل علي بابا.¹ نظرة على تاريخ التجارة الإلكترونية يدل على أن فتح للمستهلكين من القطاع الخاص حدث من B2B-O فقط إلى خدمات B2C و C2C في التسعينيات. في البدايات ، المنظمات الكبيرة فقط يمكن أن تشارك في التجارة الإلكترونية ، وفي الوقت الحاضر ، يمكن لكل مستهلك يكون التاجر أو منتج مع منصات التجارة الاجتماعية والمزادات أو الوصول الإلكتروني المحلات التجارية من الهواتف الذكية مع m-commerce. بشكل ملحوظ ، لاعبي التجارة الإلكترونية من أيام RST مثل أمازون ، eBay و PayPal الذي بدأ في 1995 و 1998 ، على التوالي ، لا تزال بين الشركات الكبرى. في الماضي القريب ، يبدو أن الأجهزة المحمولة تمتلك إمكانات كبيرة لأن "لا يزالون في أيامهم الأولى".

في الختام ، وضع تاريخ التجارة الإلكترونية في سياق تاريخ التجارة بشكل عام ، "هو كذلك لا يزال يوم 1" ، كما كتب مؤسس أمازون جي بيزوس (2014) مؤخراً لمساهمته.²

¹-HENDRIK TERBECK; OP.CITE;P-08

²-HENDRIK TERBECK; ; OP.CITE;P-09

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: أنماط التجارة الإلكترونية وخصائصها:

من المعروف أن التجارة الإلكترونية تقوم على علاقة بين طرفين أو جهتين، وتعتبر كل علاقة بين ذلك الطرفين عن نوع مختلف من أنواع التجارة الإلكترونية يختلف عن غيرها، وتوجد عدة أنواع للتجارة الإلكترونية أهمها:

الفرع الاول: أنماط التجارة الإلكترونية

تصنف التجارة الإلكترونية وفقا لعدة معايير إلى عدة أنواع، ويعود ذلك إلى درجة تعقيدها رغم حداثة نشاط تجاري ولد في بيئة اقتصادية رقمية منذ سنوات، حيث يمكن تصنيف التجارة الإلكترونية بالإعتماد على أطراف التعامل التجاري كما يمكن تصنيفها حسب درجة التقنية في المعاملات التجارية

اولا- تصنيف التجارة الإلكترونية بالإعتماد على أطراف التعامل

تعدد أشكال التجارة الإلكترونية وفقا لأطراف التعامل، ويمكن حصر هذه الأشكال ضمن خمسة أنماط كما يلي:

1_ التجارة الإلكترونية بين المؤسسة و المستهلك B2C: هي عبارة عن البيع بالتجزئة للسلع و الخدمات

إلكترونيا، حيث يمكن للمستهلك شراء ما يرغب به من سلع وخدمات من السوق الافتراضي، ما يوفر الجهد و الوقت و النقل. وأكثر المنتجات المباعة وفق هذا النمط من التجارة الإلكترونية هي الخدمات التي لا تحتاج لمعاينة مادية كالكتب، الأقراص المغنطة...، والتي تتوفر بنفس المعايير لدى مختلف البائعين.

2_ التجارة الإلكترونية بين مؤسسة ومؤسسة B2B: وهي إتمام المبادلات التجارية وتبادل البيانات و المعلومات

بين المؤسسات إلكترونيا، ويعتبر هذا النمط من التجارة الإلكترونية أقدم من النمط السابق تاريخيا.

3_ التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمؤسسة G2B: يغطي هذا النمط من التجارة الإلكترونية كل

المعاملات بين المؤسسات و الهيئات الحكومية، حيث تقوم المؤسسات بإتمام جميع معاملاتها و الوفاء بكل التزاماتها أمام الحكومة من خلال مواقع الحكومة على شبكة الانترنت وهذا يوفر الجهد و الوقت.

4_ التجارة الإلكترونية بين الحكومة و الافراد G2C: يتعلق هذا النمط بجميع الحلول الإلكترونية التي طورتها

الدولة، الإدارات و التجمعات الإقليمية لتسهيل الإجراءات الإدارية الخاصة بالخدمات العامة.

5_ التجارة الإلكترونية بين الأفراد C2C: هذا النمط من التجارة كان موجودا قبل وجود الانترنت، ولكن

الانترنت منحته بعدا جديدا لأنها ضاعفت إمكانيات التبادل وبسطت عملية البحث عن المنتجات.¹

¹ - شهرزاد عبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 78

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

ثانياً_ تصنيف التجارة الإلكترونية حسب درجة التقنية في المعاملات التجارية :

يمكن تصنيف التجارة الإلكترونية اعتماداً على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل إلى:

1_تجارة الإلكترونية بحتة: وتسمى أيضاً التجارة الإلكترونية الكاملة أو المباشرة، ويشمل هذا النوع جميع المنتجات التي يمكن بيعها بصيغة الكترونية، حيث تتم جميع مراحل النشاط التجاري إلكترونياً مثل شراء برمجيات من موقع إلكتروني على الانترنت وإتمام عملية الدفع بشكل رقمي.

2_تجارة الكترونية جزئية : يطلق عليها أيضاً التجارة الإلكترونية غير مباشرة، وفي هذا النوع يتم جزء فقط من النشاط التجاري بشكل إلكتروني، كأن تتم عملية الشراء و الدفع إلكترونياً في حين تتم عملية التسليم بشكل تقليدي نظراً لطبيعة المنتج.¹

الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية :

تتسم التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية و التي تتمثل بما يأتي:

اولاً_ عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون و المشترون ، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت .

ثانياً_ ان عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة ، كونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات والمستندات كإرسال الحوالات المالية و القوانين و الكمبيالات و النظم المعلوماتية الأخرى.

ثالثاً_ ان التجارة الإلكترونية تساعد على إنجار العديد من الصفقات و المعاملات بسهولة ويسر دون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى حيثما تعرض هذه المنتجات و الخدمات .

رابعاً_ تمتاز التجارة الإلكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.

خامساً_ تشكل التجارة الإلكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها ، ذلك أن الشركة مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه، وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق مما يساعد على تطور القدرات التنافسية.

سادساً_ عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية إذ يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات

¹ -شهرزاد عبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 78

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

سابعاً_ ان هذا النوع من التجارة يؤمن إمكانية التفاعل مع مصادر متعددة في وقت واحد ، إذ يستطيع التاجر أو أي طرف من أطراف التعامل الإلكتروني من إرسال رسالة الكترونية إلى عدد لا يحصى بوقت واحد للمستقبلين الراغبين في ذلك ومن دون الحاجة الى ارسالها مرة أخرى.¹

الفرع الثالث: مقومات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية :

ويعتمد نجاح تطبيق نظام التجارة الإلكترونية على توافر عدد من المقومات التي يمكن تلخيصها كما يلي :

اولاً: المتطلبات التكنولوجية:

يتطلب تطبيق التجارة الإلكترونية عدد من العوامل التي يجب توافرها، ويمكن ايجازها كما يلي :

- 1_ شبكة اتصالات قوية وسريعة وخالية من الاعطال.
- 2_ توافر إجراءات تكنولوجية قادرة على تأمين هذه المعاملات التجارية، والمالية ضد اللصوص وقراصنة شبكات الاتصال.
- 3_ توافر وعي لدى المتعاملين و العملاء بنظم المدفوعات الإلكترونية.

ثانياً: المتطلبات التشريعية:

وتشمل على وجود بيئة تشريعية تساعد على ممارسة التجارة الإلكترونية، وتكون داعمة لها، مع تعديل في القوانين التقليدية ذات القواعد بالأحكام المبينة على التعامل بالمستندات الورقية. ولقد وجب التركيز في هذا الصدد على اعتبار الوثائق المنقولة إلكترونياً من قبيل الوثائق الذي يعتد بها الإثبات ، حيث أن العقبة الخطيرة أمام التوسع في هذا الإتجاه هو عدم اعتراف المحاكم في بعض الدول النامية بمصادقية هذه الوثائق.

ومن الجدير بالذكر ضرورة وجود تشريع متكامل لتنظيم الجوانب المختلفة لتجارة الالكترونية وذلك بهدف تسهيل تطبيق مفاهيم التجارة الالكترونية، والذي يمكن أن يعتمد في إعداده على قانون التجارة الالكترونية المطبق في سنغافورة لعام 1998 وقانون لوكسمبورغ لسنة 2001 و القانون الأمريكي للتوقيع الإلكتروني لسنة 2001.²

¹ - رجاء خضر عبود موس الربيعي، دور التجارة الالكترونية في تعزيز الأداء الاقتصادي (الولايات المتحدة- العراق نموذجاً)، مديرية تربية بابل، العراق.

² - أيمن النحرأوي، لوجستيات التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ، 2009، ص 130 ..

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية :

تحقق التجارة الإلكترونية عدة مكاسب بالنسبة للأفراد وبالنسبة للمؤسسات نلخصها فيما يلي:

الفرع الاول: المزايا بالنسبة للأفراد:

للتجارة الإلكترونية عدة مزايا بالنسبة للأفراد من أهمها:

اولا_ توفير الوقت و الجهد: تفتح الاسواق الإلكترونية بشكل دائم ولا يحتاج الزبائن للسفر او الانتظار في طابور لشراء منتج معين كما ليس عليهم نقل هذا المنتج الى البيت.

ثانيا_ حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف انواع المحلات على الانترنت، تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، وامكانية تجربة بعض السلع المعلن عنها و امكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي

ثالثا_ خفض الاسعار: يوجد على الانترنت العديد من المؤسسات التي تباع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لان التسوق على الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي مما يصب في مصلحة الزبائن.

رابعا_ نيل رضا المستخدم: توفر الانترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للمؤسسات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الميزات للاجابة على استفسارات الزبائن بسرعة مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.¹

الفرع الثاني: المزايا بالنسبة للمؤسسات:

للتجارة الإلكترونية عدة مزايا بالنسبة للمؤسسات من أهمها:

اولا_ تسويق أكثر فعالية و ارباح أكثر: إن اعتماد المؤسسات على الانترنت في التسويق يتيح لا عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة السنة، مما يوفر لهذه المؤسسات فرصة أكبر لجني الارباح، إضافة الى وصولها إلى المزيد من الزبائن.

ثانيا_ تخفيض مصاريف المؤسسات: تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من البناء التقليدي لأسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، ولا تحتاج المؤسسات إلى النفاق على الامور الترويجية أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن، ولا تحتاج المؤسسة إلى عدد كبير من الموظفين من اجل عمليات الجرد و الاعمال الادارية، لأنها توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع

¹ - إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 67.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

في المؤسسة و اسماء الزبائن، ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة

ثالثاً_ تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: تطوي التجارة الالكترونية المسافات وتعتبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، وتوفر التجارة الالكترونية فرصة جيدة للمؤسسات للاستفادة من البضائع و الخدمات المقدمة من المؤسسات الاخرى.

الفرع الثالث: عيوب التجارة الالكترونية:

كما للتجارة الالكترونية مزايا لكنها لا تخلو من العيوب منها:

اولا _ فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسوق من خلال التفاعل الاجتماعي المباشر بين البائع و المشتري، و التسوق التقليدي يعتبر لبعض المستهلكين الفرصة الوحيدة للتنزه او التسلية او الترفيه او كسر حالة الملل .

ثانيا _ فقدان الافراد فرصة تعلم مهارات البيع و الشراء و التعامل مع الاخرين والتي يكتسبونها بشكل مباشر او غير مباشر في عمليات التسوق التقليدية .

ثالثا _ تورط البعض بالانديفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج اليها الفرد نتيجة جاذبية الاعلان وسهولة الشراء ببطاقات الائتمان، وبالتالي تراكم الديون الشخصية و العائلية، كما ان احتمالات الغش التجاري او النصب قائمة، فقد لا ترد السلع المطلوبة او قد تأتي بمواصفات مخالفة تماما.

رابعا _ يفتقد المتصفح عن بعد تحسس ملمس السلعة او تذوق طعمها او اختبارها، في حين يقع بعض المتسوقين فريسة لبعض المعلنين الذين يروجون لسلع تافهة او لسلع قد تتعارض مع التقاليد الاجتماعية و الآداب.

خامسا _ اغراء بعض السيدات بممارسة عمليات تسوق لسلع كمالية قد ترهق ميزانية الاسرة، ناهيك عن ان ممارسة الشراء الالكتروني تؤدي إلى خفض فرص ممارسة النشاط البدني الذي يمارسه الفرد قبل وأثناء وبعد التسوق العادي، خاصة السيدات اللائي لا يعملن.

سادسا _ هدر الوقت ، فالزمن غير محسوس لدى البعض نتيجة لعدد الساعات التي يقضيها امام اجهزة الكمبيوتر للبحث عن سلعة معينة ومقارنتها بالسلع الأخرى، الأمر الذي يزيد لديهم حالة العزلة العائلية التي تعانيها بعض الأسر، في حين ان الاستخدام المبالغ فيه للشبكة يؤدي الى تفاقم احتمالات الاصابة بأعراض إدمان الانترنت او حدوث مشكلات جسمية او اجتماعية او مهنية او نفسية دائمة او متكررة .¹

¹ - إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 68.69.70.

الفرع الرابع: استراتيجيات التجارة الإلكترونية¹

وهي استراتيجيات تبادل البيانات الإلكترونية داخليا، ومن خلال عملية الاتصال بين ISO و EDI يتم التبادل و المعلومات وذلك باستخدام extra nets وهي عبارة عن شبكات تقوم بتجميع عدد الشركات الإلكترونية مع بعضها البعض، حيث تتم عملية المشاركة في المعلومات، ولكن هناك مشكلة هامة تواجه هذه الاستراتيجية تتعلق بحماية البيانات و المعلومات أثناء عمليات توصيل وتبادل المعلومات وهنا برنامج خاص يقوم بالحماية ويطلق عليه firewall وهو يعمل على حماية المواقع الإلكترونية ويسمح لأشخاص معينين للدخول إلى المواقع و القيام بعملية الحذف أو تجديد البيانات أو المحتويات الخاصة بالموقع وذلك خلال كلمة السر للمرور ، وغير ذلك من وسائل الحماية.

اولا_تعريف إستراتيجية **IOS: Inter organisationnel system**: هي مجموعة من الشركات مرتبطة مع بعضها وتعمل كأنها نظام واحد ولكي تحقق هدف مشترك أو غاية مشتركة.

ثانيا_ مزايا هذه الاستراتيجية: بالمقارنة مع المؤسسات الاخرى تتكون الكفاءة أي سواء الداخلية أو الخارجية، داخليا بسبب سهولة تحليل المعلومات بشكل أسرع، وخارجيا من خلال القدرة على الحصول على المعلومات بشكل أسرع نظرا لتعدد الجهات التي تجمع المعلومات.

ثالثا_ تعريف الاستراتيجية **EDI : Electronic data inter change**: وهي عبارة عن نقل المعلومات بين حاسب وحاسب أي آخر، ما بين أكثر من مؤسسة وإتمام عملية تبادل المعلومات، وهذا الربط يحقق الاتصال بين المؤسسة و العملاء وكذلك ربط المؤسسة بالموردين، فعلى سبيل المثال يستطيع المورد أن يقوم بفحص المخازن من خلال الموقع الإلكتروني، من خلال الاستراتيجية IOS أو معرفة حد إعادة الطلب ويقوم المورد بعمل إعادة الطلب للشركة دون أن تقوم الشركة بهذا، وكل ذلك من خلال المراقبة الإلكترونية لمستويات المخازن.

ولتطبيق EDI نحتاج إلى القيام بعدة خطوات:

_ كل شيء يعمل كما هو ولكن الأوراق يتم تحويلها شكل إلكتروني.

_ عدة عمليات تحول إلكترونيا مثل أمر الشراء أو الصرف وسهولة الحصول عليها.

رابعا: فوائد الاستراتيجية :

_ يقلل أخطاء البيانات و بالتالي يقلل التكلفة.

¹ - محمد مداحي، مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي و العربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول : عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية -،جامعة حسبية بن بوعلوي بالشلف، المركز الجامعي خميس مليانة - الجزائر يومي:26-27 أفريل 2011،ص03 .

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

__ يزيد من كفاءة وجود العمل كتوفر كافة البيانات و المعلومات وسهولة الحصول عليها.

__ القدرة و الزيادة على التنافس.

__ تحسين خدمة العملاء بشكل جيد.

المطلب الرابع: القوانين النموذجية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية WTO بشأن التجارة الإلكترونية:

منظمة التجارة العالمية هي المنتدى الحصري للتفاوض على القواعد العالمية التي تحكم التجارة عبر الحدود في السلع والخدمات وتطبيقها. أظهرت الدراسات أن النظام القائم على القواعد والذي يشمل السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية يمكن أن يساعد في ضمان وجود نظام تجاري شفاف وقابل للتنبؤ للتجارة الإلكترونية ، وأنه ليس من السهل على الدول الأعضاء العودة من الالتزامات التي تعهدت بها في منظمة التجارة العالمية، وفي أيلول / سبتمبر 1998 ، اعتمد المجلس العام لمنظمة التجارة العالمية برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

وكان برنامج العمل هذا ذا طبيعة استكشافية إلى حد كبير ، حيث ركز على دراسة جميع القضايا التجارية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية العالمية ، مع مراعاة الاحتياجات الاقتصادية والمالية والإنمائية للبلدان النامية. وبما أن التجارة الإلكترونية هي قضية شاملة تشمل السلع والخدمات وحقوق الملكية الفكرية ، وما إلى ذلك ، فإن مجلس التجارة في الخدمات قد كُلف بمسؤولية فحص وإبلاغ معالجة التجارة الإلكترونية في الإطار القانوني للاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات. نظر مجلس التجارة في السلع في قضايا مثل الوصول إلى الأسواق للمنتجات ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية ، وقضايا التصنيف ، وقواعد المنشأ والواجبات الجمركية والرسوم الأخرى كما تم تصميمها بموجب المادة الثانية من اتفاقية الجات ، 1994. كان مجلس جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (TRIPS) مسؤولاً عن دراسة قضايا حقوق الملكية الفكرية مثل حماية حقوق النشر والتأليف والحقوق المجاورة ، وحماية وإنفاذ العلامات التجارية ، وما إلى ذلك. المسؤولية عن دراسة الآثار الإنمائية للتجارة الإلكترونية والإبلاغ عنها ، مع مراعاة الاحتياجات الاقتصادية والمالية والإنمائية للبلدان النامية. وتغطي هذه القضايا مثل آثار التجارة الإلكترونية على الشركات الصغيرة والمتوسطة ، والتحديات التي تواجهها البلدان النامية في التجارة الإلكترونية وسبل تعزيزها.

وفي إطار برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، وافق أعضاء منظمة التجارة العالمية على مواصلة ممارسة عدم فرض الرسوم الجمركية على عمليات الإرسال الإلكترونية.¹

¹-Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; Trade Rules in E-commerce: WTO and India; Working Paper No. 354; INDIAN COUNCIL FOR RESEARCH ON INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS; March 2018,P 18;19: http://icrier.org/pdf/Working_Paper_354.pdf

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

وقد تم تجديد هذا الأخير ، المعروف أيضاً باسم "الوقف الاختياري للرسوم الجمركية" ، بانتظام في كل مؤتمر وزاري. ويغطي هذا القرار الإرسالات الإلكترونية فقط (أي البضائع التي يتم طلبها عبر الإنترنت ولكنها مستوردة من خلال قنوات التجارة العادية مستبعدة) وبالتالي ، فإن الجزء الأكبر من قيمة هذه التجارة الإلكترونية يتحمل أن يكون خدمات.

وفي المراحل الأولى من برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، أعد مجلس التجارة في السلع ، ومجلس التجارة في الخدمات ، ومجلس تريبس ، ولجنة التجارة والتنمية وقرارات معلومات أساسية ؛ أما قدمت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أوراق إلى المستقبل. وشملت المناطق التي لا يمكن لأعضاء منظمة التجارة العالمية الوصول إلى توافق في الآراء فيها تصنيف المنتجات الرقمية (مثل الموسيقى والكتب الإلكترونية ، وما إلى ذلك) كسلع أو خدمات ، وتمديد الوقف الاختياري للرسوم الجمركية على الإرسال الإلكتروني بسبب المخاوف المتعلقة بالخسائر في الإيرادات أثرت بشكل خاص من قبل الدول النامية.

وتجدر الإشارة إلى أنه في أواخر التسعينات ، قام عدد من البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بإصلاحات جوهرية وتحرير خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية والخدمات المالية وقطاعات الخدمات ذات الصلة بالحواسيب ولكن قد لا تكون قد ربطت نظامها في جولة أوروغواي. وقد اتخذت بعض البلدان مثل الهند حتى التزامات تطلعية في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية. قدمت الورقة المرجعية لمنظمة التجارة العالمية بشأن الإطار التنظيمي لخدمات الاتصالات الأساسية إطاراً لضمان الوصول غير التمييزي إلى خدمات الاتصالات والتوافق التنظيمي بين البلدان الأعضاء .

الفرع الاول: مؤتمر سنغافورة الوزاري في ديسمبر / كانون الأول 1996

وفي ديسمبر / كانون الأول 1996 ، تم إبرام ITA في مؤتمر سنغافورة الوزاري مع 29 بلداً عضواً في منظمة التجارة العالمية. بما في ذلك الهند تلتزم بإلغاء التعريفات على عدد من منتجات تكنولوجيا المعلومات. والآن ، تجاوز عدد المشاركين في منظمة التجارة العالمية أكثر من 80 عضواً، وانضم عدد من الدول المنضمة حديثاً إلى الاتفاقية.¹

منذ عام 1997، لم يزد عدد المنتجات التي تغطيها هيئة ITA على الرغم من تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات. ولهذا السبب ، دخل ستة أعضاء من ITA (الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة واليابان وكوريا وتايوان وكوستاريكا) في مفاوضات في عام 2012 لتوسيع ITA (المعروف باسم ITA II) من حيث تغطية المنتج. في

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 19

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

وقت لاحق ، بين عامي 2012 و 2015 ، جرت المفاوضات ، والتي تم التوصل إليها بنجاح وتم الاتفاق عليها في المؤتمر الوزاري العاشر لمنظمة التجارة العالمية في نيروبي في ديسمبر 2015. وشمل توسيع ITA حوالي 9-13 في المائة من التجارة العالمية الحالية مع حوالي 90 في المائة. في المائة من التجارة في هذه المنتجات التي تحدث بين أعضاء ITA، ومع ذلك ، فإن الهند لم توقع ITA II.

الفرع الثاني: مؤتمر الدوحة (9 - 13 نوفمبر 2001 م)

في نوفمبر 2001 ، عندما تم إطلاق جدول أعمال الدوحة للتنمية (جولة الدوحة) ، كان بمثابة منصة لتقديم التزامات جديدة وصياغة التزامات جديدة لتسهيل التجارة الإلكترونية. وقد أدرج جدول أعمال المناقشة الأولى مواضيع حول تصنيف محتوى بعض الرسائل الإلكترونية ، و المسائل المتعلقة بالتنمية ، الآثار المالية للتجارة الإلكترونية ، والاختصاص القضائي. كان برنامج عمل منظمة التجارة العالمية خلال هذه الفترة مدفوعاً في المقام الأول بالاتصالات من عدد قليل من البلدان المتقدمة مثل الولايات المتحدة وأستراليا والمفوضية الأوروبية واليابان. على سبيل المثال ، قدمت المفوضية الأوروبية اقتراحاً بشأن تصنيف السلع الرقمية كخدمات بموجب الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات (GATS) ، في حين اقترحت الولايات المتحدة موافقة أعضاء منظمة التجارة العالمية على الالتزام ببيئة تجارية حرة وتحررية في لتجارة الإلكترونية. وحث البلدان الأعضاء على تنفيذ إصلاحات في مجالات مثل الاتصالات السلكية واللاسلكية والخدمات المالية وخدمات التوزيع والتسليم لتحفيز التجارة الإلكترونية ؛ تقديم التزامات بزيادة الوصول إلى الأسواق والمعاملة الوطنية ؛ ضمان أن تكون اللوائح المحلية شفافة وغير تمييزية ؛ وتقبل بشكل دائم على أساس الدولة الأكثر رعاية (MFN) الوقف الاختياري للرسوم الجمركية على الإرسال الإلكتروني. أقر الاقتراح الأمريكي بالحاجة إلى توفير المساعدة التقنية وبناء القدرات للبلدان النامية بشأن البنية التحتية للتجارة الإلكترونية والمتطلبات الأخرى للتجارة الإلكترونية، وقدمت بعض البلدان النامية ، بما في ذلك مصر والهند وكوبا والأرجنتين وفنزويلا ، مساهمات خطية إلى برنامج العمل ، ولكن مشاركة البلدان النامية من حيث التقارير الكتابية كانت اعتيادية وأقلها نمواً ، تكاد تكون معدومة. كان الشاغل الأساسي للعديد من البلدان النامية هو أنه ينبغي أن يكون لديها حيز سياسي لتعزيز التنمية الصناعية الرقمية الوطنية ، وتقديم الإعانات ، وتقديم منافع ضريبية ، وحماية صناعة الرضع ، ولها الحق في استخدام متطلبات المحتوى المحلي ، تتمتع الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي بقوانين حماية قوية وحماية المستهلك، البعض منهم لا يزالون يعملون على قضايا الضرائب.¹

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 22;23

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

ومع ذلك ، أدى نمو التجارة الإلكترونية في عدد من البلدان النامية إلى تحديات قانونية وتنظيمية كبيرة ، وربما تكون قوانينها الحالية قد عفا عليها الزمن و / أو قد لا تكون لديها لوائح جديدة لدعم التكنولوجيات الجديدة مثل الحوسبة السحابية.

تتطلب التجارة الإلكترونية الحماية القانونية واللوائح القانونية بشأن مجموعة واسعة من القضايا بما في ذلك الصلاحية القانونية للمعاملات الإلكترونية والأمن والخصوصية وحماية البيانات والبريد غير المرغوب فيه والرسائل غير المرغوب فيها وتنظيم المحتوى وحقوق الملكية الفكرية وسريان العقود الإلكترونية والمدفوعات عبر الإنترنت ، فرض ضرائب على المعاملات الإلكترونية والالتزامات الوسيطة وحماية المستهلك ، وهو أمر يصعب في الغالب على تغطية واحدة من اللوائح وقد أعربت البلدان النامية عن قلقها بشأن قدراتها على تنفيذ لوائح جديدة بوتيرة سريعة بما يكفي لمواكبة التغيرات التكنولوجية. تطور عدد من الخدمات الجديدة في سياق التجارة الإلكترونية ، وهناك اختلافات بين البلدان بشأن ما إذا كان ينبغي تصنيف الخدمات المتداولة إلكترونياً في إطار الأسلوب 1 أو الأسلوب 2.

بسبب هذه الاختلافات في وجهات النظر عبر البلدان ، لم تتحرك المناقشات إلى الأمام فيما يتعلق بتهيئة بيئة تجارية لبيئية للتجارة الإلكترونية ؛ ومع ذلك ، كان هناك إجماع عام على أن التجارة الإلكترونية تدرج في نطاق اتفاقات منظمة التجارة العالمية الحالية ولا ينبغي إنشاء قواعد تجارية جديدة للتجارة الإلكترونية (للاطلاع على التفاصيل).

الفرع الثالث: اتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد (FTAs)

بين عامي 2000 و 2010 ، قام عدد من البلدان بتخفيض التعريفات الجمركية من جانب واحد و / أو دخلت في اتفاقيات تجارية أدت إلى تخفيض التعريفات على منتجات تكنولوجيا المعلومات. ومع ذلك ، في الوقت نفسه ، بدأ عدد التدابير غير الجمركية أو الحواجز التجارية ذات الصلة بالمعايير ، وإصدار الشهادات ، واللوائح التنظيمية ، وما إلى ذلك ، في الزيادة. وفي الخدمات أيضاً ، حيث أزال البلدان القيود المفروضة على الوصول إلى الأسواق عن طريق تحرير نظام الاستثمار الأجنبي المباشر ، جعلت الأنظمة المحلية الصارمة والحواجز التنظيمية صعوبة في التجارة. وبالتالي ، بدأت المناقشات في منظمة التجارة العالمية بالتركيز على التدابير غير التعريفية ، والتآزر التنظيمي ، والوصول غير التمييزي ، والشفافية ، إلى جانب الوصول إلى الأسواق.¹

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 23;24

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

وأدى التقدم البطيء في جولة الدوحة إلى انتشار الاتفاقات والالتزامات التجارية الثنائية والإقليمية بموجب هذه الاتفاقات ، وهي أفضل بكثير من التزامات جولة أوروغواي. كما بدأت اتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد (FTAS) التي تشمل السلع والخدمات والاستثمار وحقوق الملكية الفكرية وتيسير التجارة والتعاون الجمركي في إدراج أحكام بشأن التجارة الإلكترونية. وبالإضافة إلى الوصول إلى الأسواق ، والوقف الاختياري للمنتجات المعفاة من الرسوم الجمركية والمعاملة المتساوية ، عاجلت العديد من اتفاقيات التجارة الحرة قضايا مثل التوثيق والتصديق على التوقيعات الإلكترونية ، والشهادات الإلكترونية والتداول اللاورقي ، وحماية المستهلك عبر الإنترنت والبيانات الشخصية. بدأت الولايات المتحدة ، على وجه الخصوص ، في الدفع باتجاه التجارة الحرة في التجارة الإلكترونية من خلال اتفاقياتها التجارية الثنائية ، التي لديها على نحو متزايد قواعد شاملة والتزامات أقوى في الفصل الخاص بالتجارة الإلكترونية. كما يوجد فصل شامل عن التجارة الإلكترونية في اتفاق كندا مع بلدان مثل بيرو وكولومبيا.

وأدى التقدم البطيء في جولة الدوحة إلى انتشار الاتفاقات والالتزامات التجارية الثنائية والإقليمية بموجب هذه الاتفاقات ، وهي أفضل بكثير من التزامات جولة أوروغواي. كما بدأت اتفاقيات التجارة الحرة في العصر الجديد (FTAS) التي تشمل السلع والخدمات والاستثمار وحقوق الملكية الفكرية وتيسير التجارة والتعاون الجمركي في إدراج أحكام بشأن التجارة الإلكترونية. وبالإضافة إلى الوصول إلى الأسواق ، والوقف الاختياري للمنتجات المعفاة من الرسوم الجمركية والمعاملة المتساوية ، عاجلت العديد من اتفاقيات التجارة الحرة قضايا مثل التوثيق والتصديق على التوقيعات الإلكترونية ، والشهادات الإلكترونية والتداول اللاورقي ، وحماية المستهلك عبر الإنترنت والبيانات الشخصية. بدأت الولايات المتحدة ، على وجه الخصوص ، في الدفع باتجاه التجارة الحرة في التجارة الإلكترونية من خلال اتفاقياتها التجارية الثنائية ، التي لديها على نحو متزايد قواعد شاملة والتزامات أقوى في الفصل الخاص بالتجارة الإلكترونية. كما يوجد فصل شامل عن التجارة الإلكترونية في اتفاق كندا مع بلدان مثل بيرو وكولومبيا.

الفرع الرابع: الاتفاق الإطاري لرابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) المؤرخ 24 نوفمبر 2000.¹

كما بدأت دول مثل أستراليا ومناطق مثل رابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) بالتركيز على قواعد التجارة الإلكترونية في اتفاقياتها التجارية. تعمل الدول الأعضاء في الرابطة على موازنة تشريعاتها المحلية بشأن التجارة الإلكترونية بموجب الاتفاق الإطاري لرابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN) المؤرخ 24 نوفمبر

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 24;25

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

2000. وقد أنشئت لجنة تنسيق التجارة الإلكترونية للاسيان في نوفمبر 2016 ، وتعمل الآسيان من أجل رابطة دول جنوب شرق آسيا (آسيان). اتفاق التجارة الإلكترونية ، الذي سيكون أولوية في رئاسة سنغافورة في الآسيان 2018 ، في اتفاق الشراكة الاقتصادية بين المفوضية الأوروبية والمنتدى الكاريبي لمجموعة الدول الإفريقية والكاريبية ودول المحيط الهادئ (CARIFORUM) ، الذي تم توقيعه في 15 أكتوبر 2008 ، وضع الطرفان مبادئ معينة حول قضايا مثل تصنيف عمليات التسليم من قبل الوسائل الإلكترونية كخدمات لم يتوصل بعد بشأنها برنامج عمل منظمة التجارة العالمية إلى توافق في الآراء. تتضمن هذه الاتفاقية أيضًا نصًا للحوار حول القضايا التنظيمية التي تثيرها التجارة الإلكترونية. وتتضمن الاتفاقات الإقليمية الضخمة مثل TPP و TTIP أحكاماً شاملة لتسهيل التجارة الإلكترونية، والتي تجاوزت نطاق المناقشات في برنامج عمل منظمة التجارة العالمية. مثل الولايات المتحدة، الصين هي مصدر رئيسي للتجارة الإلكترونية. ومع ذلك، بدأت الصين في استخدام اتفاقيات التجارة الحرة لتنظيم التجارة الإلكترونية فقط عام 2006.

في عام 2015، احتوت اتفاقيات التجارة الحرة بين الصين وأستراليا ، واتفاقيات التجارة الحرة بين الصين وكوريا على فصول مخصصة للتجارة الإلكترونية، على عكس الولايات المتحدة، لا تقدم اتفاقيات التجارة الحرة للصين حلولاً لتصنيف المنتجات الرقمية ومعالجتها ، ولديها حماية ضعيفة للمستهلكين والخصوصية ، ولكن القانون المحلي الصيني قد تقارب نحو متطلبات اتفاقية التجارة الحرة للولايات المتحدة ، وفقاً لبعض الدراسات الحديثة (على سبيل المثال، وبينما حظيت التجارة الإلكترونية باهتمام كبير في الاتفاقات الثنائية والإقليمية ، فقد أعربت بعض الدراسات عن قلقها إزاء التأثير السلبي المحتمل لإنشاء "صحن باغيتي" للتجارة الإلكترونية قد يقوض في المستقبل احتمال وضع قواعد منظمة التجارة العالمية في هذا المجال، وبالفعل ، فإن النظام المتعدد الأطراف القائم على القواعد هو أبسط بكثير ويمكن أن يكون له مشاركة أفضل من البلدان النامية أكثر من الاتفاقات الإقليمية والثنائية. ولذلك ، أبرز عدد من الدراسات أنه من مصلحة البلدان النامية المشاركة بنشاط في برنامج عمل التجارة الإلكترونية لمنظمة التجارة العالمية ومفاوضات الدوحة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.¹

منذ عام 2011 ، أعرب أعضاء منظمة التجارة العالمية مثل الولايات المتحدة عن قلقهم بشأن بطء التقدم في برنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، في حين ازدادت التجارة الإلكترونية بسبب التقنيات المتقدمة والنماذج التجارية . في 13 يوليو 2011، الاتحاد الأوروبي و قدمت الولايات المتحدة بشكل مشترك مجموعة من المبادئ المتعلقة بالتجارة تهدف إلى دعم توسيع شبكات وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتعزيز تطوير

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 25.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية. وقد تلقى هذا الدعم من دول مثل أستراليا التي اقترحت ثلاثة مبادئ إضافية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما في ذلك حماية المستهلك عبر الإنترنت وحماية البيانات الشخصية عبر الإنترنت والرسالة الإلكترونية التجارية غير المرغوب فيها (SPAM) لتعزيز ثقة المستهلك والأعمال .

شددت الولايات المتحدة على أن القواعد التجارية يجب أن تدعم التقدم الإبداعي في تطبيقات الكمبيوتر والمنصات.

وقدمت البلدان النامية ، بما فيها كوبا وإكوادور ونيكاراغوا ، اتصالات بشأن المشاركة الفعالة للبلدان النامية في التجارة الإلكترونية كوسيلة لمكافحة الفقر. طُرحت فكرة إنشاء مجموعة عمل في نوفمبر 2011 ، لكن معظم الأعضاء رأوا أن برنامج العمل كان كافياً لمعالجة القضايا المثارة.

الفرع الخامس: اتفاقية GATS plus في أكتوبر 2013

في أكتوبر 2013 ، قدمت مجموعة من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ورقة تحتوي على تفاصيل حول إطار تم الاتفاق عليه بين المجموعة للتفاوض على اتفاقية التجارة في الخدمات TISA . وفي وقت لاحق ، تم إطلاق مفاوضات TISA ، هذه الاتفاقية هي GATS plus ، الهند ليست جزءاً من هذه المفاوضات متعددة الأطراف ، والتي تضم 23 عضواً بما في ذلك الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي وأستراليا وكندا واليابان وهونغ كونغ (الصين) والمكسيك وشيلي وباكستان

في 14 فبراير 2013 ، قدمت لجنة التجارة والتنمية مذكرة أساسية عن "تطوير التجارة الإلكترونية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" والتي ناقشت كيف يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من التجارة الإلكترونية ، وما هي قضايا البنية التحتية والسياسة (على سبيل المثال ، الاختناقات في إمدادات النطاق العريض ، واختراق الإنترنت البطيء ، والمخاوف الأمنية ، والافتقار إلى المهارات التقنية ، والحماية القانونية غير الكافية للمشتريات عبر الإنترنت ، وما إلى ذلك) التي تقيد الشركات الصغيرة والمتوسطة من الاستخدام الكامل للتجارة الإلكترونية. بعد ذلك ، عقدت ورشة عمل حول تنمية التجارة الإلكترونية والشركات الصغيرة والمتوسطة في 8 و 9 أبريل 2013 ، حيث شارك فيها مختلف أصحاب المصلحة بما في ذلك المنظمات الدولية والأعمال التجارية والمجتمعات المدنية والأوساط الأكاديمية.¹

من المهم أيضاً أن نلاحظ أنه منذ عام 2010 ، يحاول عدد من البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تبسيط نظام التجارة الإلكترونية المحلية ، مما سيمكنها من الاستعداد لاتفاق تجاري بشأن الموضوع.

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 25.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

في منظمة التجارة العالمية في مايو 2014 ، أشارت الولايات المتحدة إلى أنها ستعد تقدماً رسمياً لبرنامج العمل المتعلق بالتجارة الإلكترونية. تناول الطلب تدفقات البيانات عبر الحدود ومتطلبات الترجمة ، وتأثيراتها التجارية ، ومخاوف الخصوصية ، بالإضافة إلى الحوسبة السحابية. وقد حدد البلاغ الصادر من الولايات المتحدة في 17 ديسمبر 2014 بوضوح ما يجب على الحكومات فعله أو عدم القيام به فيما يتعلق بتدفقات المعلومات عبر الحدود ، ومتطلبات التوطين ، وحماية الخصوصية ، الخ. وذكر أيضاً أن الحوسبة السحابية تتم تغطيتها تحت الكمبيوتر والخدمات ذات الصلة (CPC 84). وهو في جوهره جهاز كمبيوتر وخدمة ذات صلة يتم تقديمها للعملاء الذين يستخدمون شبكة الاتصالات.

في 4 يوليو 2016 ، تطورت المناقشات حول التجارة الإلكترونية أكثر عندما قدمت الولايات المتحدة ورقة غير رسمية ، التي لم تقدم أي اقتراح تفاوضي محدد ولكنها ركزت على قواعد جديدة وشاملة لتحرير التجارة الإلكترونية لتمكينها من المساهمة وشمل ذلك حظر الرسوم الجمركية على المنتجات الرقمية مثل الموسيقى والفيديو والبرامج ؛ ضمان المعاملة الوطنية و MFN بالنسبة للمنتجات الرقمية ؛ إزالة الحواجز التي تحول دون التدفق الحر للمعلومات والبيانات ؛ الترويج للإنترنت المجاني والمفتوح ؛ إزالة متطلبات التوطين وإزالة متطلبات نقل التكنولوجيا القسري. كما أشار إلى إجراءات جمركية أسرع وأكثر شفافية ، مما يربطها بأحكام اتفاقية تيسير التجارة لمنظمة التجارة العالمية ، وكيف يمكن أن تساهم في التجارة الرقمية. وقدمت اقتراحات مماثلة أيضاً لمجموعة من البلدان بقيادة كندا والاتحاد الأوروبي (9 أعضاء في المجموع بما في ذلك شيلي وكولومبيا والمكسيك) و اليابان¹.

على سبيل المثال ، الورقة المشتركة لمجموعة من البلدان ، بما في ذلك كندا و وضع الاتحاد الأوروبي خريطة لمسائل التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية تحت فئات مختلفة مثل الإطار التنظيمي (على سبيل المثال ، تعزيز الشفافية وثقة المستهلك) ؛ السوق المفتوح (على سبيل المثال ، التزامات التحرير بموجب الأسلوب 1 ، والقضاء على التعريف الجمركية على السلع) ؛ تيسير التجارة (على سبيل المثال ، الشبكة المفتوحة / الوصول إلى الإنترنت واستخدامه) ؛ وتعزيز الشفافية في النظام التجاري المتعدد الأطراف. وأشارت الورقة غير الرسمية التي أعدها اليابان إلى أن العديد من القضايا المثارة تمت تغطيتها بالفعل بموجب أحكام إلزامية في إطار فصول التجارة الإلكترونية لمختلف الاتفاقيات التجارية الإقليمية ، اتفاقيات التجارة الحرة، أشارت الورقة غير الرسمية من البرازيل ، المؤرخة في 20 يوليو 2016 ، إلى أن المهمة الرئيسية لأعضاء منظمة التجارة العالمية هي عملية تحديد النطاق التي ستمكن من تحديد العناصر التي يعتقد الأعضاء أنها جزء من تبادل وجهات النظر والتخصصات في منظمة التجارة العالمية

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 26.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

في المستقبل. تشير الورقة غير الرسمية من 9 دول بما فيها سنغافورة وكولومبيا وإسرائيل وهونغ كونغ (الصين) ، بتاريخ 14 فبراير 2017 ، إلى أن التجارة الإلكترونية تدعم التنمية ، وأن الإمكانيات المستقبلية لاستخدام التجارة الإلكترونية من قبل الدول النامية هائلة. لذلك ، من المهم تحديد ومناقشة قضايا مثل تيسير التجارة والتجارة الإلكترونية ، والوصول إلى حلول الدفع ، والأمن عبر الإنترنت ، وثغرات البنية التحتية لتمكين التجارة الإلكترونية.

أوردت الرسالة الواردة من الصين وباكستان في 16 نوفمبر 2016 ، التدابير التي يمكن اعتمادها لخلق بيئة سياسة تجارية سليمة لتسهيل التجارة الإلكترونية عبر الحدود. وأشار إلى تبادل المعلومات بشأن التدابير التنظيمية والإجراءات مثل تلك المتعلقة بتوفير الخدمات التي تدعم مباشرة معاملات التجارة الإلكترونية عبر الحدود ، وسياسات أخرى ذات صلة بالتجارة الإلكترونية عبر الحدود مثل حماية المستهلك والخصوصية ونشر القوانين ، اللوائح ، والتدابير الإدارية ، وإبلاغ منظمة التجارة العالمية بمواقع النشر هذه ، وإتاحة وتحديث إجراءات استيراد وتصدير البضائع تحت التجارة الإلكترونية عبر الحدود بشكل منتظم ، وإعداد نقاط الاستقصاء. من أعضاء منظمة التجارة العالمية بين شهري يوليو ونوفمبر 2016 ، من الواضح أن عددا من البلدان المتقدمة النمو والعديد من البلدان النامية يشرح أن التجارة الإلكترونية سوف تدعم التنمية ؛ حرص الأعضاء على مزيد من المناقشات المخصصة حول التجارة الإلكترونية ، ويودون الانخراط بطريقة أكثر تنظيماً .

في عام 2017 ، قدم العديد من أعضاء منظمة التجارة العالمية مثل الاتحاد الروسي مقترحات بشأن كيفية المضي قدماً في التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية. ويسرد البلاغ الوارد من الاتحاد الروسي بعض الثغرات فيما يتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية في اتفاقات منظمة التجارة العالمية. ويشمل ذلك بين أمور أخرى الوصول إلى الشبكة ، والتعرف على التوقيع الإلكتروني ، والدفع الإلكتروني ، والخصوصية ، وحماية البيانات الشخصية.¹

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 26.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

الفرع السادس: المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية الذي عُقد مؤخراً في بوينس آيرس، من

10 إلى 13 ديسمبر 2017:

في المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية الذي عُقد مؤخراً في بوينس آيرس ، من 10 إلى 13 ديسمبر 2017 ، تقرر أن يستمر برنامج العمل بشأن التجارة الإلكترونية على أساس الولاية الحالية ، ووافق الأعضاء على الحفاظ على الممارسة الحالية المتمثلة في عدم فرض الرسوم الجمركية على الإرسالات الإلكترونية حتى الدورة المقبلة ، التي من المقرر أن تعقد في يوليو 2019.95 قدم عدد من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بما في ذلك الهند الاتصالات في ديسمبر 2017 قبل المؤتمر الوزاري مباشرة. تغطي المقترحات مجموعة من المواقف ، بما في ذلك الحفاظ على برنامج العمل الحالي ، وصياغة مناقشات مخصصة في إطار برنامج العمل الحالي ، وإنشاء مجموعة عمل جديدة لتوحيد جميع المناقشات حول التجارة الإلكترونية ، وإنشاء فريق عمل له تفويض بالمفاوضات المستقبلية في قواعد التجارة في التجارة الإلكترونية. كما أعربت المقترحات عن المواقف المتنوعة لأعضاء منظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بمسائل الوقف الاختياري للرسوم الجمركية بالنسبة للتجارة الإلكترونية. وقررت الهند مواصلة العمل في إطار برنامج العمل استناداً إلى الولاية القائمة والمبادئ التوجيهية في هيئات منظمة التجارة العالمية ذات الصلة. وقد أيدت مجموعة البلدان الأفريقية موقف الهند بشأن مواصلة برنامج عمل منظمة التجارة العالمية لعام 1998 ؛ كما اعترضوا على تجاوز الهيكل الحالي أو الترتيب المؤسسي لبرنامج العمل. كما اتخذت الصين وبنجلاديش موقفاً يدعو إلى استمرار المناقشات والمفاوضات في إطار برنامج العمل.

واقترحت الاتصالات من كوستاريكا وهونغ كونغ (الصين) ونيجيريا وسويسرا واليابان والأراضي الجمركية المنفصلة لتايوان وبنغو وكينمن وماتسو (6 أعضاء) إنشاء فريق عامل معني بالتجارة الإلكترونية. يمكن لفريق العمل هذا أن يقيّم ما إذا كان توضيح أو تعزيز القواعد الحالية لمنظمة التجارة العالمية ضرورياً ، وتقييم الاحتياجات ذات الأولوية للبلدان النامية (ولا سيما أقل البلدان نمواً) فيما يتعلق بتطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية ، وتمكين المساعدة التقنية وبناء القدرات ، إلخ.¹

كما اقترح الاتحاد الروسي إنشاء فريق عامل معني بالتجارة الإلكترونية في إطار المجلس العام ، سيوفر منتدى للمناقشات بشأن قضايا التجارة الإلكترونية وتطويرها ، بما في ذلك إمكانية وضع قواعد دولية.

الاتصالات من أستراليا وكندا وشيلي وكولومبيا والاتحاد الأوروبي وإسرائيل وجمهورية كوريا والمكسيك والجزيل الأسود ونيوزيلندا والنرويج وباراغواي وبيرو وجمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة وجمهورية مولدوفا وأوكرانيا (16 عضو)

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 26.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

فريق عمل معني بالتجارة الإلكترونية للتحضير لإجراء مفاوضات بشأن الجوانب المتعلقة بالتجارة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية من جانب أعضاء منظمة التجارة العالمية. وقد اقترح أن تعقد الفرقة العاملة اجتماعها الأول في 31 مارس 2018 ، وأن تضع إجراءاتها الخاصة وتقدم تقارير دورية إلى المجلس العام. كما دعمت هذه الرسالة الممارسة المستمرة المتمثلة في عدم فرض رسوم جمركية على السلع الإلكترونية حتى الاجتماع المقبل للفرقة العاملة في عام 2019.

في 13 ديسمبر 2017 ، الوفود التي تمثل ألبانيا والأرجنتين وأستراليا والبحرين والبرازيل وبنما ونيوزيلندا وإسرائيل وكندا وتشيلي وكولومبيا وكوستاريكا والاتحاد الأوروبي وغواتيمالا وهونغ كونغ (الصين) وأيسلندا وإسرائيل واليابان وكازاخستان ، جمهورية كوريا ، الكويت ، جمهورية لاو الديمقراطية الشعبية ، ليختنشتاين ، جمهورية مقدونيا اليوغوسلافية السابقة ، ماليزيا ، المكسيك ، جمهورية مولدوفا ، مونتينيغرو ، ميانمار ، نيوزيلندا ، نيجيريا ، النرويج ، بنما ، باراغواي ، بيرو ، قطر ، الاتحاد الروسي ، سنغافورة ، أصدرت سويسرا ، والأراضي الجمركية المنفصلة في تايوان ، وبنغو ، وكينمن ، وماتسو ، وتركيا ، وأوكرانيا ، والولايات المتحدة ، وأوروغواي (43 عضوا ، 71 دولة) بيانا مشتركا بشأن التجارة الإلكترونية ، أكد من جديد على أهمية التجارة الإلكترونية العالمية والفرص المتاحة. يخلق للنمو الشامل. وتشترك في هدف النهوض بأعمال التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية من أجل تسخير هذه الفرص على نحو أفضل لتعزيز بيئة تنظيمية مفتوحة وشفافة وغير تمييزية ويمكن التنبؤ بها لتسهيل التجارة الإلكترونية. وسيقومون ، كمجموعة ، بالعمل الاستكشافي معاً في مفاوضات منظمة التجارة العالمية في المستقبل المتعلقة بالجوانب التجارية للتجارة الإلكترونية. وفي حين أن جميع أعضاء منظمة التجارة العالمية يمكنهم المشاركة، فإن الهند والصين لم تكن جزءاً من هذا البيان المشترك.¹

¹ - Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; OP.CITE; P 26.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: ماهية التجارة الخارجية و علاقتها بالاتفاقيات الدولية بشأن التجارة الإلكترونية.

سنتناول في هذا المبحث ماهية التجارة الخارجية وعلاقتها بالاتفاقيات الدولية بشأن التجارة الإلكترونية

المطلب الاول: ماهية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة من القطاعات الأساسية في اقتصاد أي بلد. لأنها تعتبر أحد مكونات النشاط الاقتصادي وهو المبادلة، فالتجارة هي الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتحقيق هذا النشاط، وبطبيعة الحال فإن التجارة تطورت مع تطور المبادلة واتساع رقعتها بسبب توفر وسائل الاتصال والمواصلات، فلم تعد مقتصرة بين أفراد بلد واحد بل تعدى الأمر إلى التبادل التجاري بين الدول أي التجارة الخارجية.

الفرع الاول: تعريف التجارة الخارجية:

هناك عدة تعاريف للتجارة الخارجية منها ما يلي :

1_هي الصادرات و الواردات المنظورة، وغير المنظورة المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة، في انتقال السلع و الافراد ورؤوس الاموال، وتنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة.

2_أو هي عملية التبادل التجاري في السلع و الخدمات وغيرها من عناصر الانتاج المختلفة بين عدة دول، بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل.

3_أو هي عبارة عن مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي، سواء في صور سلع أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون وحدات سياسية مختلفة بهدف إشباع أكبر حاجات ممكنة.

وتتكون التجارة الخارجية من عنصرين اساسين هما : الصادرات و الواردات بصورتها المنظورة وغير المنظورة.¹

الفرع الثاني: أهمية التجارة الخارجية :

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع (اقتصاد) من المجتمعات سواء كان ذلك المجتمع متقدماً أو نامياً، فالتجارة الخارجية تربط الدول والمجتمعات مع بعضها البعض إضافة إلى أنها تساعد في توسيع القدرة التسويقية عن طريق فتح أسواق جديدة أمام منتجات الدولة، وتساعد كذلك في زيادة رفاهية البلاد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك والاستثمار وتخصيص الموارد الإنتاجية بشكل عام. بالإضافة إلى ذلك تأتي أهمية التجارة الخارجية من خلال اعتبارها مؤشراً جوهرياً على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي، وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدول على التصدير

¹ -جيل محمد خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الاكاديميون للنشر و التوزيع عمان الاردن، 2014، ص 217.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

ومستويات الدخل فيها، وقدرتها كذلك على الاستيراد، وانعكاس ذلك كله على رصيد الدولة من العملات الأجنبية وما له من آثار على الميزان التجاري.

كما أن هناك علاقة وثيقة بين التجارة الخارجية و التنمية الاقتصادية فالتنمية الاقتصادية وما ينتج عنها من ارتفاع مستوى الدخل القومي يؤثر في حجم ونمط التجارة الدولية، كما أن التغيرات التي تحدث في ظروف التجارة الدولية تؤثر بصورة مباشرة في تركيب الدخل القومي وفي مستواه، والاتجاه الطبيعي هو أن يرتفع مستوى الدخل القومي وتزدهر التجارة الخارجية في نفس الوقت فالتنمية الاقتصادية تستهدف ضمن ما تستهدف زيادة إنتاج السلع، وإذا تحقق هذا الهدف عندئذ تزيد قدرة الدولة على التصدير إلى الخارج. والتاريخ الاقتصادي لبريطانيا وألمانيا واليابان مثلا يشير بوضوح إلى أن نمو وزيادة الدخل القومي يصاحبه زيادة في حجم التجارة لهذه الدول.

أما أثر التجارة الدولية على اقتصاديات الدول النامية فيتضح أكثر من أي وقت مضى، وذلك أن الدول النامية تحكمها أوضاع التخلف الاقتصادي لأسباب تاريخية، ولذلك يكون متوسط دخل الفرد في الدول النامية منخفضا، فيقل بالتالي مستوى الاستهلاك ومستوى الصحة العامة والتعليم، وتنخفض الإنتاجية وتقل الاستثمارات فيؤدي ذلك إلى هبوط مستوى الدخل، و هكذا تدور دائرة الفقر من جديد، وإذا لم تنكسر هذه الدائرة في نقطة ما من محيطها فلن يتغير وضع التخلف ولن تحدث تنمية حقيقية.

ويمكن للتجارة الدولية أن تلعب دورا للخروج من دائرة الفقر، وخاصة عند تشجيع الصادرات، فينتج عن ذلك الحصول على مكاسب جديدة في صورة رأس مال أجنبي جديد يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة في بناء المصانع وإنشاء البنية الأساسية، ويؤدي ذلك في النهاية إلى زيادة التكوين الرأسمالي والنهوض بالتنمية الاقتصادية.¹

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية

اولا_ كلفة النقل: و تمثل هذه الكلفة أحيانا السبب المباكر في حدوث التجارة بين الدول خاصة في حالة الدول ذات الحدود المشتركة.

ثانيا- أنشطة أخرى: بعض الأنشطة لهل تأثير مباكر على حجم و نوعية التجارة الدولية مثل السياحة

ثالثا- التجارة الدولية غير المنظمة: أهملت النظريات التجارية غير المشروعة أو التهريب لأنها لا تمثل نشاطا مهما لا بد من أخذه بعين الاعتبار.

¹ - شيلالي حكيم، صيغ تمويل عمليات التجارة الخارجية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة البنك الخارجي وكالة البويرة37، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية المؤسسة، جامعة اكلي محمد والحاج البويرة، 2014/ 2015، ص 03.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

رابعاً- تأثير الدخل: تعطي النظريات اعتباراً هاماً و دوراً فعالاً لجانب الطلب و خاصة منها نظرية "ليندر" ¹ "linder" التي تعتبر أهمها وأشهرها، و هي تستند إلى افتراضين هما أن احتمال تصدير دولة للسلع يزداد مع توافر الأسواق المحلية للسلعة و أن مجموعة السلع الموجودة في الأسواق المحلية تعتمد على معدل دخل الفرد. خامساً- السلع الوسيطة: بعض السلع الوسيطة تؤثر على حجم و نوعية التجارة الدولية مثل النفط و مشتقاته. سادساً- الشركات متعددة الجنسيات: و تمثل تجارها جزء كبيراً و متزايداً من الحجم الكلي للتجارة نظراً لأهميتها الإضافية في نقل رؤوس الأموال و التكنولوجيا بين الدول، لأن عملية الإنتاج لم تعد تتم في دولة واحدة، بل من خلال إنتاج الأجزاء بواسطة الشركات ذات الميزة النسبية أو ذات حقوق ملكية للتكنولوجيا المطلوبة لإنتاج هذا الجزء في دول مختلفة "سلعة عالمية". فالشركات متعددة الجنسيات تساهم بشكل كبير في نمو حجم التجارة الدولية خاصة بين الدول التي تتواجد فيها فروعها المهمة.

سابعاً- اختلاف الأذواق و الآراء حول السلع: غالباً ما تكون هناك نوعيات كثيرة من نفس السلعة، و كثيراً ما تصدر الدول بعض النوعيات و تستورد في نفس الوقت نوعيات أخرى ، مما يولد ما يسمى بظاهرة "التجارة البينية لنفس السلعة".

ثامناً- تفترض النظريات عدم إمكانية انتقال عوامل الإنتاج مثل رأس المال و العمالة: وهذا الافتراض لا ينطبق في وقتنا الحالي، لذا يجب تعديل النظريات وفق ذلك، كما أنها تفترض أيضاً عدم كمال و توافر نفس المعلومات لكل الأطراف في عملية التبادل التجاري. و هذا الافتراض غير مناسب، لذا لا بد من تعديله ليكون أكثر واقعية .

تاسعاً- معدل النمو: يشير الكثير من الاقتصاديين الغربيين إلى وجود علاقة قوية بين تطورات حجم التجارة و معدلات النمو الاقتصادي لأية دولة. فهناك من يعتبر أن للنمو المتحقق في حجم التجارة الدولية سبباً أساسياً و حافظاً قوياً لحصول نمو اقتصادي حسب الهيكل الاقتصادي لأنشطة البلد. و يدعي قسم آخر أن زيادة النمو سبب و حافظ للنمو المتحقق في حجم التجارة الدولية لذلك البلد، و يملك كلا الطرفين المبررات التي تدعم وجهة نظره.¹

عاشراً- أوضاع الاقتصاد المحلي و العالمي: فحتى ترتقي دولة ما بصناعاتها لا بد من سلاح خاص و وسيط يتمثل في التجارة لاستيراد ما تحتاجه هذه الصناعة، كما أن للطلب الاستهلاكي دور في تحديد سياسة التجارة

¹ -إيتسم حلاوي، منظمة التجارة العالمية ومساهماتها في تحرير التجارة الدولية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص التمويل الدولي و المؤسسات المالية و النقدية الدولية، مدرسة الدكتوراه جامعة متوري قسنطينة، 2010/2011، ص 03، 04.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

الدولية للدولة من حيث استيراد كميات من لسلع ذات الاستهلاك الواسع، أما عن الاقتصاد العالمي، فإن تغير الطلب بالزيادة مثلاً من كأنه أن يشجع الدولة على زيادة حجم الصادرات من ناحية و ضغط استهلاكها من ناحية أخرى.

المطلب الثاني: القوانين النموذجية الصادرة عن لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية (UNCITRAL)

بشأن التجارة الإلكترونية:¹

باعتبار ان لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية مسؤولة عن تنسيق وتوحيد الفانون التجاري الدولي، فقد ادرجت في جدول أعمالها في الدورة السابعة عشرة عام 1984 المسائل القانونية التي تطرحها المعالجة الالية للبيانات في التجارة الدولية، وواصلت نشاطها في هذا المجال حتى تم اعتماد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية في حزيران 1996، الذي وضع قواعد موحدة بشأن التجارة الإلكترونية يمكن ان تسترشد بها الدول في وضع تشريعاتها الناظمة للتجارة الإلكترونية، وهذا ما اوصت بها الجمعية العامة حيث ارادت ان تولي جميع الدول اعتباراً محبذاً للقانون النموذجي عندما تقوم بسن قوانينها او تنقيحها، وذلك الى ضرورة توحيد القوانين الواجبة التطبيق على البدائل للأشكال الورقية للاتصال وتخزين المعلومات.

كما وضحت لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية القانون النموذجي بشأن التوقيع الإلكتروني، الذي اضاف المزيد من التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية باعتبارها تؤكد على شرعية المعاملات الإلكترونية، مما يزيد الثقة بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية، كما تؤكد على القوة الشبوتية للتوقيع الإلكتروني للتعامل بالتجارة الإلكترونية.

أضاف إلى ذلك أصدرت لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية اتفاقية الامم المتحدة المتعلقة باستخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية، حيث تتجلى أهمية هذه الاتفاقية في أنها تقدم حلولاً عملية لمسائل تتعلق باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية فيما يتعلق بالعقود الدولية، وذلك من خلال وضع قواعد موحدة لإزالة العقبات القائمة امام استخدام الخطابات الإلكترونية في العقود الدولية، بما فيها العقبات التي قد تنشأ عن اعمال صكوك القانون التجاري الحالية بغية تعزيز التيقن القانوني وقابلية التنبؤ عن التشكك في القيمة القانونية لاستخدام تلك الخطابات في العقود الدولية التي كانت تمثل عائقاً في التجارة الإلكترونية.

ان القوانين النموذجية بشأن التجارة الإلكترونية الصادرة عن لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الإلكترونية، كالحماية القانونية للمستهلك، وكذلك بالنسبة لحماية حقوق الملكية الفكرية في عالم التجارة الإلكترونية، إضافة

¹ - بسام شيخ العشرة واخر، التجارة الإلكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية 2018، ص 13، 14.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

إلى أنها لم تعالج النزاعات المرتبطة بأسماء النطاق والتي تعد من أهم القضايا التي تحتاج إلى تسوية عادلة لتعزيز الثقة بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث: الاتفاقيات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بشأن التجارة الإلكترونية و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية.

نتطرق في هذا المطلب الى الاتفاقيات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بشأن التجارة الإلكترونية و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية.

الفرع الاول: الاتفاقيات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بشأن التجارة الإلكترونية

تتم المنظمة العالمية للملكية الفكرية بحماية حقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت لمنع الاعتداء على العلامات التجارية وبراءات الاختراع وحقوق التأليف في ضوء المنازعات المرتبطة بالعناوين الإلكترونية، حيث يلعب مركز التحكيم و الوساطة التابع للمنظمة العالمية للفكرية دورا كبيرا في حل المنازعات الناتجة عن التجارة الإلكترونية.

وتجسيدا للدور الاساسي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، تبنت تلك المنظمة كلا من الاتفاقية المتعلقة بحماية حق المؤلف و الاتفاقية المتعلقة بحماية حقوق فناني الاداء و التسجيلات الصوتية، تضمنت الاتفاقيات حماية لحق المؤلف و الحقوق المجاورة له في البيئة الإلكترونية.¹

الفرع الثاني: التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية

بالرغم من حداثة التجارة الإلكترونية في عالمنا العربي، إلا أن العديد من الدول العربية أدركت الأهمية البالغة لهذا النوع من التجارة، فعملت جاهدة على تهيئة الظروف الملائمة له، خاصة فيما يتعلق بالنواحي التقنية و القانونية حيث عملت على تطوير البنى التحتية اللازمة للتجارة الإلكترونية، وأصدرت التشريعات الخاصة بتنظيم معاملاتها تشجيعا منها على التعامل بالتجارة الإلكترونية، ذلك أن التشريعات من شأنها أن تمنح الثقة و الأمان للمتعاملين بهذا النوع من التجارة، إلا أننا بالمقابل نرى عددا من الدول العربية ما زالت بعيدة عن التطور التكنولوجي و التقني نظرا لضعف الإمكانيات، وقلة الوعي المعلوماتي. واننا إذا استعرضنا التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية، فإننا نجد أنها تبنت ما صدر عن لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولية الأونسيتال في إعداد تشريعاتها الخاصة بالتجارة الإلكترونية وصياغتها.

¹ - بسام شيخ العشرة واخر، مرجع سبق ذكره، 15.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

وتعد دولة الامارات العربية المتحدة في مقدمة الدول العربية التي اهتمت بالتجارة الالكترونية، وسعت إلى إقامة الحكومة الالكترونية، حيث عملت على تشكيل اللجان المختصة لوضع التشريع الناظم لعمل التجارة الالكترونية و الاعلام عام 2000،ومن ثم صدر قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا و التجارة الالكترونية الاماراتي رقم 2 عام 2002، ولحقت الدول العربية الاخرى بالركب الحضاري و التكنولوجي الرائد، فكان القانون التونسي الخاص بالمبادلات و التجارة الالكترونية رقم/83/لسنة 2000،وقانون التجارة الالكترونية البحريني رقم/7/لسنة 2002، وقانون التوقيع الالكتروني المصري رقم/15/لسنة 2004،وقانون التوقيع الالكتروني السوري /4/تاريخ 2009/2/25، ومشروع قانون المعاملات و التجارة الالكترونية السوري، وغيرها من التشريعات العربية الخاصة بالمعاملات و التجارة الالكترونية، التي كانت ضرورة حتمية لتأمين الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية و توفير الثقة و الأمان للمتعاملين بها¹، وقانون التجارة الالكترونية الجزائري المؤرخ في 16 مايو 2018 .²

¹ - بسام شيخ العشرة واخر، مرجع سبق ذكره، 16

² - الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 28، السنة الخامسة والخمسون ، المؤرخ في 16 مايو لسنة 2018.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

المبحث الثالث : احتياطات الامن وتحديات ومعوقات استخدام التجارة الإلكترونية

نتطرق في هذا المبحث الى احتياطات الامن الواجب اتباعها من اجل الاستخدام الامثل للتجارة الإلكترونية، وكذا تحديات ومعوقات استخدامها.

المطلب الاول: احتياطات الامن عند استخدام التجارة الإلكترونية¹

لقد حاولت عدة جهات اقتراح الكثير من الخطوات لمواجهة مخاطر التجارة الإلكترونية ، وقد كان معهد المحاسبين القانونيين الامريكى من أولى الجهات التي قدمت اقتراحات قيمة في الاجتماع الذي عقد في مدينة باريس في الاول من اغسطس لعام 2000 ، والذي ضم عدة جهات محاسبية مهنية متخصصة بهدف إيجاد حلول لمخاطر التجارة الإلكترونية التي يواجهها المستهلك ، ويمكن تلخيص هذه المقترحات على الشكل التالي :

- 1_ توخي الحذر بإعطاء المعلومات الشخصية.
- 2_ استخدام برنامج أمن للدخول الى شبكة الانترنت.
- 3_ التأكد من موقع التاجر على الشبكة.
- 4_ استخدام بطاقات الدفع المضمونة.
- 5_ الحذر من تنزيل برامج عبر الانترنت غي موثوقة المصدر .
- 6_ الحذر من إعطاء ارقامك السرية.
- 7_ الاحتفاظ بنسخ من العمليات (وذلك بالاحتفاظ بنسخة من طلب الشراء ورقم الطلبية، وبالاستمرارية بتسوية حسابات الدفع).
- 8_ راقب استخدام الموقع للمحددات Cookies (المحددات Cookies هي عبارة عن رموز رقمية تساعد بدخول الموقع دون إعادة كتابة رقمك، وعادة يتم إدخالها إلى جهازك من قبل الموقع دون طلب الإذن منك بذلك، وألية عمل هذه المحددات بأنه وعند دخول الموقع مرة أخرى ، يقوم الموقع بالاتصال بتلك المحددات و الموجودة على جهازك ومطابقتها برقمك السري ومن ثم السماح له بالدخول دون طلب الرقم السري) .
- 9_ عدم السماح للأطفال باستخدام الشبكة دون إشراف.
- 10_ استخدام المواقع المرخصة.

¹ - محمد الفاتح محمود بشير المغربي ، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، المملكة الاردنية الهاشمية، 2016 ص 70، 71، 72، 73 .

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: تحديات ومعوقات استخدام التجارة الإلكترونية:

إنه على الرغم من الأهمية الكبيرة التي شكلتها التجارة الإلكترونية منذ دخولها عالم الأعمال Business والشركات, إلا أن هناك بعض التحديات تواجهها ويمكن تحديدها في الآتي:

الفرع الاول: التحديات المتعلقة بتطبيقات الأعمال:

إن طبيعة التجارة والبيع والشراء من خلال شبكة الإنترنت تختلف كثيرًا من حيث إجراء الصفقات عن طريقة التجارة التقليدية Traditional Trade، إذ تتم صفقات التجارة الإلكترونية بين أطراف غير معروفين بعضهم لبعض, وقد تكون البيانات التي يعرضها كل من المورد والمستهلك من خلال الموقع الخاص بهم على الشبكة أو بيانات المستهلك من خلال الإنترنت مضللة أو غير معبرة عن الحقيقة بكاملها, وذلك بطبيعة الحال قد يؤدي إلى بعض التحديات التي تواجهها التجارة الإلكترونية مثل:

اولا _ إمكانية أن لا تقوم الشركات ومؤسسات الأعمال التي لها موقعًا إلكترونيًا من تنفيذ أوامر التوريد من سلع وخدمات كما طلب منها أم لا.

ثانيا _ عدم توافر الدراية الكافية للمستهلك من حيث معرفة ما إذا كانت الشركة سوف تقبل إرجاع السلعة أم لا, وإذا كانت السلعة لها فترة ضمان أم لا.

ثالثا _ إمكانية تعرض المستهلك لوقوع خسائر أو غش أو عدم ملاءمة السلعة/الخدمة لمتطلباته أو حصوله على نتائج مخيبة لآماله.

رابعاً _ إن ما قد تسببه التجارة الإلكترونية من استغناء الشركات والمؤسسات عن عدد كبير من العمال لأداء أعمالها, قد يوجد مشكلة كبيرة على المستوى القومي وهي زيادة حجم البطالة.

خامساً _ إمكانية تسويق المنتجات غير المصرح بها من خلال التجارة الإلكترونية دون رقابة.¹

الفرع الثاني: التحديات المتعلقة بتكامل العمليات:

لما تفرضه التجارة الإلكترونية من استخدام الأساليب الإلكترونية في المعاملات التجارية، حيث المعاملات والوثائق الآلية (مسار غير مرئي) التي حلت محل الشكل التقليدي الورقي المعتاد في توثيق المعاملات التجارية, أصبح لا يوجد إجراءات رقابية فعالة عليها أدت إلى الآتي:

¹ - محمد على الخليفة محمد، التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات السودانية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2015، ص 55.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

1_ إمكانية تعرض المستهلك لمخاطر تغيير أو فقد أو ازدواج البيانات عند التنفيذ أو يتم تشغيلها بطريقة غير صحيحة.

2_ أن يصبح موضوع تكامل البيانات الآلية محل تساؤل لدى الكثير من المستهلكين للسلع والخدمات عبر الإنترنت بسبب خصائص الأسلوب الآلي في التوثيق.

3_ وجود تحفظ وجدل كبير حول شروط العمليات وعملية إصدار الفواتير المرتبطة بها بسبب ما تُثيره وسائل الإثبات الآلية.

و نلاحظ أن معظم الدراسات في مجال تكامل العمليات تشير إلى أن المشاركين في عمليات التجارة الإلكترونية يطالبون بالحصول على تأكيدات بأن الشركات ومؤسسات الأعمال التي تعرض سلعها وخدماتها من خلال الموقع الخاص بها على شبكة الإنترنت أن يكون لديها الآتي:

4_ إجراءات رقابية فعالة للتأكد من تكامل تنفيذها للعمليات.

5_ وجود سجل تاريخي ثابت عند تشغيل العمليات الخاصة بها بشكل فوري دقيق وبطريقة متكاملة.

6_ إصدار فواتير لعملائها أو تحميلهم بالمبالغ الموافق عليها من الطرفين.¹

الفرع الثالث: التحديات المتعلقة بالأمن والخصوصية وحماية المعلومات:

إن عالم التجارة الإلكترونية وما فرضته عليها شبكة الإنترنت من تحديات انتهاك الخصوصية للمستهلك بالحصول على بيانات ومعلومات شخصية وكذلك مراقبة واعتراض وتفريغ الرسائل المتبادلة عبر البريد الإلكتروني E-Mail من خلال شبكة الإنترنت، حيث تنتهك سرية المعلومات الحساسة التي ترسل عبر الشبكة وتجعلها عرضة للاطلاع على سبيل المثال:

1_ التعرض لالتقاط أرقام بطاقات الائتمان وسرقتها أثناء إرسالها عبر الشبكة، إذا لم تستخدم الأساليب الفنية للتشفير.

2_ التعرض لإمداد أطراف خارجية ليس لها علاقة بأعمال الشركة أو المؤسسة بالبيانات الخاصة بأحد عملائها، وهذا إذا لم يوجد ساتر أممي مناسب لحماية عملاء التجارة الإلكترونية.

3_ التعرض لاختراق نظام الشركة أو المؤسسة بالدخول على شبكة الحاسب الآلي الخاص بها والتوصل إلى وسائل الاتصال بعملاء الشركة وإلى أجهزة الحاسب الشخصية بأماكن عملهم أو منازلهم وهذا يمثل خطرًا كبيرًا ويؤدي

¹ - إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 49،48 .

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

أيضاً إلى التعرف إلى رغباته وميوله ثم إغراقه بمنتجات دعائية على نحو قد يؤدي إلى إعاقة شبكة الاتصالات، فضلاً عن تحمل المستهلكين أنفسهم لتكاليف باهظة بسبب الدعاية التي ترسل إليهم في صورة بريد إلكتروني و من هنا نجد أنه لا بد من السعي للاحتفاظ بأمن وخصوصية وحماية معلومات المستهلك الإلكتروني/الشبكي.¹

الفرع الرابع: التحديات التقنية والتكنولوجية:

تمثل التحديات ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا في الآتي:

1 - تحديات البنى التحتية الإلكترونية: وهو تحد ذو طبيعة تقنية يتصل به تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات ادارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها اذ لما تزل غالبية الدول العربية تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقلي الاتصالات والحوسبة عوضاً عن النقص او عدم الاستثمار الكافي للكفاءات والكوادر المؤهلة للتعاطي مع تحديات البناء التقني الفاعل ، مع غياب استراتيجيات اعادة بناء مساقات التعليم في حقل التكنولوجيا والمعلومات والتأهيل والتدريب التطبيقي ووسائلها جميعاً ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبدل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الإلكترونية العربية ، وهو هنا ليس مجرد سوق مواقع التجارة الإلكترونية وانما في الاساس سوق المستخدم او الزبون الذي يتيح بقاء وتطور هذه المواقع.

2 - تحديات الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دور هاماً في انتشارها وتطورها لاسمى بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية وتعد مستوى ونوعية التعليم مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني.

3_ تحديات قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية حيث تمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية وتتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة و مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها.²

¹ - محمد على الخليفة محمد، التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات السودانية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا عمادة التطوير والجودة مركز الجودة الشاملة والتميز، السودان، 2015، ص 55.

² - نفس المرجع، ونفس الصفحة.

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

الفرع الخامس: التحديات التجارية:

إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الإلكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية، تمثل تحدياً حقيقياً أمام المؤسسات والمشروعات التجارية، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات إلكترونية، فكثير من الشركات التجارية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محلياً وخارجياً، وعدم استيعابها بعد بشكل كافٍ لمفهوم الأعمال الإلكترونية الجديدة، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب أولاً قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الإنترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الإلكترونية ويمكن تلخيص أهم العقبات التجارية في الآتي:

اولاً ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية.

ثانياً محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محلياً.

ثالثاً غياب رؤوس الأموال بصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.

الفرع السادس: تحديات حكومية:

تمثل التحديات الحكومية في طبيعة السياسات التي تتبناها والتي لها تأثير مباشر أو غير مباشر على انتشار التجارة الإلكترونية ومن هذه السياسات إدارة البنى التحتية التجارية مثل الموانئ التجارية البرية والبحرية والجوية مما يجعلها متدنية الكفاءة ومرتفعة التكاليف بشكل غير مبرر، والتي لا تتناسب وبنية التجارة الإلكترونية.

وكذلك من أهم التحديات التي تظهر من جراء التجارة الإلكترونية بالنسبة لوضعي السياسات هي إنه رغم أن الحكومات يمكن أن تضمن تحقيق المنافع المحتملة من وراء التجارة الإلكترونية بشكل كامل من خلال آلية التنظيم الذاتي للسوق عن طريق العمليات التجارية، إلا أنه مازالت هناك نواحي معينة يعتبر تدخل الحكومة فيها عاملاً مهماً لضمان ما يلي:

اولاً المقاييس الموحدة للبنية الأساسية للاتصالات السلكية واللاسلكية.

ثانياً الاستثمار الكافي في البنية الأساسية لضمان وصول الإنترنت إلى كافة شرائح المجتمع.¹

¹ - محمد علي الخليفة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 56،57

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

ثالثاً_ إيجاد بيئة قانونية منظمة للتعاملات المالية من خلال الإنترنت، الأمر الذي يتطلب الوضوح القانوني لآلية التعويض الملائم. مع وجود مصداقية تتعلق بتطبيق القانون السائد في أي بلد على تعاملات التجارة الإلكترونية عن طريق إصدار قانون تجاري دولي موحد.

رابعاً_ أمن وخصوصية الصفقات - وهذا سوف يعزز الأمن في عمليات الشراء عبر الإنترنت عن طريق بطاقات الائتمان، وهناك توجهات حكومية متنوعة وخطوط إرشادية تم وضعها لتقوية أمن وخصوصية ت ا رسل المعلومات، وتقوم غرفة التجارة الدولية بتطوير معايير أمن الصفقات عبر شبكات الإنترنت من خلال إطار عمل ذاتي التطوير للأعمال التجارية عبر شبكة الإنترنت .

خامساً_ القواعد الخاصة بالتعامل مع مكونات المحتوى غير المقبول أو المقبول بشروط للتأكد من عدم استخدامها لإبراز مواد منافية للآداب العامة والأخلاق .

سادساً_ إطار عمل يمكن توقعه لفرض الضرائب على مبيعات الإنترنت.

سابعاً_ حيث أن فرض الضرائب وضريبة القيمة المضافة والضرائب الأخرى هي قرار هام آخر يجب على الحكومات النظر له بعين الاعتبار، فإذا لم يتم فرض ضرائب على الصفقات عبر الإنترنت فإن هذا سوف يعطي هذا النوع من التجارة منفعة كبيرة عن وسائل التجارة الأخرى، وقد تمت مناقشة اقتراحات مختلفة ومازالت اقتراحات أخرى قيد المناقشة وهي تتراوح بين فرض ضريبة على البائع أو على المشتري أو على موفر الإنترنت أو على مقدار المعلومات المرسل بين الطرفين ما يسمى ب "bit tax".

ثامناً_ المساواة في الفرص تعد الإنترنت بتأمين العديد من المنافع للبلدان النامية مثل إمكانية الاتصال الرخيصة مما سوف ينشر فوائد المعرفة بشكل أوسع ويخلق فرص عمل جديدة ، ويدعم مركز الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الاونكتاد جهود الدول النامية في هذا المجال من خلال برنامج نقطة التجارة الذي يقوم بخلق شبكة لنقاط التجارة العالمية التي تؤمن المعلومات ذات العلاقة بالتجارة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم .

تاسعاً_ الأموال الإلكترونية أثار موضوع تحويلات الأموال الإلكترونية أو وحدات القيمة النقدية التي تأخذ شكل رقمي ، أثار المواضيع المتعلقة بحماية المستهلك وتنفيذ القانون والإشراف على إصدار الأموال الإلكترونية، وقد حدد بنك التسويات الدولي بعض النواحي الهامة المتعلقة بإدخال الأموال الإلكترونية والتي تستحق العناية وهي:

1_ الشفافية : يجب أن يكتمل كشف خبايا الأمور المتعلقة بالأموال الإلكترونية حتى يمكن للمستهلكين أن يفهموا الواجبات المتعلقة باستخدام هذه الأموال.¹

¹ - محمد علي الخليفة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 56،57

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

2_ الأمانة المالية : يجب تأكيد نزاهة جهات إصدار الأموال الإلكترونية قبل قيامها بإصدار أدوات الأموال الإلكترونية.

3_ الزمن الفني ضروري للوقاية ضد عمليات غزو التزييف التي قد تهدد نزاهة طريقة الأموال الإلكترونية.

4_ المواجهة الهجومية ضد الأنشطة الإجرامية.

الفرع السابع: تحديات اجتماعية و تحديات تشريعية وقانونية :

أولاً: تحديات اجتماعية: تشكل الجوانب الاجتماعية والثقافية لبعض الأمم عوائق أمام انتشار التجارة الإلكترونية والانفتاح على العالم الخارجي وما ينطوي عليه من غزو ثقافي وفكري وأخلاقي مثل ترويج السلع المحرمة إسلامياً أو ما يلقي بالشك على الدور التقليدي للمرأة في مجتمعاتها، قد يشكل عائقا وتحدياً أمام انتشار استخدام التجارة الإلكترونية في هذه المجتمعات.

ثانياً: تحديات تشريعية وقانونية: تشكل التشريعات والقوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو التجارة الإلكترونية، والضوابط القانونية التي تتلاءم وأنماط العمليات التجارية الإلكترونية الحديثة، سيما في ظل حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية وتباين أطر الأنظمة التشريعية المحلية لدول العالم. ويمكن إيجاز التحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية وفق مراحل إتمام العملية التجارية الإلكترونية. ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر عقبات وتحديات أبرزها مدى توثق المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية مشكلة الملكية الفكرية، وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة، وكذلك آلية احتساب الضرائب على عوائد التجارة الإلكترونية. وفي المرحلة التالية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلاقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الإلكتروني، وهنا تظهر مشكلتان:

أولها: مدى توثق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سلامة صفة التعاقد، وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف.¹

وثانيها: مدى حجية العقد الإلكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي ليقوم بدور التوقيع العادي، أما المرحلة الثالثة والمتمثلة في إنفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، والوفاء بالثمن، فمن ناحية تسليم السلعة فتثور مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الاتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن

¹ - محمد علي الخليفة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 57، 58

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية مثل السداد بالبطاقات الائتمانية أو تزويد بيانات البطاقة عبر الهاتف. وهذه التحديات ترتبط بمشكلة أمن المعلومات عبر شبكة الانترنت، ويضاف إلى ذلك، تحديات أخرى مثل حماية الأنشطة التجارية من تطفل مخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات أو ما يعرف بجرائم الانترنت، وكذلك تحدي الاختصاص القضائي في فض النزاعات التي تحدث بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي. إن تحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع والامة والمدرك لإبعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد النظام القانوني ، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية البعد التنظيمي ومنتجه الاطار القانوني الناظم للتجارة الإلكترونية ، فانه وحتى الان لم تقف المؤسسات التشريعية العربية بوجه عام وقفة شمولية امام تشريع التجارة الإلكترونية مثلا ذو فعالية وملائمة اذا لم يكن النظام القانوني المعني يعترف مثلا بالحماية الجنائية للمعلومات من اخطار جرائم الكمبيوتر والانترنت ، أو كان النظام القانوني المعني لا يقبل حجج الوسائل الإلكترونية ولا يعترف بمستخرجات الحاسوب بيئة في الاثبات.

الفرع الثامن: تحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية:

وهو تحد يتصل بالأعمال أو على نحو ادق بمفهوم تطوير الاعمال Business development والمتعلق بتطوير الأعمال الإلكترونية لضمان الاستمرارية والتنافسية ، فإنه وأن كان يعتمد ابتداء على اتساع رقعة الأعمال وعلى اتساع حجم سوق التجارة الإلكترونية العربية فإن بناء المشاريع الإلكترونية العربية ، فيما تيسر لنا متابعتها لا يعكس اقرارا حقيقيا بأهمية هذا البعد وان المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة ، لان وجودا دون قدرة تنافسية وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الأخير أقل كلفة ويوفر خسائر الوجود غير الفاعل على الشبكة.¹

¹ - محمد على الخليفة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 60،61 .

خلاصة الفصل الاول:

لقد تطورت التجارة الإلكترونية بسرعة هائلة تبعا لتطور مدعماها من الاقتصاد المبني على المعرفة و تكنولوجيا الإعلام والاتصال اللذان يمثلان الدعامة الأساسية لها.

وقد حلت التجارة الإلكترونية بدورها مشاكل كثيرة كانت تعاني منها التجارة التقليدية، وخلقنا سلعاً خاصة بها، فهي توفر السرعة والاطلاع الواسع على المعلومات التجارية في كل أنحاء العالم، وسهلت التعامل بين كل المتعاملين الاقتصاديين من زبائن، موردين، وخاصة المؤسسات العالمية التي تحتاج للتعامل الدائم مع كل المتعاملين في كل أنحاء العالم، كما أعطت الفرصة للشركات الصغيرة في تحقيق ميزة تنافسية عالمية دون الحاجة إلى إنشاء بناء ضخمة أو تكبد تكاليف كبيرة، فامتلاك جهاز كمبيوتر واشتراك في بنك له نظام دفع متطور يمكن الأشخاص من الوصول إلى ما كان يكلفهم سابقاً أموالاً وجهداً كبيراً.

وهذا ما جعل الباحثين الاقتصاديين والقانونيين يحاولون إعطاء مفاهيم وتعريفات للتجارة الإلكترونية وللعقود التي تتم من خلالها، مع سن قوانين تخص هذا النوع من التجارة التي طغت على الطابع العالمي للمبادلات التجارية بشتى أنواعها مع بقاء بعض السلع الثمينة والتي تحتاج إلى المعاينة الشخصية تستعمل التجارة التقليدية، حسب بعض الآراء التي تعرف التجارة الإلكترونية أنها التجارة التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية البحتة، ولكن هذا لا ينبغي تدخل التجارة الإلكترونية في الترويج لها وفي طريقة الدفع لثمنها، وعليه حسب التعريف الذي يقر بأن تدخل التعامل الإلكتروني في أي مرحلة من المعاملات التجارية يجعلها تجارة إلكترونية فإننا سنضم كل أنواع التجارة في صنف التجارة الإلكترونية، أو على الأقل نقول أن هناك مزج بينهما، لكل مراحلها الخاصة التي تستطيع أن تقدم فيها أفضل أداء وأسهل طريقة بأقل التكاليف.

كما سنت قوانين عديدة تخص التجارة الإلكترونية، معالجة لمشاكل الدفع الإلكتروني، والتعدي على حقوق الشركات الإلكترونية، وحماية المواقع التجارية، بالإضافة إلى الحلول التي قدمتها التكنولوجيا الحديثة من أنظمة تشفير وأمان للمعلومات المختلفة.

مما جعل للتجارة الإلكترونية مزايا تطغى على صعوباتها القابلة للحل مع تطور التكنولوجيات، لذا يجب على بلدان العالم الثالث أن تسارع لتكييف أنظمتها المصرفية والاقتصادية والاجتماعية الثقافية مع النمط التجاري الحديث، خاصة بدخولها في الاقتصاد العالمي وانفتاحها على العالم في إطار العولمة التي نعيشها كواقع سواء كان باختيارها أو مفروض عليها فلا بد من التعامل مع الواقع، والاستفادة من الإيجابيات التي يحملها بدلا من الوقوف في موقع المتفرج دون التقدم إلى الأمام، فالتجارة الإلكترونية تستطيع أن تجعلنا نتقدم وننمي اقتصادنا إذا ما

الفصل الاول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

استغللناها في خلق صناعة ذات مواصفات عالمية معتمدين على إمكانية تخفيض التكاليف وسرعة الترويج والإعلان والتمويل التي تقدمها التجارة الإلكترونية .

وفي الفصل الموالي سنتطرق الى دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة الخارجية.

الفصل الثاني: دور التجارة الالكترونية في تحرير

التجارة العالمية

تمهيد الفصل الثاني

في مطلع القرن السابع عشر تبنى رواد المدرسة التجارية في أوروبا السياسة التجارية الحمائية، من أجل الحفاظ على رصيد البلد من المعادن النفيسة، و بعد ما ظهرت المدرسة الكلاسيكية في منتصف القرن الثامن عشر، اهتمت بالتوسع في الإنتاج، و انتهاج الحرية الاقتصادية وحرية التبادل كأساس لزيادة الثروة و توسيع حجم السوق. ومن هنا بدأ الفكر الاقتصادي في مجال التجارة الخارجية يتطور وظهرت سياسات التجارة الخارجية، و التي تنقسم إلى اتجاهين، اتجاه يطالب بتقييد التجارة الخارجية أما الاتجاه الآخر فيدعو إلى تحريرها من كافة القيود و هدف الدولة من وراء هذه السياسات هو تحقيق المزيد من الاستقرار و النمو الاقتصادي و دعم برامج التنمية و تحقيق التشغيل الكامل و استقرار الأسعار .

وفي النصف الثاني من القرن العشرين ظهرت الاتفاقية العامة للتعريف الجمركية و التجارة كمنظمة تعمل على تحرير التجارة الدولية و الحد من استخدام الحواجز التعريفية و غير التعريفية التي تعيق حركة التبادل التجاري الدولي و مطلع التسعينات تم استبدالها بمنظمة التجارة العالمية ، و التي تعتبر أكثر شمولية و أكثر صرامة في إدارة و تنفيذ مختلف الاتفاقيات التجارية.

و في الآونة الأخيرة شهد العالم اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية Electronic Commerce كنتيجة حتمية وضرورة للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنت دورا " رئيسا" ومهما" كوسيط لاستكمال تنفيذ اعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر، فقد حصل تحولا " كبيرا" من الشكل التقليدي للتجارة الى الشكل الالكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا" ملموسا" في ظل البيئة الحالية، وتسعى العديد من الدول الى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصا" في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا" لتأثير هذه التجارة على الاسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والافراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

ومن اجل دراسة هذا تم تقسيم هذا الفصل الى المباحث الثلاث التالية:

المبحث الاول: عموميات حول تحرير التجارة الخارجية.

المبحث الثاني: الاتجاهات العالمية في التجارة الخارجية.

المبحث الثالث: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في التجارة العالمية.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المبحث الاول: عموميات حول تحرير التجارة الخارجية

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف التحرير التجاري، شروط نجاحه و آثاره، التوجهات الحديثة للتجارة الخارجية ثم نتعرض إلى الخطوات العملية لتحرير التجارة العالمية الخارجية.

المطلب الاول: مفاهيم حول تحرير التجارة الخارجية

يعني التحرير التجاري: "التخلي بشكل عام عن قيود التجارة وأسعار الصرف"¹ كما يمكن تعريف سياسة تحرير التجارة الخارجية على أنها جملة الإجراءات والتدابير الهادفة إلى تحويل نظام التجارة الخارجية تجاه الحياد، بمعنى عدم تدخل الدولة اتجاه الواردات أو الصادرات وهي عملية تستغرق وقتاً طويلاً²، وعليه يمكن القول أن تحرير التجارة الخارجية، يعني التخلي التام عن وضع القيود على التجارة الخارجية وأسعار الصرف، من خلال وضع جملة من التدابير والإجراءات الهادفة إلى تحويل نظام التجارة الخارجية تجاه الحياد.

أما من منظور المؤسسات الدولية بخصوص تحرير التجارة الدولية فتعني:

- التخلي عن السياسات المنحازة ضد التصدير وإتباع سياسات حيادية بين التصدير والاستيراد.

- تخفيض قيمة الرسوم الجمركية المرتفعة والتحكم فيها.

- تحويل القيود الكمية إلى رسوم جمركية والاتجاه نحو نظام موحد للرسوم الجمركية.

ويؤدي تحرير التجارة الخارجية إلى تغيير في الأسعار النسبية مما ينتج عنه آثار على القطاعات تبعا لاتجاهات

الأسعار فيها، وهذا من شأنه التأثير على الإنتاج والطلب والشغل، ومنه في النهاية إعادة توزيع المداحيل.

ويشكل تحرير التجارة الخارجية مبدأ أساسيا من المبادئ التي تقوم عليها المنظمة العالمية للتجارة، حيث تعمل هذه

الأخيرة على محاربة مختلف أشكال القيود الكمية وتحويلها في مرحلة أولى إلى قيود تعريفية وتعمل في مرحلة ثانية

إلى الاتجاه بها نحو الانخفاض.

الفرع الاول: أسباب تحرير التجارة الخارجية:

إن برامج تحرير القطاع الخارجي في الغالب هي جزء من برنامج متكامل لإصلاحات هيكلية تنتهجها الدول،

وذلك بغية دفع عجلة النمو في الاقتصاد وهذا التوجه مرده إلى أسباب مترابطة منها:

أولاً: تدهور شروط التبادل التجاري خصوصا فيما يتعلق بزيادة أسعار البترول واتجاه أسعار المواد الأولية الأخرى

نحو الانخفاض.

¹ -حسن لخضر، برامج اصلاح التجارة الخارجية و تقييمها، على الموقع WWW.arab-ari.org/cour25/pdf

² قدي عبد المجيد، مدخل الى السياسات الاقتصادية الكلية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 249.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

ثانياً: الضغوط التي تمارسها المؤسسات الدولية وبعض الدول الغربية، وذلك بعد تفاقم أزمة المديونية في الدول النامية عام 1982، حيث أجمعت الدول الغربية والمؤسسات الدولية على أن تحرير التجارة الخارجية هو عنصر أساسي لإنعاش الاقتصاد العالمي، ومارست المنظمات الدولية ضغوطها على الدول النامية من خلال قروضها الشرطية.

ثالثاً: تزايد عدد التجارب الناجحة فيما يخص تحرير التجارة الخارجية حيث أفطت جميع الدراسات بوجود علاقة قوية بين تحرير التجارة الخارجية والنمو الاقتصادي، وأن الدول التي ركزت على الانفتاح التجاري وتشجيع الصادرات قد حققت نمواً أكبر من الدول التي اتبعت سياسة إحلال الواردات المبنية على حماية الصناعات المحلية، وكمثال على ذلك دول جنوب شرق آسيا.¹

الفرع الثاني: مزايا تحرير التجارة الخارجية:

تؤدي عملية تحرير التجارة الخارجية إلى العديد من المنافع والمزايا للدول النامية منها:

- 1 - **تشجيع المنافسة في الأسواق المحلية:** يؤدي تحرير التجارة الخارجية إلى إزالة العوائق في المبادلات الخارجية وهذا بدوره يقود إلى إحداث آثار تنافسية هامة في الاقتصاد.
- 2 - **التقليص من التزامات الحكومة:** والناجمة عن قيامها بإجراءات التجارة الخارجية من جهة وتحملها لتكاليف ناجمة عن التحديد الإداري لأسعار الصرف، مما يجعل الحكومة تنصرف لمهام أخرى.
- 3 - **المساعدة على عملية الاندماج الاقتصادي:** ذلك أن عملية الاندماج الاقتصادي تتطلب أسواق واسعة، ولهذا نجد مختلف أشكال الاندماج تركز على مبدأ التبادل الحر للمنتجات ذات المنشأ والمصدر المنتمي لدول منطقة الاندماج المعنية وهذا عن طريق إزالة الحواجز الجمركية وغير الجمركية.
- 4 - إن تنمية الصادرات تؤدي إلى تغطية تكاليف الواردات (موازنة الميزان التجاري).
- 5 - زيادة الضغوط على المؤسسات المحلية لكي تبتكر وتحقق أكثر مستويات الإنتاج كفاءة.
- 6 - تقدم للمستهلكين نطاقاً أوسع من اختيارات السلع.
- 7 - تسمح للشركات أن تستغل بشكل كامل ميزات النسبية.
- 8 - انفتاح التجارة يزيد استخدام التكنولوجيا الجديدة.²
- 9 - يقترن تحرير التجارة بانخفاض أسعار السلع، ذلك أن إزالة قيود الاستيراد يتيح للمستهلكين شراء السلع

¹ - حسان لخصر، برامج اصلاح التجارة الخارجية و تقييمها ، مرجع سبق ذكره ، ص 16 ، 17.

² - نفس المرجع ، ص 21.

بالأسعار العالمية.

الفرع الثالث: التسلسل الأمثل للتحرير التجاري:

لاشك أن هناك خلاف حول التسلسل الأمثل لإصلاحات التحرير، لكن هناك مبادئ إلى حد ما عامة، قد

تمثل التسلسل الأمثل لتحرير الاقتصاد بشكل عام وليس التجارة الخارجية فقط، وهذه المبادئ هي:

أولاً: تحرير القطاعات الحقيقية أو الأسواق الداخلية (القيود على الأسعار وسياسة الأجور....) قبل القطاعات المالية لأن هذه الأخيرة تتميز بالشفافية مما يعني أن أي اضطراب في التدفقات المالية قد يؤدي إلى عدم الاستقرار المالي وبالتالي عدم نجاح تحرير التجارة الخارجية.

ثانياً: تحرير الأسواق المالية المحلية مثل: أسواق رأس المال، بمعنى أنه إذا كانت هناك حرية انتقال لرأس المال (وجود مستويات أسعار فائدة محلية أقل من العالمية). فهذا سوف يؤدي إلى هروب رأس المال إلى الخارج.

ثالثاً: دخول رأس المال إلى الدولة خلال فترة تحديد الاقتصاد من شأنه أن يؤدي إلى ارتفاع أسعار الصرف، والتي تعتبر عكس ما هو مطلوب لتحرير التجارة الخارجية.

وتعتبر سرعة برنامج تحرير التجارة الخارجية أحد القضايا القابلة للنقاش والتساؤل: هل من الأفضل أن يكون هناك تحرير تدريجي للتجارة الخارجية أو تحرير سريع على شكل صدمات متلاحقة؟ وهناك رأيين:

الرأي الأول: البعض يرى أن تحرير التجارة الخارجية التدريجي والذي يستغرق أكثر من عامين يعتبر إلى حد ما أفضل للأسباب التالية:

1- تعرض الصناعات المحلية للمنافسة الخارجية فجأة تؤدي إلى فشل أو اختفاء هذه الصناعات، مما ينعكس على نسبة البطالة والنشاط الاقتصادي ككل.

2- الطريقة التدريجية تعطي للصناعات المحلية الفرصة الكافية للتعامل مع الظروف الجديدة، وهناك دول اتبعت هذه الطريقة وهي المغرب، تركيا، اندونيسيا وكوريا الجنوبية)

الرأي الثاني: هناك من يرى أنه من الأفضل التحرير السريع وعلى شكل صدمات لبرنامج التجارة الخارجية للأسباب التالية:

1- تعطيلها مصداقية أكبر وتوحي بقطع العلاقة مع الماضي والبدائية من جديد.

2- تؤكد التزام الحكومة الواضح والمحدد.¹

3- الطريقة التدريجية تعطي الفرصة للجماعات المعارضة لإحباط برنامج التحرير، وتصبح المسألة قضية سياسية

¹ - أحمد فاروق غنيم، حول تحرير التجارة، مركز المشروعات الدولية الخاصة، واشنطن، 2006، ص 6.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

وهناك بعض الدول اتبعت هذه الطريقة (بوليفيا غانا المكسيك بولندا.... إلخ)

الفرع الرابع: التوجهات الحديثة لتحرير التجارة الخارجية:¹

ان التوجهات الحديثة في التجارة الخارجية هو للتكتلات الإقليمية، فالعديد من الدول تحاول التقارب فيما بينها عن طريق اتفاقيات اقتصادية إقليمية أو في إطار منظمات دولية وهذا لزيادة وتيرة التبادلات التجارية سواء تعلق الأمر بدول متقدمة كدول أوروبا أو أمريكا الشمالية أو دول في طريق النمو كدول اسيا.

اولا_ الاتفاقيات التجارية الإقليمية أو الجهوية :

ولهذه الاتفاقيات أشكال عدة تتمثل فيما يلي:

1_ التعاون الاقتصادي: يهدف هذا النوع من الاتفاقيات إلى تسهيل التجارة بين الدول الاعضاء مع إزالة بعض الحواجز الخاصة بالاستثمار و تسهيل دخول الشركات الاجنبية لهذه الدول.

2_ مناطق التجارة الحرة: تهدف إلى إزالة الحواجز للتبادل التجاري للسلع بين الدول الاعضاء، مع الإبقاء على التشريعات الخاصة بالتبادل التجاري بالنسبة لباقي الدول.

3_ الاتحادات الجمركية: إزالة الحواجز للتبادل التجاري للسلع ما بين الدول الاعضاء، بالإضافة إلى تبني تعريف جمركية موحدة.

4_ السوق المشتركة: إزالة الحواجز للتبادل التجاري للسلع ما بين الدول الاعضاء مع اعتماد تعريف جمركية موحدة، وكذلك تكريس حرية تبادل وعبور السلع و الخدمات و الاشخاص و الأموال.

5_ الاتحادات الاقتصادية : إزالة كل الحواجز لحرية العبور السلع و الخدمات و الاشخاص و الاموال ما بين الدول الاعضاء، مع تبني سياسة نقدية و جبائيه مشتركة و اعتماد عملة مشتركة.

ثانيا_ الهيئات و المنظمات الدولية:

1_ المنظمة العالمية للتجارة: تعد الجهاز المسؤول عن الاشراف على تنفيذ جميع اتفاقيات التي أسفرت عنها مفاوضات جولة اوروجواي، فضلا عن مسؤوليتها عن اتمام المفاوضات المستقبلية.

2_ صندوق النقد الدولي: من هيئات الامم المتحدة أنشئ تبعا لاتفاقية برتن وودز سنة 1944 وكان ومن أهدافه الأولى وضع نظام دولي جديد، تكريس التعاون النقدي الدولي، العمل على زيادة متوازنة للتبادلات

¹ - شلاي رشيدة، تسيير المخاطر المالية في التجارة الخارجية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العليات التجارية، جامعة الجزائر 3، 2011/2010، ص 27،28،29،30.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

التجارية الدولية، العمل على استقرار معدل الصرف، تقديم المساعدة للدول التي تشكو من حالة عجز مالي وذلك بشرط الالتزام بتحسين حساباتها العمومية.

3_ البنك الدولي: من هيئات الأمم المتحدة أنشئ تبعاً لاتفاقية برتن وودز سنة 1944، يعمل البنك الدولي على تشجيع التنمية الاقتصادية طويلة الأجل و الحد من الفقر من خلال توفير الدعم الفني و المالي لمساعدة البلدان الاعضاء على اصلاح قطاعات معينة او تنفيذ مشروعات محدودة مثل بناء المدارس و المراكز الصحية وتوفير المياه و الكهرباء ، مكافحة الامراض و حماية البيئة، والمساعدات التي يقدمها البنك الدولي هي مساعدات طويلة الأجل بصفة عامة وتمول من مساهمات البلدان الاعضاء، ومن خلال اصدار مستندات واغلب موظفي البنك الدولي من المتخصصين في قضايا القطاعات او تقنيات معينة .

4_ المنظمة العالمية للسياحة: تعتبر منظمة حكومية وكلت لها منظمة الأمم المتحدة دور ترقية وتنمية السياحة، وهي بمثابة منبر للمسائل الخاصة بالسياسة السياحية.

5_ المنظمة العالمية للجمارك: تقوم بمهمة تلاؤم وتوحيد التقنيات الجمركية وذلك بالتعاون مع المنظمات الحكومية وكذا المنظمة العالمية للتجارة.

المطلب الثاني: شروط نجاح التحرير التجاري وأثاره:

الفرع الاول: شروط نجاح التحرير التجاري:

تعتمد سياسة تحرير التجارة الخارجية على مجموعة من الأدوات أهمها (تغيير نظام الأسعار، تغيير نمط تدخل الدولة في التجارة الخارجية، تغيير أسعار الصرف....). واستناداً إلى التجارب السابقة التي عرفتتها مختلف دول العالم في سياستها لتحرير تجارتها الخارجية فإنه ثمة متطلبات يجب توفيرها من أهمها:

أولاً: يتطلب تحرير التجارة الخارجية وجود سياسة اقتصادية كلية سليمة، وأسعار صرف واقعية تعكس الواقع الاقتصادي.

ثانياً: أن تكون السياسات المتعلقة بالاستثمار والأسعار والبطالة تعمل في اتجاه التحرير ودعمه.

ثالثاً: من المفيد الابتداء في التحرير بإلغاء الحصص و القيود الكمية المماثلة والتي يمكن في البداية استبدالها بتعريفية جمركية، لأن التعريفية تضيف نوعاً من الشفافية على الحماية، فتبين المنتفعين من الحماية وحجم هذا الانتفاع.¹

¹ - قدي عبد المجيد، مدخل الى السياسات الاقتصادية الكلية، مرجع سبق، ص 251، 252.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

رابعا: من المفيد قبل الشروع في اجراء تخفيضات في مستويات التعريفات الجمركية القيام بإجراءات لزيادة الصادرات، ويتم الاجراء جنبا إلى جنب مع تخفيض سعر الصرف للتمكن من تحقيق مكاسب مبكرة من عملية التحرير عن طريق زيادة الصادرات والإنتاج و العمالة.

خامسا: يتوقف نجاح واستمرار برامج تحرير التجارة الخارجية على توفر بيئة عالمية تشجع تحقيق المزيد من التحرير التجاري ويقوم فيها مختلف الدول بالالتزام بقواعد التحرير.

الفرع الثاني : أثار تحرير التجارة الخارجية:

هناك العديد من الآثار التي تنجم عن جراء إتباع الدول لبرامج تحرير التجارة الخارجية، حيث تؤثر هذه البرامج على العديد من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وغيرها:¹

اولا: الآثار الاقتصادية: تؤثر برامج تحرير التجارة الخارجية على الجانب الاقتصادي من خلال:

1: رفع معدلات نمو الإنتاج وتحسين الإنتاجية: إن تحرير التجارة أو رفع الحماية يسمح بتحقيق معدلات نمو أكبر من خلال توفر موارد أكبر، وتحسين إنتاجية عناصر الإنتاج، ولقد أثبتت الكثير من الدراسات على وجود علاقة طردية بين الانفتاح والنمو الاقتصادي.

2: استغلال وفرات الحجم: إن الانفتاح على الخارج خاصة من حيث رفع الحماية من شأنه الحد من القوى الاحتكارية، ويسمح باستغلال وفرات الحجم، وقد أثبتت الدراسات المتوفرة في هذا المجال وفي معظمها للدول المتقدمة، وجود علاقة واضحة بين درجة الانفتاح واستغلال وفرات الحجم.

3: رفع معدلات التصدير وتنوعه: يلعب تشجيع التصدير وتنوعه دورا هاما في برامج تحرير التجارة الخارجية، إذا أن ارتفاع الصادرات يضمن عائدات من العملة الصعبة، وبالتالي سياسة تشجيع التصدير تضمن تحسنا في وضع ميزان المدفوعات وارتفاعا في معدلات النمو الاقتصادي.

4: تخفيض عجز الميزان التجاري: تؤثر برامج تحرير التجارة الخارجية على الميزان التجاري من خلال تأثيرها على الصادرات والواردات في نفس الوقت، في حين تؤثر برامج التحرير تأثيرا سريعا وواضحا على الواردات (خاصة من خلال الحوافز السريعة) فإن التأثير على الصادرات يتوقف أيضا على درجة تعديل هذه الحوافز ومدى الاستجابة لتلك الحوافز، كما أن التأثير على الميزان التجاري يتوقف على نوع الحوافز التي يبدأ بتطبيقها

¹ - ناجي تواتي، السياسات التنظيمية لقطاع الخدمات، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2001، ص 7.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

أولاً: أ: إذا بدأ البرنامج باستعمال حوافز تشجيع التصدير (مثل خفض قيمة العملة) قبل الشروع في رفع الحماية عن الواردات سوف يؤدي ذلك إلى تحسين الميزان التجاري يتبعه تقلص نتيجة تفاقم الواردات.

ب: أما إذا وقع العكس، الأثر المباشر لتحرير التجارة يكون سلبيا في البداية تم إيجابيا فيما بعد.

ثانياً: الآثار الاجتماعية: تعتبر الآثار الاجتماعية من أصعب الجوانب من حيث التقييم. حيث تكتسب هذه الآثار أهمية خاصة نظراً لأن أي برنامج يؤثر سلباً على توزيع الدخل وعلى الطبقات الفقيرة، ونظراً للمصاعب التي تواجهها هذه الآثار، اعتمدت الدراسات التي قيمت الآثار الاجتماعية لبرامج تحرير التجارة الخارجية بعض المؤشرات منها:¹

1: حصة الأجور في الدخل الوطني: إن تراجع حصة الأجور في الدخل الوطني تشير إلى تفاقم البطالة وتدني

مستوى المعيشة، حيث يتسبب رفع الحماية في تقهقر بعض الشركات أو القطاعات التي لا تستطيع أن تواجه المنافسة الخارجية، ويؤدي ذلك إلى تسريح العمالة، خاصة غير المتخصصة مما ينجم عنه ارتفاع معدلات البطالة.

2: مستوى الاستهلاك للفرد الواحد: حيث يعبر مستوى الاستهلاك للفرد الواحد عن مستوى الرفاهية، فتدني مستوى الاستهلاك الحقيقي يعني تدهور في مستوى المعيشة.

3: مستوى النفقات الاجتماعية: عندما تكون الطبقات الفقيرة من أكبر المستفيدين من التقديمات الاجتماعية (الصحة، التعليم، النقل....) وبالتالي فإن تقلص هذه النفقات خلال البرنامج دليل على تقهقر مستوى هؤلاء ويقاس بحجم الانفاق الاجتماعي إلى الناتج المحلي.

4: برامج النهوض بالطبقات الفقيرة: تلجأ العديد من الدول التي تحرر تجارتها إلى انشاء برامج النهوض بالطبقات الفقيرة، إن وجود هذه البرامج يدل في حد ذاته على وجود تأثير سلبي محتمل على هذه الطبقات.

¹ - حسان لخضر، الآثار الاجتماعية لبرنامج تحرير التجارة الخارجية، نفس الموقع، ص 8-12

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المطلب الثالث: الخطوات العملية لتحرير التجارة العالمية الخارجية

يجب على الراغبين في الحصول على إحدى شهادات التوافق البيئي لتحرير التجارة العالمية الدولية، ان يضعوا مجموعة من العوامل في الاعتبار يتمثل اهمها في:¹

الفرع الاول: تحديد المنتجات الرئيسية:

شهادات الإيكو تنطلق بوجه عام على خطوط الانتاج أحادية المنتج، ولذا فإن المنتجين يركزون في البداية على منتج التصدير الرئيسي، حيث ان أي خسارة في حصة السوق نتيجة لعدم وجود علامة التوافق البيئي يكون لها عواقب مالية وخيمة، قد تصل الى حد الخروج من السوق بالكامل، فبعض الدول من المانيا تضع شروط واضحة وقوية ترتبط بالمتطلبات البيئية تمنع أي منتج لا يحمل علامة تفيد بالتوافق البيئي من الدخول لأسواقها مما يعني ان هذه الشهادات أصبحت الآن بمثابة جواز المرور للمنتجات عبر الأسواق الدولية، لذلك فلا بد من دراسة أي منتج سيتم تنفيذ إجراءات الحصول على شهادة التوافق البيئي عليه أولاً، وذلك في محاولة من المصدرين للحفاظ على حصصهم التي يستحوذون عليها في أسواق التصدير الرئيسية خاصة و أن المنافسة أصبحت أكثر ضراوة في مثل هذه الأسواق، هذا فضلا عن وجود المنافس القادر على توفيق أوضاعه بيئيا والوفاء بأي متطلبات أخرى يرغب المستورد في تحقيقها رغبة من الإستحواذ على حصة أكبر في هذه الأسواق .

الفرع الثاني: تحليل متطلبات السوق

إن تحليل متطلبات السوق تختلف من مشتري لأخر، ومن دولة لأخرى حيث أن المصدر الرئيسي لمثل هذه المتطلبات لا ينبع من المستوردين أنفسهم وإنما هو في الأصل نابع من قاعدة المعلومات التي يحتفظ بها المستورد عن تفضيلات ورغبات المستهلكين، ولذلك يمكن القول بأنه عند دراسة وتحليل أي من شهادات التوافق الدولي للتوافق البيئي سيتم السعي في إجراءات الحصول عليها، وهنا يتم تلك الشهادة التي تتميز بالقبول العام لدى الكثير من المستوردين أو تلك الشهادة التي تحاول الوفاء بأكثر المتطلبات شيوعا بين المستوردين، وتجدر الإشارة الى أن شهادة التوافق البيئي ليست هي نهاية المطاف بالنسبة للمتطلبات البيئية التي يرغب المستورد في تحقيقها، وإنما من الممكن أو من المتوقع أن يكون للمستورد طلبات أخرى إضافية، ولكن تعتبر شهادات التوافق البيئي هي نقطة الإنطلاق التي يمكن من عندها بداية المفاوضات بين كل من المستورد و المصدر، و التي لا يمكن التحدث عن أي متطلبات إضافية.²

¹ - جميل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 207.

² - جميل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 207، 208.

الفرع الثالث: المحتويات الرئيسية:

قامت هيئة التجارة الأوروبية FTA بإصدار ميثاق المتطلبات الاضافية و المعروف ب Code of Conducts BSCI و الذي يحتوي على مجموعة من المتطلبات ذات الارتباط بالبيئة و الصحة و العمالة و التي يجب أن يلتزم المتعاملين مع المستوردين الاوروبيين بها، وذلك بهدف تحقيق تحسن ملحوظ في بيئة العمل، وبما يعود عليهم أنفسهم بالنفع المتمثل في الحصول على ذلك المنتج الامن و المتوافق بيئيا، و الذي أصبح الان المستهلك أكثر طلبا له، وعلى استعداد تام لدفع تكاليف توفير مثل هذه النوعية من المنتجات الامنة.

وعلى الرغم من كون هذه المتطلبات هي في حقيقة الأمر ما هي إلا متطلبات اختيارية من حق المورد أن يقبلها أو يرفضها إلا أنها أصبحت الآن، ضرورة، كضرورة جواز المرور للأشخاص، فقد أصبح الأمر الآن جليا فبدون هذه المتطلبات وغيرها من المتطلبات التي اوضحتها الدراسة التي نحن بصددنا لن نستطيع أية سلعة المرور الى الأسواق الأوروبية بأي حال من الأحوال وليس الوضع قاصرا على السوق الأوروبية فقط، بل تخطاه كثيرا، حيث أنه أمكن الآن القول بأنه على الرغم من أن المتطلبات البيئية و الصحية و الاجتماعية هي الأصل أوروبية المنشأ، فقد أصبحت دولية المطلب، مما يعني إمكانية خروج المنتج الغير قادر على الوفاء بمثل هذه المتطلبات من الأسواق الخارجية خاصة في ظل تعدد المنافسين القادرين على توفير المنتجات المتوافقة مع هذه المتطلبات.

إن هذا الميثاق ركز كثيرا على المتطلبات الاجتماعية أكثر من المتطلبات البيئية، و التي استقاها من ميثاق الامم المتحدة لحقوق الإنسان كوحدة من أهم المعايير الاجتماعية الدولية المطبقة و المقبولة في العالم كله، كما اعتمد هذا الميثاق على المعايير الخاصة بشروط الحصول على شهادة المسؤولية الاجتماعية المعروفة ب SA8000 و التي تتعلق بدور المصنع او الوحدة الانتاجية في خدمة المجتمع المحيط بها وهذه الشهادة أيضا أصبحت مطلبا عالميا تسعى الوحدات الاقتصادية للحصول عليه، ونظرا لطول وكثرة بنود الميثاق BSCI Code of Conducts فقد تم رأة هيئة التجارة الخارجية الأوروبية ضرورة أن يتم تنفيذه على مرحلتين يتم في المرحلة الأولى تنفيذ مجموعة من المتطلبات تعتبر بمثابة الأسس التي يمكن الاعتماد عليها في تنفيذ هذه المتطلبات، في حين خصصت المرحلة الثانية من مراحل تنفيذ هذا الميثاق لمجموعة من المتطلبات الأكثر تعقيدا.¹

الفرع الرابع: إمكانية التنفيذ:

حيث انه في هذه المرحلة تتركز اهتمامات إدارة المنشأة التي ترغب في الحصول على شهادة التوافق البيئي في محورين رئيسيين أولهما يتمثل في التعرف على ودراسة المواصفات الخاصة، أو الاشتراطات الواجب الالتزام بها للحصول

¹ - جيل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 209

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

على شهادة التوافق البيئي المرغوب فيها في حين يتمثل المحور الثاني في التعرف على الامكانيات المتاحة والمتوفرة لدى المنشأة التي ترغب في الحصول على شهادة التوافق البيئي، وتعتبر هذه المرحلة هامة للغاية، حيث أنه لا بد وأن يتم اختيار الشهادة التي يمكن تحقيق وتنفيذ متطلباتها، أو بمعنى آخر يمكن القول بأنه يتم اختيار علامات الايكو التي تتميز بمعايير أيسر عند التطبيق وأكثر استدامة وأقل تكلفة، فعلى سبيل المثال تعتبر عملية الحصول على علامة للمنتج، وتلك التي تهتم بدورة الحياة الكاملة للمنتج تأخذ في الاعتبار استخدام المادة الخام و التأثيرات البيئية لكل مرحلة من مراحل عملية التصنيع، بما في ذلك خصائص مياه الصرف وتلوث الهواء و التخلص من المخلفات الصلبة، وصحة العامل واستخدام عمالة من الاطفال.¹

كما يمكن تعريف المتطلبات الخاصة الإضافية بأنها مجموعة من المتطلبات أو الاشتراطات التي يضعها المستورد او المشتري و الذي عادة ما يكون من الشركات التجارية الدولية الكبرى، مثل شركة NIKE العالمية و التي تعتمد على منتجين متفرقين في العديد من دول العالم في توفير العديد من مدخلات انتاجهم، وحتى تضمن هذه الشركات الدولية أن جميع المنتجات النهائية التي سيتم طرحها في اسواق أوروبا الغربية، لذلك تقوم الشركات العالمية مثل، NIKE بصياغة مجموعة من الاشتراطات ذات الارتباط بحماية العمال و الظروف العامة بيئة العمل بالمصنع الذي يرغب في التعاقد معها كأحد الاعضاء في سلسلة الموردين Supply Chain .

كما أنه على الرغم من كون هذه المتطلبات تعتبر اختيارية ولا يوجد اتفاق عام على بنودها إلا أن هناك انتشار سريع لمثل هذه المتطلبات، حيث أنها أصبحت الآن أكثر شيوعاً، ويأتي ذلك كنتيجة طبيعية لما يمكن أن تحققه هذه الشركات من إيجابيات من جراء التزام الاطراف المتعاملة معها بشرطها الخاصة التي تضعها حيث أن مثل هذه الاشتراطات يتم صيغتها في صورة ميثاق أو دستور أو عقد بين الشركة العالمية NIKE و المورد، وتعتبر هذه الاشتراطات بمثابة عقد يجب الالتزام به، الأمر الذي يعني أنه بمجرد توقيع المورد أو المصدر على هذا الميثاق يأخذ هذا الميثاق ويبدأ في توفيق اوضاعه، ويعتبر بمثابة قانوني نظامي لشركة هو ذاته، ويبدأ في تطبيق ما ينص عليه هذا الميثاق من اشتراطات وبنود تتعلق بالبيئة و الصحة وحالة العمل و العمال.²

وتجدر الإشارة إلى أن الميثاق قد يتضمن أي شروط أخلاقية ethical conditions يضعها المستورد سواء كان شخص او هيئة، وذلك لضمان تحقق مستوى معين من الجودة يرغب هذا المستورد في تحقيقه وقد يتضمن هذا الميثاق بعض البنود مثل عمالة الاطفال Chald Labor المرتبات و الاجور Wages، عدد ساعات العمل في

¹ - جميل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 210، 209.

² - جميل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 210، 209.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الوردية الواحدة Hours of word، مكافأة الوقت الاضافي Overtime compensation، أية تفرقة عنصرية يتعرض لها العمال داخل المصنع Discrimination amongst employees كما انه في الشأن نجد من المناسب الاعتماد على ما قامت هيئة التجارة الخارجية للاتحاد الاوروي، و التي هي في الاصل منبثقة من جمعية تجار التجزئة الأورويين FTA بصياغة كوثيقة تتضمن مجموعة من الشروط الإضافية يمكن الاعتماد عليها من قبل المستوردين الأورويين لضمان وفاء المتعاملين معهم بما جاء في هذه الوثيقة من طلبات، حيث قامت جمعية تجار التجزئة الأورويين في عام 2002 بتجميع مجموعة من المواثيق و المتطلبات الخاصة بمجموعة تجار التجزئة الموجدين في مختلف دول أوروبا للاستعانة بها في إعداد هذا الميثاق العام، الذي يمكن ان يتم تطبيقه في جميع دول أوروبا، وذلك حتى يكون من السهل على كل من المشتري و البائع (المستورد و المصدر) تطبيق نفس القواعد أو الاشتراطات، حيث أن المستورد الواحد عادة ما يتعامل مع مصدرين متعددين ومنتشرين في أكثر من دولة، وبهذا يكون هناك تنافس عام في هذه الاشتراطات بما يجعل من الوفاء، بها أمر متاح، وعلى الرغم من أ، هذا الميثاق Code of Conducts قد استهدف تغطية جميع السلع و المنتجات إلا أنه ركز كثيرا على المنتجات النسيجية و الملابس الجاهزة و الأحذية ولعب الاطفال.¹

¹ - جميل محمد خالد، مرجع سبق ذكره، ص 211.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المبحث الثاني: الاتجاهات العالمية في التجارة الإلكترونية

تقدر التجارة الإلكترونية العالمية بحوالي 25.3 تريليون دولار أمريكي في عام 2015 ، بما في ذلك المعاملات بين الشركات (B2B) والمعاملات بين الشركات والمستهلكين (B2C). تبلغ التجارة الإلكترونية بين الشركات ، التي تقدر قيمتها بنحو 22.4 تريليون دولار أمريكي ، أغلبية أنشطة التجارة الإلكترونية العالمية (88.5 في المائة) ، بينما يبلغ حجم التجارة الإلكترونية بين الشركات 2.9 تريليون دولار (11.5 في المائة). في قطاع التجارة الإلكترونية B2B ، حصلت الولايات المتحدة على أكبر مبيعات بقيمة 6.4 تريليون دولار أمريكي ، أما في قطاع التجارة الإلكترونية B2C ، فقد كانت الصين متقدمة قليلاً على الولايات المتحدة بحجم مبيعات بلغ 617 مليار دولار. بينما تصبح التجارة الإلكترونية والتجارية الإلكترونية عبر الحدود هي القطاعين الأكبر سريعاً في مجال التجارة الإلكترونية التجارية. من المتوقع أن ينمو البيع بالتجزئة عبر الحدود عبر الإنترنت بمعدل ضعف معدل التجارة الإلكترونية المحلية (25: CAGR في المائة) حتى 2020.¹

المطلب الاول: مبيعات التجزئة العالمية للتجارة الإلكترونية:

مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية هي مبيعات السلع والخدمات التي تتم عبر الإنترنت ، أو شبكة تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) ، أو أنظمة إلكترونية أخرى. قد يتم أو لا يتم الدفع عبر الإنترنت . أصبحت مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية قناة تجزئة أساسية في جميع أنحاء العالم في السنوات الأخيرة ومن المتوقع أن تحقق نمواً مستداماً في المستقبل القريب . وقد ازداد حجم مبيعات التجزئة العالمية بشكل مستمر منذ 2015. مع قيمة 1.55 تريليون دولار أمريكي في عام 2015 ، من المتوقع أن يصل إلى ثلاثة أضعاف ليصل إلى 4.06 تريليون دولار بحلول عام 2020. إن معدلات النمو السنوية ، رغم أنها إيجابية دائماً ، ستظهر انخفاضاً مطرداً من 25.5 في المائة في عام 2015 إلى 18.7 في المائة في عام 2020. وعلى الرغم من انخفاض معدلات النمو السنوية ، من المتوقع أن يرتفع حجم مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية بالأرقام المطلقة ، فضلاً عن قيمة مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية معبراً عنها كنسبة مئوية من إجمالي مبيعات التجزئة ، بشكل مستمر من عام 2015 إلى عام 2020 ، من 7.4 في المائة في عام 2015 إلى 14.6 في المائة في عام 2020.

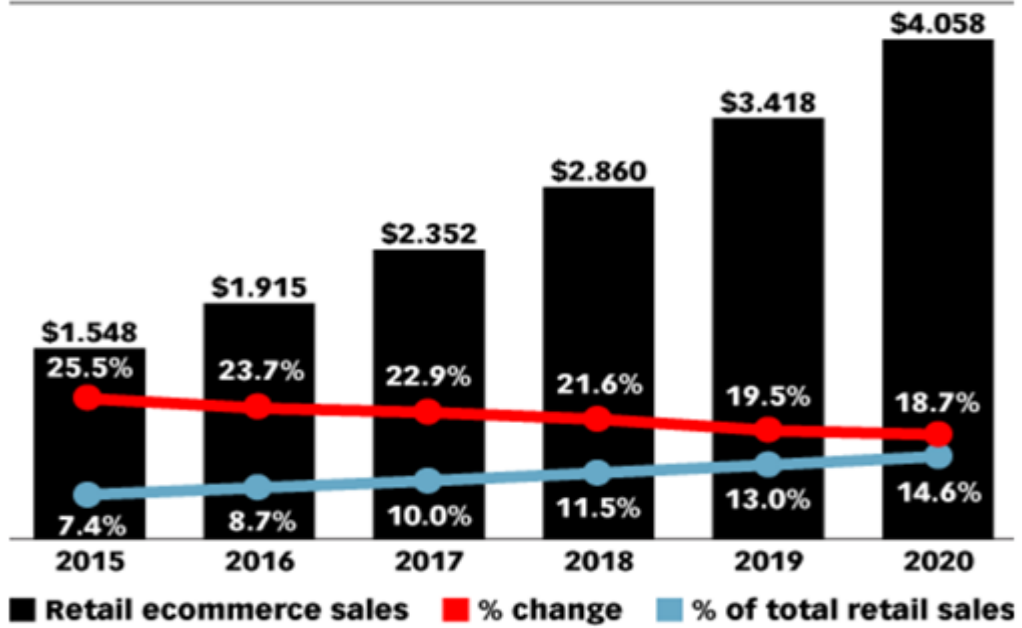
¹ - A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 10. [http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/BRICS%20commerce%20_Status%20Opportunities%20and%20Challenges_22AUG2017_final\(1\).pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/BRICS%20commerce%20_Status%20Opportunities%20and%20Challenges_22AUG2017_final(1).pdf)

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

ويشير هذا إلى حدوث تحول هائل في سلوك الشراء مع تحول عدد متزايد من المشتريين إلى قنوات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت.¹

الشكل 2: مبيعات التجزئة للتجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم

Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2015-2020
trillions, % change and % of total retail sales



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 10

الفرع الاول: التجارة الإلكترونية عبر الحدود:

التجارة الإلكترونية عبر الحدود يحول المشهد من التجارة الدولية. تأتي التجارة الإلكترونية عبر الحدود بأشكال وأشكال مختلفة ، تشمل أنواعًا مختلفة من اللاعبين والصفقات والإجراءات. قد تشمل المعاملات فقط الشركات (B2B) ، والأعمال التجارية والمستهلك (B2C) ، واثنين من المستهلكين الأفراد (C2C) أو الأعمال التجارية والحكومة (B2G)، لا تزال البيانات في التجارة الإلكترونية، وخاصة قيمة المعاملات المحلية وعبر الحدود على المستوى القطري، محدودة ومجزأة. ومع ذلك ، فإن بعض التقديرات المتعلقة بمعاملات التجارة الإلكترونية B2C أو B2B وكذلك المؤشرات المتعلقة بيئة التجارة الإلكترونية (مثل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

¹- A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 10

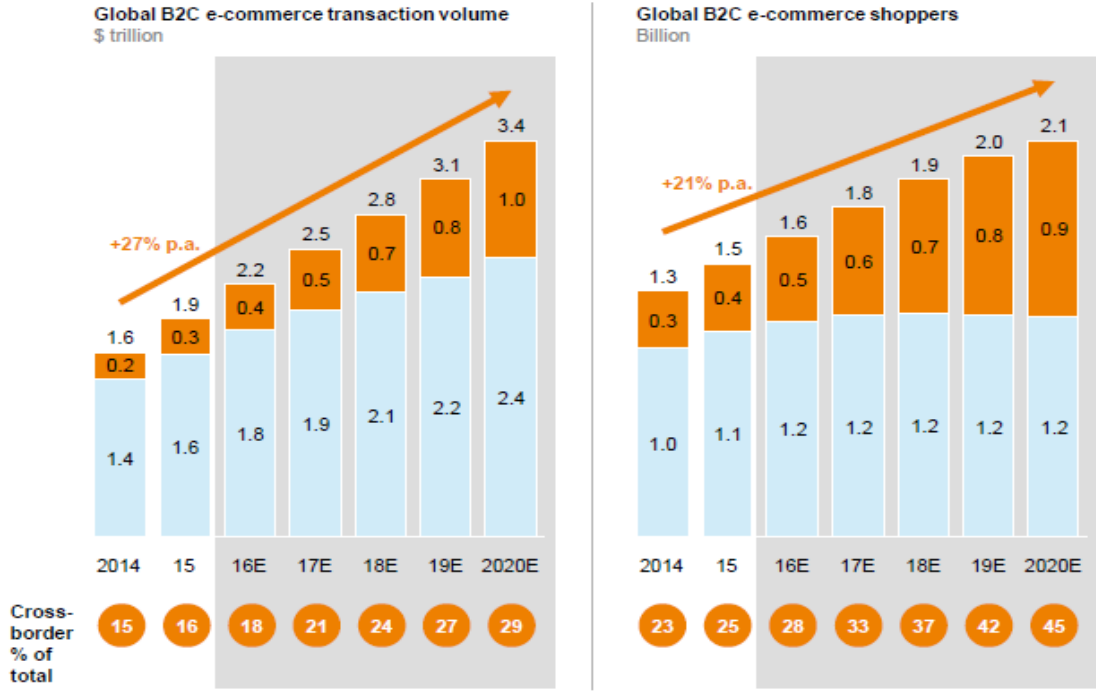
الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

والاتصالات والمهارات ، والدفع ، والخدمات اللوجستية ، والإطار القانوني) متاحة لإلقاء الضوء على اتجاه التجارة الإلكترونية¹.

اعتباراً من عام 2016 ، يتم إجراء ما يقرب من 12 في المائة من تجارة السلع العالمية عن طريق التجارة الإلكترونية الدولية. كما هو مبين في الشكل 2.9 ، من المتوقع أن ينمو حجم التجارة الإلكترونية عبر الحدود B2C بمتوسط معدل يبلغ 27 في المائة سنوياً ليصل إلى 1 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2020. حصة حجم التجارة الإلكترونية في التجارة B2C العالمية ومن المتوقع أن يزداد بمعدل ثابت من 15 في المائة في عام 2015 إلى قيمة 29 في المائة بحلول عام 2020. ويمكن أن يعزى ذلك إلى النسبة المتزايدة للمتسوقين عبر الإنترنت الذين يرغبون في الدخول في معاملات عبر الحدود. من المتوقع أن يرتفع عدد المتسوقين عبر الإنترنت الذين يشاركون في التجارة الإلكترونية عبر الحدود إلى ثلاثة أضعاف من 0.3 مليار في عام 2014 إلى 0.9 مليار عام 2020 ، بمعدل نمو سنوي يبلغ 21٪. بحلول عام 2020 ، من المتوقع أن ينفق حوالي 940 مليون متسوق عبر الإنترنت ما يقرب من 1 تريليون دولار أمريكي على معاملات التجارة الإلكترونية عبر الحدود. وعلى سبيل المقارنة ، من المتوقع أن يظل عدد المتسوقين المحليين للتجارة الإلكترونية من فئة B2C ثابتاً إلى حد ما عند 1.2 مليار من 2016 إلى 2020.

¹ - A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 10

الشكل 3: أحجام ومعاملات المتاجرين الإلكترونية B2C العالمية



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 11

الفرع الثاني: التوزيع الجغرافي لمبيعات التجارة الإلكترونية B2B

وكما هو مبين في الشكل 4 ، فإن الولايات المتحدة واليابان والصين 10 هي البلدان الثلاثة الأولى بالنسبة لمبيعات B2B التي تبلغ 6.4 دولار أمريكي و 2.3 دولار أمريكي و 1.4 مليار دولار على التوالي ، وفقاً لآخر التقديرات الصادرة عن الأونكتاد. تمثل البلدان العشرة الأولى المساهمة في التجارة الإلكترونية العالمية نسبة 64 في المائة من التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B.¹

¹- A report prepared by UNIDO and ITC ; ; OP.CITE; P 11

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الشكل 4: الاقتصادات الرئيسية حسب إجمالي التجارة الإلكترونية B2B و B2C، 2015

Major economies by total, B2B and B2C e-commerce, 2015, \$billion

Economy	Total		B2B		B2C
	\$ billion	% of GDP	\$ billion	% of all e-commerce	\$ billion
1 United States	7,055	39%	6,443	91%	612
2 Japan	2,495	60%	2,382	96%	114
3 China	1,991	18%	1,374	69%	617
4 Korea (Rep.)	1,161	84%	1,113	96%	48
5 Germany (2014)	1,037	27%	944	91%	93
6 United Kingdom	845	30%	645	76%	200
7 France (2014)	661	23%	588	89%	73
8 Canada (2014)	470	26%	422	90%	48
9 Spain	242	20%	217	90%	25
10 Australia	216	16%	188	87%	28
10 above	16,174	34%	14,317	89%	1,857
World	25,293		22,389		2,904

Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 12

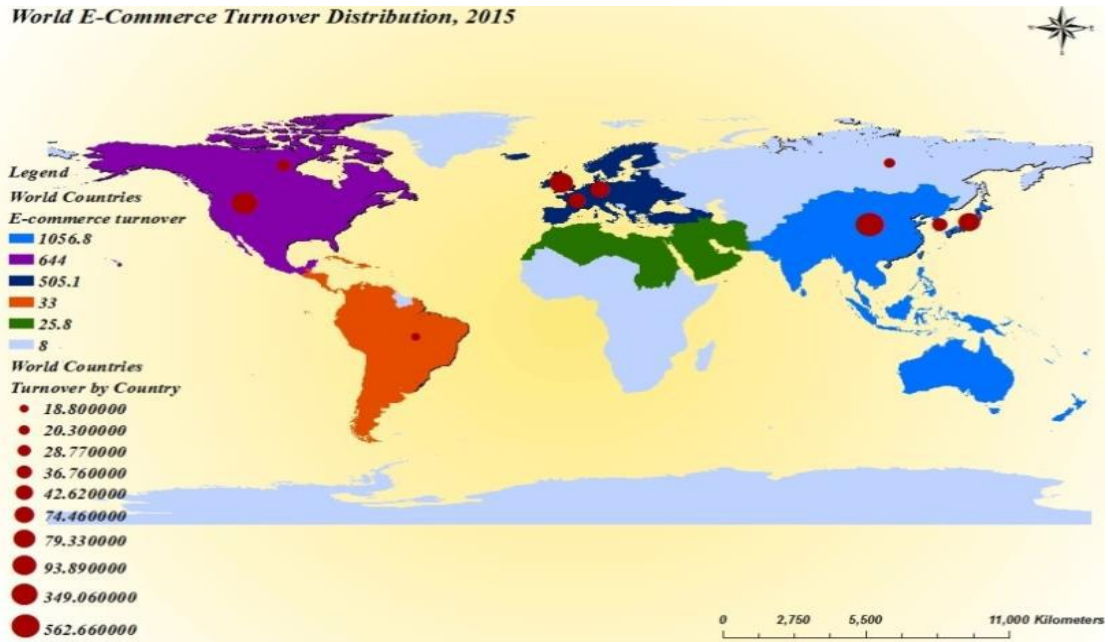
في عام 2015 ، سجلت منطقة آسيا والمحيط الهادئ أكبر دوران للتجارة الإلكترونية بقيمة 1,056.8 مليار دولار أمريكي. ويمكن أن يعزى ذلك إلى حجم السوق الكبير في دول مثل الصين والهند. تبع ذلك أمريكا الشمالية بمبيعات بقيمة 644 مليار دولار في التجارة الإلكترونية في عام 2015. وقد شكلت الدول الأوروبية مجتمعةً مبيعات بقيمة 505.1 مليار دولار أمريكي في التجارة الإلكترونية في عام 2015. وسجلت أدنى مبيعات التجارة الإلكترونية في بلدان جنوب الصحراء الكبرى في أفريقيا و الأجزاء الشمالية من روسيا ، والتي شكلت مجتمعة مبيعات بقيمة 8 مليارات دولار من التجارة الإلكترونية. يمكن أن يعزى انخفاض قيمة المبيعات إلى حجم صغير في السوق واختناقات البنية التحتية.¹

ما هو مبين في الشكل رقم 4 ، تقود الصين منطقة آسيا والمحيط الهادئ بسبب حجمها الكبير في السوق ، وتنامي إنفاق الطبقة المتوسطة ، وانخفاض التكاليف ، وارتفاع نسبة انتشار الإنترنت ، وقاعدة تصنيع كبيرة. في أمريكا الشمالية ، تقود الولايات المتحدة بسبب اختراق الإنترنت العالي والبنية التحتية الأفضل والسوق الكبيرة. وبالمثل ، فإن المملكة المتحدة تقود في أوروبا. البرازيل هي أكبر سوق للبيع بالتجزئة عبر الإنترنت في أمريكا اللاتينية ، حيث تمثل 42 في المائة من مبيعات التجارة الإلكترونية في المنطقة والبالغة 47.4 مليار دولار في عام 2016.

¹ - A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 12

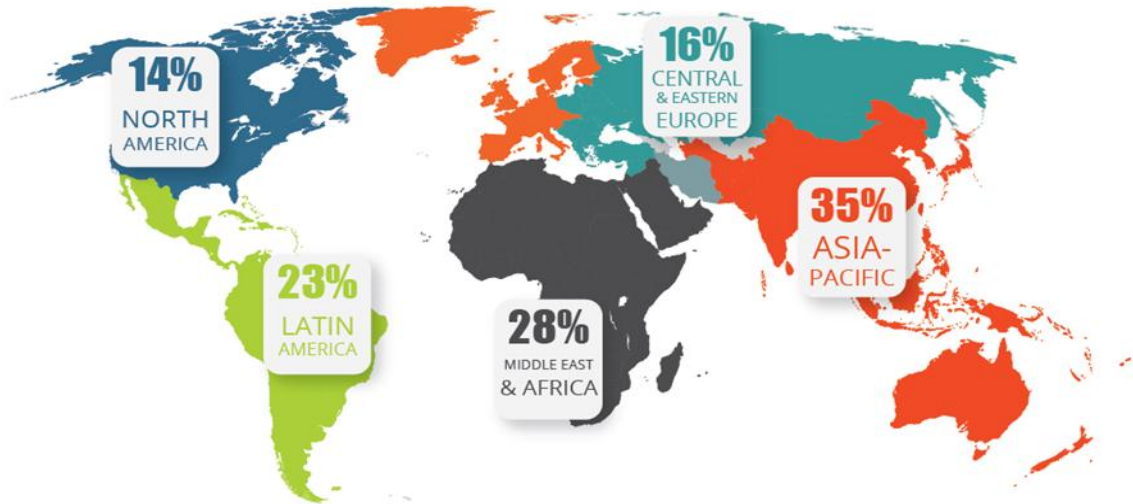
الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الشكل 5: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بمليارات الدولارات)



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 13

الشكل 6: حجم سوق التجارة الإلكترونية والتوزيع (المبيعات بالنسب المئوية)



Source: OG analysis and eMarketer. July 2015

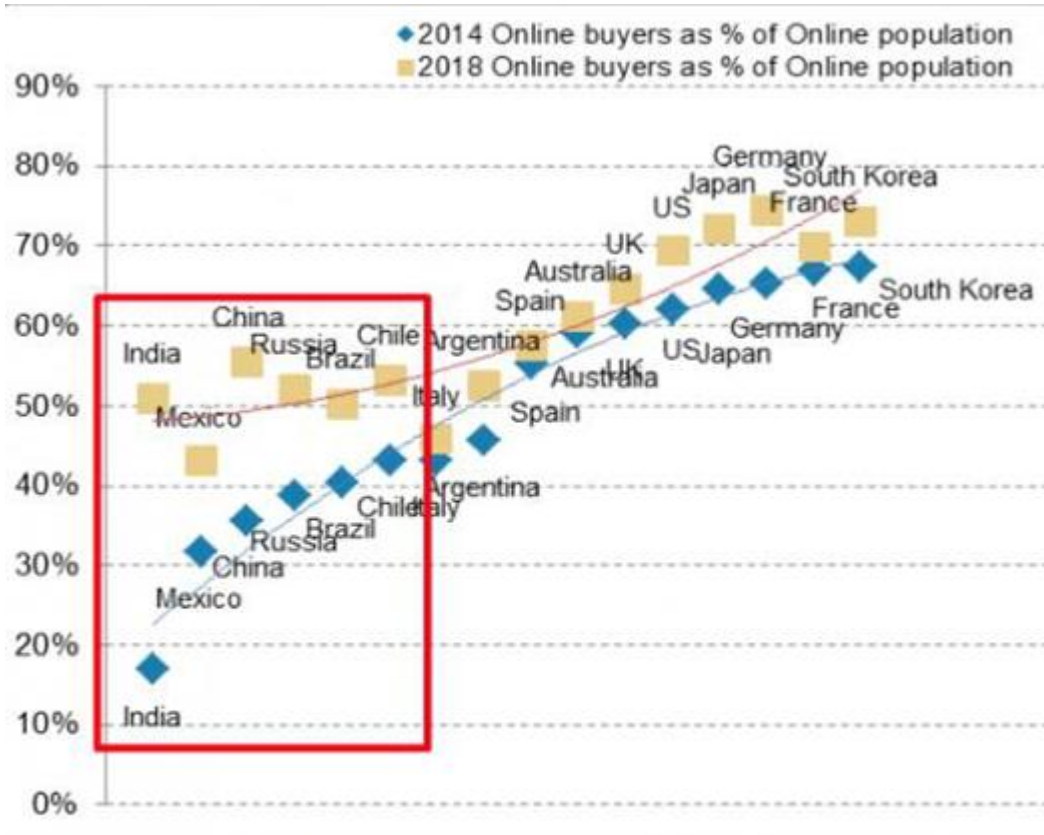
Source: e-Commerce Impacts Global Trade2017 AAEI e-Commerc Benchmark Report

على الرغم من أن دول بريكس لديها نسبة مئوية أقل نسبياً من المشترين عبر الإنترنت بين جميع مستخدمي الإنترنت ، مع البنية التحتية المحسنة للإنترنت ، وخدمات الدفع والخدمات اللوجستية ، من المتوقع أن تقفل دول "بريك" الفجوة مع الدول المتقدمة في السنوات القادمة ، حسب التوقعات في الشكل 5.¹

¹ - A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P13

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الشكل 7: سد الفجوة في نسبة المشتريين عبر الإنترنت



Source: Morgan Stanley Research estimates, ComScore, Euromonitor, iResearch, Forrester, CEIC, NAB, Quantum, US Census Bureau, and national statistics from the governments and various industrial bodies of the countries listed

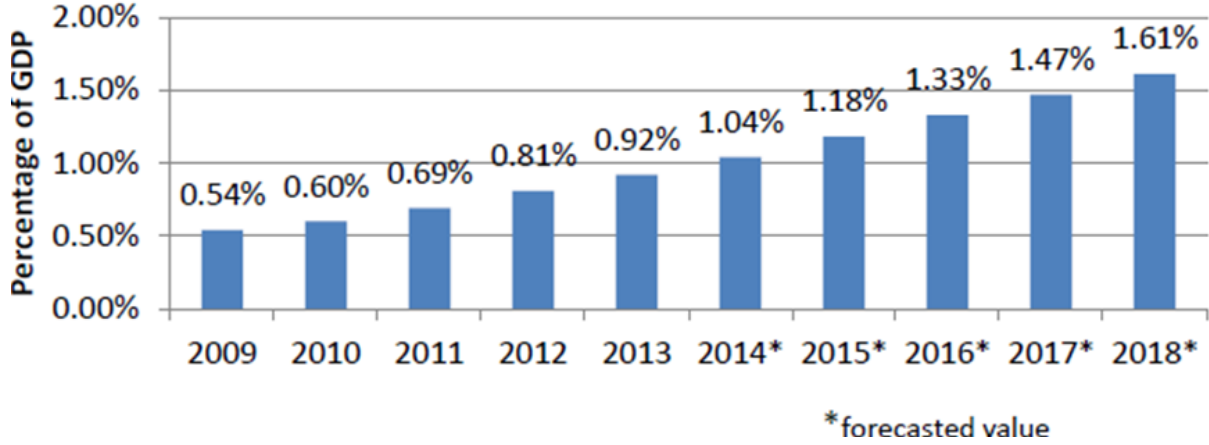
Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 14

الفرع الثالث: تجارة التجزئة الإلكترونية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي:

من المتوقع أن تزداد حصة التجارة الإلكترونية B2C في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بشكل مطرد في السنوات القادمة. وقد شهدت حصة مبيعات التجارة الإلكترونية في B2C زيادة كبيرة من 0.54 في المائة مقارنة بالناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2009 إلى 0.92 في المائة في عام 2013. ووفقاً لبيانات Statistica ، من المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه وسوف تستمر التجارة الإلكترونية في البيع بالتجزئة في الزيادة متوسط معدل نمو قدره 10 في المائة في السنوات القادمة ، مما أدى إلى توقع نسبة 1.61 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2018.¹

¹ - A report prepared by UNIDO and ITC ; ; OP.CITE; P 14

الشكل 8: التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي العالمي B2C.



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 15

رابعاً_ أعلى المؤدين في شروط حصة التجارة الإلكترونية في الناتج المحلي الإجمالي:

ويبين الجدول 1 أنه في عام 2015 ، كانت الصين والمملكة المتحدة وكوريا الجنوبية هي البلدان الثلاثة الأولى من حيث نسبة التجارة الإلكترونية الإجمالية (B2B + B2C) بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي لكل منها. وبلغت حصة التجارة الإلكترونية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي 3.11 في المائة ، مقارنة بـ 7.05 في المائة للصين ، و 6.12 في المائة للمملكة المتحدة ، و 4.70 في المائة لكوريا الجنوبية ، و 3.32 في المائة للولايات المتحدة. وكانت البلدان المتبقية أقل من النسبة المئوية العالمية التي بلغت 3.11 في المائة.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الجدول 1: البلدان العشرة الأولى من حصة التجارة الإلكترونية % من الناتج المحلي الإجمالي

	GDP at market prices	GDP per capita at market prices	Share of E-commerce in GDP
Global	\$73,106bn	\$20,776	3.11%
China	\$10,866bn	\$7,925	7.05%
United Kingdom	\$2,849bn	\$43,714	6.12%
South Korea	\$1,378bn	\$27,222	4.70%
USA	\$17,947bn	\$55,904	3.32%
France	\$2,423bn	\$36,503	2.97%
Japan	\$4,123bn	\$32,477	2.77%
Canada	\$1,551bn	\$43,249	2.30%
Germany	\$3,357bn	\$41,162	1.97%
Australia	\$1,236bn	\$56,328	1.80%
Spain	\$1,200bn	\$25,581	1.68%

Table 1: Top Ten Countries in Terms of per cent Share of E-commerce (B2B + B2C) to GDP (2015) (Source: Eurostat, Ecommerce Foundation, IMF and World Bank, 2016)

Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 15

المطلب الثاني: التأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية في سياق الاقتصاد الرقمي والعوامل المؤثرة في

التجارة الإلكترونية

تقوم التقنيات الرقمية بتحويل طريقة إنتاج السلع أو استهلاكها أو تسليمها أو تداولها. في عصر الاقتصاد الرقمي ، من أجل الحفاظ على القدرة التنافسية في الأسواق المحلية والدولية ، تعيد الحكومات والمؤسسات تحديد استراتيجياتها ونماذجها وسياساتها. تعد التجارة الإلكترونية أحد هذه التحولات التي تعزز التقدم في التقنيات الرقمية ، مثل الإنترنت عالي السرعة ، والهواتف الذكية ، والذكاء الاصطناعي ، والطباعة ثلاثية الأبعاد ، وتحليلات البيانات الضخمة ، والواقع المعزز ، والواقع الافتراضي ، وطرق الدفع الرقمية المتنوعة والأمنه وغير ذلك.¹

في حين يجادل البعض بأن التجارة الإلكترونية قد يكون لها تأثير على الأعمال التقليدية للطوب والملاط ، تظهر الإحصاءات أن التجارة الإلكترونية تخلق عددا كبيرا من فرص العمل الجديدة. على سبيل المثال ، فإن البيع الإلكتروني (بيع التجارة الإلكترونية للبضائع عبر الإنترنت) في الهند لديه القدرة على توفير فرص العمل لـ 1.45 مليون شخص بحلول عام 2021.13 وفقاً لمجموعة بوسطن الاستشارية ، في عام 2016 ، علي بابا ، عملاق التجارة الإلكترونية الصيني ، ولدت 31 مليون وظيفة. أيضا ، سيتم إنشاء 122 مليون وظيفة على الأقل من إجمالي 415 مليون وظيفة ، أو ما يقرب من 30 في المائة من الوظائف المتاحة في الاقتصاد الرقمي للصين في عام 2035 ، من قبل علي بابا .14 وهذا يدل على الإمكانيات الهائلة للتجارة الإلكترونية في توليد العمالة.

¹-A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 15

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

توزع فوائد التجارة الإلكترونية عبر قطاعات مختلفة من الزراعة إلى الخدمات ، لا سيما في سلسلة القيمة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي تغطي الخدمات اللوجستية والتخزين والنقل وخدمات دعم تكنولوجيا المعلومات وغيرها. خبراء تكنولوجيا المعلومات ، مثل مطوري الويب ، ومشرفي أنظمة الشبكات والحواسيب ، ومحلي أنظمة الكمبيوتر ، ومطوري البرامج ، هم من بين فئات الوظائف التي تتميز بأكثر فجوة بين فرص العمل والتوظيف. (15) يمكن أن تساعد التجارة الإلكترونية في سد الفجوة من خلال توفير التكلفة الفعالة قنوات لتعلم وتحفيز المجموعات ذات الدخل المنخفض للحصول على مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. أصبح التعليم عبر الإنترنت قناة رئيسية لاكتساب المعرفة. بلغ حجم السوق العالمية للتعليم الإلكتروني الذاتي 35.6 مليار دولار في عام 2011 ، وهناك ما يقرب من 13 مليون طالب عبر الإنترنت عبر الحدود. 17 وتوفر التجارة الإلكترونية سبيلاً جديداً لتسليم التعلم وتسمح للمتعلمين المشتتين جغرافياً بالحصول على 7/24 الوصول إلى التعليم أو التدريب.

هناك حاجة لبناء مهارات متخصصة في مجالات تحليلات البيانات ، الواقع المعزز ، الواقع الافتراضي ، الذكاء الاصطناعي والتقنيات المتنقلة لتوجيه التجارة الإلكترونية إلى المرحلة التالية من التطوير. لن تقتصر هذه المهارات على إثراء تجربة المشتري والبائع الذين يشاركون في معاملات عبر الإنترنت فحسب ، بل ستسمح أيضاً للمستخدمين باختيارات مستنيرة ، من ناحية ، ومن ناحية أخرى ، مساعدة البائعين في استهداف المشتري استناداً إلى احتياجاتهم وتفضيلاتهم الفردية.

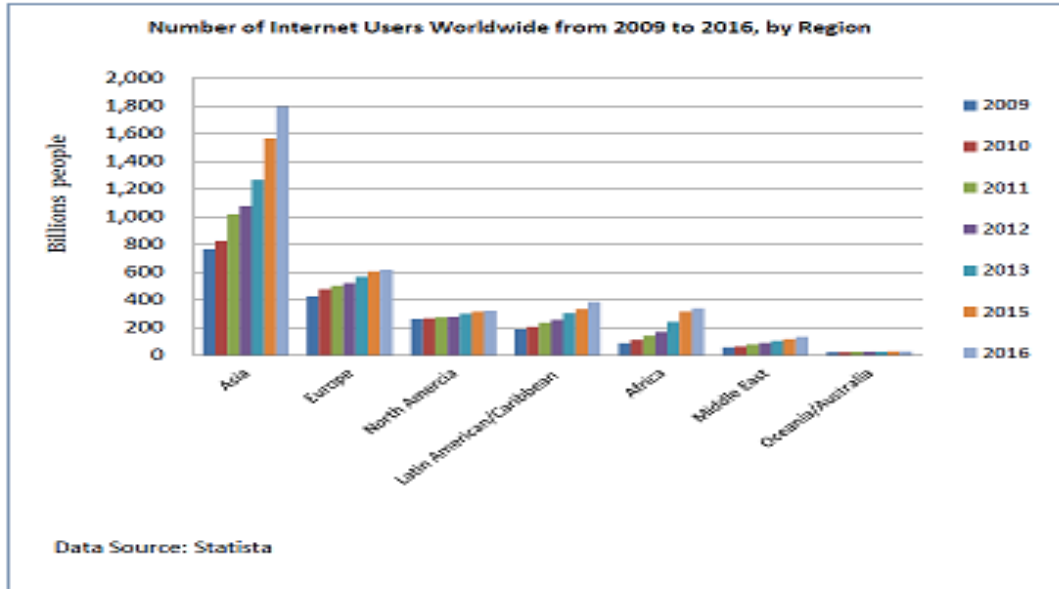
المطلب الثالث: عدد مستخدمي الإنترنت و نمو التجارة الإلكترونية في المستقبل:

لقد مكن الإنترنت تدفق البيانات التي تشمل الاتصالات والمعاملات والمحتوى عبر الإنترنت والحوسبة السحابية والإعلانات وغيرها. تقدر شركة Cisco أن الأجهزة والاتصالات العالمية ستصل إلى 25 مليار بحلول عام 2019 ، منها 43 في المائة تمثل اتصالات من آلة إلى أخرى و 19 في المائة تمثل الهواتف الذكية. يرجع صعود التجارة الإلكترونية إلى العدد المتزايد لمستخدمي الإنترنت ، التي تضاعفت أكثر من ثلاثة أضعاف من مليار في عام 2005 إلى ما يقرب من 3.2 مليار بحلول نهاية عام 2015. وتتصدر آسيا نمو سكان الإنترنت في السنوات الأخيرة. من عام 2009 إلى عام 2016 ، ازداد عدد مستخدمي الإنترنت أسرع في آسيا مقارنةً بالمناطق الأخرى. يعد العدد الكبير لمستخدمي الإنترنت في آسيا أحد أهم أسباب ارتفاع حجم مبيعات التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت في هذه المنطقة.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

لقد أتاحت إمكانية الاتصال بالإنترنت بشكل أفضل وزيادة الراحة التي توفرها مواقع التجارة الإلكترونية المزيد من الأشخاص لإجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت. ووفقاً للأونكتاد ، قام ما يقدر بنحو 1.1 مليار شخص بإجراء عملية شراء واحدة على الأقل في عام 2013 ، وهو ما يمثل 41 في المائة من جميع مستخدمي الإنترنت.¹

الشكل 9: عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 17

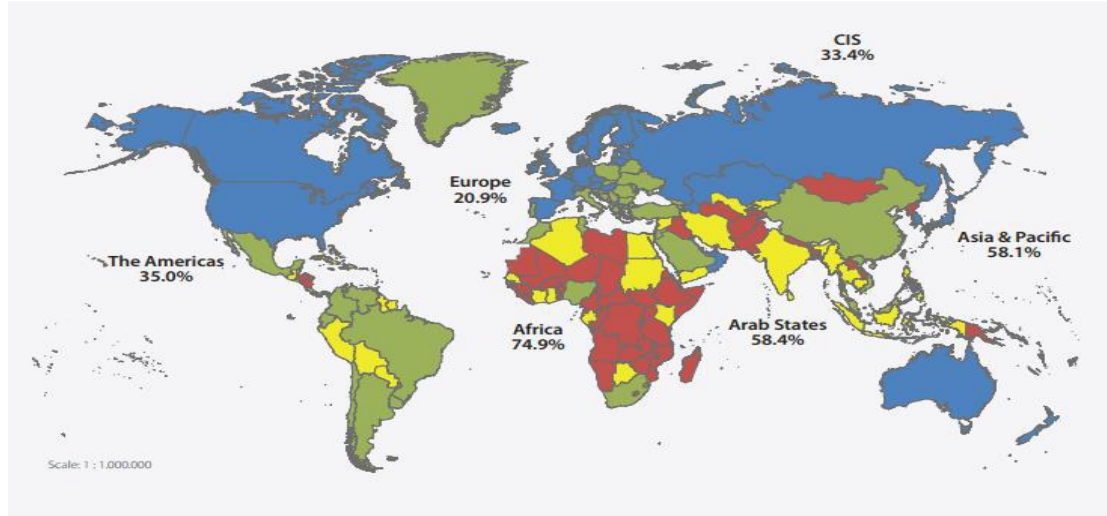
وفقاً لتقديرات الاتحاد الدولي للاتصالات ، فإنه بنهاية عام 2016 ، لم يكن 3.9 مليار شخص (53 في المائة من سكان العالم) على الإنترنت ؛ في منطقة آسيا والمحيط الهادئ لا يزال 58.1 في المائة من السكان لا يستطيعون الوصول إلى الإنترنت. تتركز غالبية السكان غير المتصلين بالشبكة في أفريقيا وأقل البلدان نمواً. تشير الأرقام إلى نطاق ضخم لتحسين وتشجيع استخدام الإنترنت في جميع أنحاء العالم . وهذا بدوره سيساعد في تطوير التجارة الإلكترونية.²

¹ - A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 16

² -A report prepared by UNIDO and ITC; OP.CITE; P 17

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

الشكل 10: النسبة المئوية للأفراد الذين لا يستخدمون الإنترنت في مناطق مختلفة



Percentage of individuals NOT using the Internet

0 - 25
26 - 50
51 - 75
76 - 100

By end 2016, 3.9 billion people - 53% of the world's population - is not using the Internet.
In the Americas and the CIS regions, about one third of the population is offline.
While almost 75% of people in Africa are non-users, only 21% of Europeans are offline.
In Asia and the Pacific and the Arab States, the percentage of the population that is not using the Internet is very similar: 58.1 and 58.4%, respectively.

Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 18

المطلب الرابع: أثر المدفوعات الإلكترونية على النمو الاقتصادي:

تلعب المدفوعات الإلكترونية دوراً حاسماً في تعزيز التجارة الإلكترونية. بعد دراسة بيانات الاقتصاد الكلي في 70 دولة بين عامي 2011 و 2015 ، قدرت شركة Moody's Analytics²² أن ارتفاع استخدام بطاقة الائتمان / الخصم أدى إلى زيادة تراكمية بنسبة 0.1% في الناتج المحلي الإجمالي العالمي (296 مليار دولار أمريكي). وخلصت الدراسة أيضا إلى أن البلدان التي شهدت أكبر زيادة في استخدام البطاقة شهدت أكبر مساهمة في النمو. بالإضافة إلى ذلك ، زاد استخدام البطاقة بنسبة 2.6 مليون وظيفة تقريباً سنوياً عبر عينة المقاطعات بين عامي 2011 و 2015. وترتبط التجارة الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً باستخدام البطاقة. على الرغم من أن تحليلات مودي لم تحلل على وجه التحديد المعاملات عبر الإنترنت ، إلا أنها تخدم مؤشراً عادلاً لإمكانات التجارة الإلكترونية في تعزيز الاقتصاد وتوليد فرص العمل.¹ في هذا السياق ، هناك حاجة متزايدة لتنمية المهارات وبناء القدرات في قطاع التجارة الإلكترونية ، بحيث يكون الشباب بارعين بما يكفي لتولي فرص التوظيف هذه. استخدام الدفع الإلكتروني في المعاملات B2B مهم بنفس القدر في B2C.

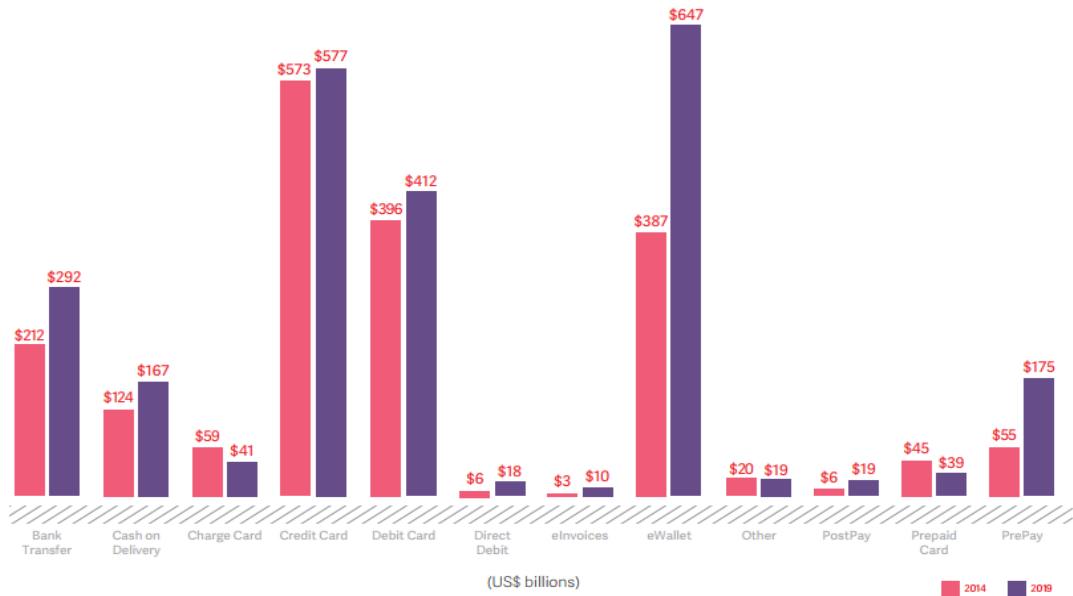
¹ - A report prepared by UNIDO and ITC; OP.CITE; P 17

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

وفقاً لدراسة استقصائية أجريت في الولايات المتحدة ، يتم إجراء ما يقرب من 60 في المائة من جميع مدفوعات B2B إلكترونياً، لا يوفر الدفع الإلكتروني طرقاً سهلة للدفع فقط ؛ الأهم من ذلك ، أنه يولد البيانات التي يمكن استخدامها لتحليل تفضيلات المستهلك واتجاهات الاستهلاك. تؤدي زيادة استخدام تحليلات البيانات والواقع المعزز والواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات المحمولة إلى التجارة الإلكترونية إلى المرحلة التالية من التطوير. لن تقتصر هذه المهارات على إثراء تجربة المشتري والبائع الذين يشاركون في معاملات عبر الإنترنت فحسب ، بل ستسمح أيضاً للمستخدمين باختيارات مستنيرة ، من ناحية ، ومن ناحية أخرى ، مساعدة البائعين في استهداف المشتريين استناداً إلى احتياجاتهم وتفضيلاتهم الفردية.

تعتبر المحافظ الإلكترونية ، وبطاقات الائتمان وبطاقات الخصم هي أكثر ثلاثة طرق للدفع الإلكتروني شعبية ، ولكن من حيث النمو ، من المتوقع أن تحقق محفظة eWallets و PrePay أعلى معدل نمو من عام 2014 حتى عام 2019. تعزيز البنية التحتية لسهولة الاستخدام وطرق الدفع الآمنة يمكن أن يعطي دفعة للتجارة الإلكترونية والتي بدورها يمكن أن تؤدي إلى النمو الاقتصادي.¹

الشكل 11: تقرير المدفوعات العالمية – 2015



Source: A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017; P 19

وبصرف النظر عن اختراق الإنترنت والدفع الإلكتروني ، هناك عوامل أخرى تؤثر على التجارة الإلكترونية B2C ، B2B و B2G. البنية التحتية للإنترنت ، ومهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وقضية الثقة ، والبنية

¹-A report prepared by UNIDO and ITC ; OP.CITE; P 18

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

التحتية اللوجستية ، والإجراءات الضريبية والجمركية ، وأنظمة البيانات ، على سبيل المثال ، تؤثر على جميع الأنواع. تؤثر لوائح البيانات على المعاملات الإلكترونية في قطاع الخدمات أكثر من قطاع السلع على سبيل المثال. شراء الخدمات والبرامج. تؤثر درجة التقييم في الحكومة تحديداً على قطاع B2G. تختلف عوامل النمو والعوائق بين البلدان وتساعد على تحديد مدى جاهزيتها في مجال التجارة الإلكترونية.¹

¹-A report prepared by UNIDO and ITC; ; OP.CITE; P 19

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المبحث الثالث: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في التجارة العالمية:

للتجارة الإلكترونية آثار عديدة في مجال التجارة العالمية نذكر منها مايلي:

المطلب الاول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق والنمو الاقتصادي:

نتطرق في هذا المطلب الى أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق والنمو الاقتصادي

الفرع الاول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق

تؤثر التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق سواء أسواق السلع والخدمات، أو أسواق عناصر الإنتاج، فالنمو الاقتصادي لا يعتمد على عرض عناصر الإنتاج فقط، أو زيادة في عرض السلع والخدمات، وإنما على كيفية الاستفادة من هذه العوامل جميعها؛ لتحقيق أعلى عائد ممكن، سواء أكان اقتصاديا، أو اجتماعيا، وذلك يتوقف على الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في المجتمع وطبيعة السوق الذي يتم العمل به والذي يؤدي دورا حاسما في تحقيق التخصيص الأمثل للموارد، إذ كلما كان السوق قريب من المنافسة الكاملة أمكن تحقيق ذلك، والتجارة الإلكترونية تؤثر على هيكل الأسواق وخاصة أنها تقربنا من الوصول إلى سوق المنافسة الكاملة.

الفرع الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي :

تؤثر التجارة الإلكترونية على المتغيرات الاقتصادية ومعدلات النمو، فهي تؤدي إلى زيادة الأجور، ورفع مستوى المعيشة للأفراد، وهيكلية الأسواق وتوسيع نطاق التسويق، مما يعمل على زيادة المبيعات والصادرات، وبالتالي زيادة الإنتاج ومعدلات النمو، فاستخدام الدول للوسائل التكنولوجية الحديثة في التجارة يعمل على زيادة قوة اقتصادها ونموها، ويعود ذلك بالنفع على القطاعات الاجتماعية والصحية والتعليم، جراء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في تعاملاتها، وفي ظل التجارة الإلكترونية يمكن تطوير الإنتاج بشكل يتوافق مع طبيعتها الإلكترونية مما يزيد المبيعات، ويعمل على زيادة أرباح الشركات، وتوفر التجارة الإلكترونية المناخ المناسب لزيادة الإنتاج ورفع كفاءته بدعم صناعات الحواسيب وبرمجياتها، والصناعة التكنولوجية وصناعات أخرى مرتبطة بها، مثل وسائل التخزين الإلكترونية، والشبكات والاتصالات، التي تعد البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

ويتطلب انتشار التجارة الإلكترونية المزيد من هذه المنتجات مما يعمل على زيادة إنتاجها، وخاصة ان استخدام الوسائل الإلكترونية في التجارة يعمل على رفع مستوى الإدارة والتنظيم داخل المؤسسة، وتطوير أنشطة إنتاجيتها، 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 الدول¹.

¹ - شذى خليل، التجارة الإلكترونية تحدث انقلابا في الاقتصاد العالمي، مركز الروابط للبحوث و الدراسات الاستراتيجية ، 61602/archives/ http://rawabetcenter.com/

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات والاستثمار وسوق رأس المال:

نتطرق في هذا المطلب الى أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات والاستثمار وسوق رأس المال

الفرع الاول: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات

تساعد التجارة الإلكترونية في زيادة التجارة الخارجية، وخاصة الصادرات، وذلك بتسهيل الوصول للأسواق العالمية، وعقد صفقات تجارية بسهولة وسرعة دون 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، ويمثل هذا القطاع % 60 من إجمالي الإنتاج العالمي، ومع ظهور تقنية المعلومات والاتصالات الحديثة جعل التجارة الإلكترونية تسهل عملية التقارب بين المستهلكين والمنتجين وأزالت المسافات الجغرافية.

الفرع الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الاستثمار

تخلق التجارة الإلكترونية فرصا استثمارية جديدة، وخاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لأنها تؤدي دورا مهما في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، فانتشار التجارة الإلكترونية يتطلب زيادة الإنتاج في هذا القطاع، وتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار نحوه؛ لتطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وبالتالي زيادة الاستثمار في قطاع التكنولوجيا والاتصالات، الذي يعمل على دعم الاقتصاد القومي.

الفرع الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على سوق رأس المال:

تؤثر التجارة الإلكترونية على سوق رأس المال، إذ يتم تبادل رؤوس الأموال بين وحدات الفائض “ المدخرون ”، ووحدات العجز “ المستثمرون ”، من خلال إصدار الأسهم والسندات طويلة الأجل، والذي يؤدي دورا كبيرا في تنشيط الاستثمار، وتحقيق النمو الاقتصادي، فالتجارة الإلكترونية تعمل على زيادة فاعلية بورصات الأوراق المالية، حيث يتم إبرام عقد الشراء والبيع للأوراق المالية المتداولة بالبورصة، وامكانية الحصول على المعلومات عن هذه الأوراق المتداولة بسرعة، وإصدار أوامر البيع والشراء لسماسة، ويتم كل ذلك إلكترونياً، فالتجارة الإلكترونية تعطي مرونة كبيرة من خلال ما توفره من تعاقدات أو أوامر للبيع 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 الأوقات¹.

¹ - شذى خليل، مرجع سبق ذكره.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

المطلب الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على قوة العمل

معظم دول العالم النامية والمتقدمة ، تعاني مشكلات تتعلق بالبطالة وعدم توافر وظائف تستوعب الأيدي العاملة، وان التجارة الإلكترونية يمكن أن تحقق ميزات للاقتصاد الوطني للدولة في مجال التوظيف من ناحيتين:

الأولى: انها تحقق فرصا جديدة للتوظيف، بإقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، ولاسيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، الأمر الذي يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة.

الثانية: توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في عدة مجالات ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية، إضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها¹.

ان استخدام التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن الوظائف التقليدية وإحلال وظائف ذات مهارة جديدة محلها، الأمر الذي يتطلب تدريب العمالة على استخدام التقنية حتى تستطيع أن تدخل حلبة المنافسة وتفوز بوظائف.

مما يعني ان التجارة الإلكترونية تؤثر سلبا في الوظائف اليدوية والعمالة غير المؤهلة ولكنها تؤثر إيجاباً في العمالة المدربة تقنيا حيث تستطيع أن تجد وظائف بسهولة، وتساعد على استحداث مسميات وظيفية وتخصصات لم تكن مطلوبة أو معروفة من قبل.

التجارة الإلكترونية والدول العربية : تعاني التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ضعف التسويق وذلك إذا قارنا حجم السوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، فهي ضعيفة، حيث يجب على المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة العمل على مواكبة التطور الحاصل في التعاملات التجارية.

بحيث تكون التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضاً، وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف الحذر والمتردد تجاه التجارة الإلكترونية، على عكس دول أخرى تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي.

1 - شذى خليل، مرجع سبق ذكره.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

ونصل الى نتيجة أن التجارة الإلكترونية تساعد على الحد من مشكلة البطالة بتوفير فرص عمل جديدة، وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وصناعة المعرفة، وتعمل على تسهيل الأعمال الفردية الحرة والمشاريع الصغيرة، والعمل من المنزل، وزيادة فرص العمل لذوي الاعاقة، واثاحة فرصة العمل للمرأة من المنزل دون الاضطرار للعمل في الخارج، إلا أنها تتطلب عمالة فنية متخصصة ومدربة قادرة على التعامل مع تطبيقاتها¹.

¹ - شذى خليل، مرجع سبق ذكره.

الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تحرير التجارة العالمية

خلاصة الفصل الثاني

إن تأثير التجارة الإلكترونية على تحرير التجارة الخارجية، يعد تأثير بعيد المدى ومؤثر للغاية، حيث أن لها تأثير كبير وعميق بالنسبة للشركات الموجودة في جميع أنحاء العالم ، وهي أقوى من العديد من الموارد التقليدية المختلفة التي اعتمدها غالبية الشركات العالمية مع مرور الوقت. تمكنت التجارة الإلكترونية من إزالة العوائق العالمية بنجاح بين الشركات والعملاء من مختلف البلدان ، مما يساعد العملاء على تحديد مواقع البائعين والاتصال بهم بسهولة مع الحد الأدنى من المتاعب.

خاتمة

من خلال دراسة هذا الموضوع بشقيه النظري والتطبيقي نجد أن التجارة الإلكترونية تساهم في فتح أسواق جديدة أمام صادرات الدول وذلك بزيادة حصتها السوقية والتنافس بمنتجاتها المحلية على مستوى الأسواق العالمية، و تحرير لتجارها الخارجية، وكذلك تحسين الخدمات حيث يكون تقديمها بأقل التكلفة وفي أسرع وقت، ونجد أن الدول: الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان والصين، تحتل مراتب متقدمة من بين دول العالم من ناحية توفرها على البنية التحتية التكنولوجية والمتمثلة في الانترنت، خطوط الهاتف الثابت والنقال، وهذا ما ساعدها على ممارسة التجارة الإلكترونية التي ساهمت في زيادة حجم صادراتها، وتحسين خدماتها من ناحية التكلفة واستغلال الوقت، وكذا الإشهار والترويج للمنتجات،

فضلا عن ذلك فإن التعامل بالتقنيات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة واستخدامها في التجارة يزيد من تحرير التجارة الخارجية لتلك الدول، ويجعلها تحتل مواقع مميزة من ناحية التطور التكنولوجي. كل ما سبق يعد إجابة على الإشكالية المطروحة حول كيفية مساهمة التجارة الإلكترونية في تعزيز حرية التجارة الخارجية وتسهيل اكتساحها للأسواق العالمية.

وأما بالنسبة لاختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: مقبولة، لأن الدول المشاركة في التجارة الإلكترونية تتمتع بمقومات لقيام التجارة الإلكترونية والمتمثلة في البنية التحتية من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكذلك من بنية تشريعية تنظم هذا النوع من التجارة.

الفرضية الثانية: مقبولة لأنه يتم من خلال مؤشر تكنولوجيا معرفة مدى قدرة الدولة على مواكبة التطور السريع في العالم وهذا بتبني بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساهم في زيادة حجم تجارتها الإلكترونية.

الفرضية الثالثة: مقبولة لان اغلب الدول المشاركة في التجارة الإلكترونية حققت أرقام كبيرة في حجم هذا النوع من التجارة، وهذا بالمقارنة مع حجم التجارة الإلكترونية العالمي والتي تسيطر عليه الدول المتقدمة مثل الصين واليابان والولايات المتحدة الأمريكية التي تعد أكبر سوق عالمي للتجارة الإلكترونية.

وعلى ضوء هذه الدراسة وما تضمنها من استعراض وتحليل للأوضاع العالمية في مجال التجارة الإلكترونية، خرجنا ببعض النتائج، وكذلك بعض التوصيات المقترحة، ونوضح ذلك في ما يلي:

أولا: النتائج: تتمثل في:

1_ التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، للإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانت مؤسسات أو هيئات

حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

2_ للتجارة الإلكترونية عدة شروط يجب توفرها لخلق بيئة يمكن ممارستها فيها بكل سهولة ويسر وتمثل في القوانين والتشريعات التي تنظمها وكذلك توفير بنية تحتية تكنولوجية وخاصة توفير الانترنت وأيضاً كوادر بشرية التي لها الخبرة في هذا المجال.

3_ إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشأ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة كما تساعد الأفراد على خيار أجود المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذا النوع من التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.

4_ حققت بعض الدول على غرار الولايات المتحدة الأمريكية والصين واليابان معدلات قياسية وترتيب متقدم في توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

5_ ثمة ثورة تنتشر بوتيرة متوسطة في العالم في مجال التجارة الإلكترونية، فقد عرفت بعض المبادرات الرامية إلى الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الإلكترونية وتسريع عملية تبني تطبيقاتها.

6_ يختلف مفهوم تحرير التجارة الخارجية بين الأفراد والمفكرين وكذا المؤسسات الدولية وهذا راجع الى عدة اسباب و الدوافع.

ثانياً: التوصيات:

1_ العمل على تفعيل التجارة الإلكترونية البينية في الدول العالم من أجل سد الفجوة الرقمية بين الدول العالم، وتحسين المعدل العالمي العام لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات.

2_ وضع إطار قانوني صارم لتنظيم التعاملات الالكترونية، ولتعزيز الثقة بالاقتصاد الرقمي من خلال حماية حقوق المستهلكين وتأمين الاتصالات الإلكترونية.

3_ دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمعات العالمية وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الالكترونية .

وذلك من خلال التركيز على العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية، حيث يتم توجيه

الأفراد والمؤسسات بأهمية هذه التجارة بإتباع مجموعة أساليب من بينها الحملات الإعلامية المرسحة لثقافة

التسوق عبر الانترنت، برامج وورش التدريب للأفراد.

4_ العمل على تحسين وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بإيجاد شبكة اتصالات تتسم بالسرعة والفاعلية الكبيرة وتوفير خدمات الانترنت، وتسهيل عملية اقتنائها والحصول عليها من طرف أفراد المجتمع وتحفيزهم على استعمالها وجعلها في متناوله من جانب التكلفة والأسعار.

5_ التحسين والارتقاء بالخدمات الالكترونية وتجديد الثقة لدى الأفراد من خلال تحسين الأداء التكنولوجي والتقليل أو القضاء على المشاكل المطروحة التي تزعزع ثقة المواطن في مختلف القطاعات.

6_ تحفيز الشركات والمشاريع الصغيرة والمتوسطة على ممارسة التجارة الالكترونية من خلال منحها إعفاءات ضريبية للتعاملات التي تتم عبر المواقع التجارية لها.
يمكن الخروج بمجموعة من الافاق تتمثل في:

* التجارة الالكترونية ودورها في متغيرات الاقتصاد الكلي للدول مع دراسة حالة.

* التجارة الالكترونية ودورها في حماية المستهلك دراسة حالة.

* التجارة الالكترونية ودورها في جودة وتسويق المنتجات .

* التجارة الالكترونية الواقع والافاق و التحديات.

مراجع

مراجع باللغة العربية

كتب:

- 1_ د. أيمن النحراوى، لوجستيات التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ، 2009.
- 2_ د. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 3_ جميل محمد خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الاكاديميون للنشر و التوزيع عمان الاردن، 2014.
- 4_ محمد الفاتح محمود بشير المغربي ، التجارة الالكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، المملكة الاردنية الهاشمية، 2016 .
- 5_ إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010.
- 6_ بسام شيخ العشرة واخر، التجارة الالكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية 2018.
- 7_ إبراهيم العيسوي، (التجارة الإلكترونية)، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة، مصر، 2003.
- 8_ قدي عبد المجيد، مدخل الى السياسات الاقتصادية الكلية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 9_ أحمد فاروق غنيم، حول تحرير التجارة ، مركز المشروعات الدولية الخاصة، واشنطن ، 2006.

مذكرات:

- 1_ شهرزاد عبيدي، الانترنت والتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015.2018.
- 2_ محمد على الخليفة محمد، التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات السودانية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا عمادة التطوير والجودة مركز الجودة الشاملة والتميز، السودان، 2015.
- 3_ ابتسام حملاوي، منظمة التجارة العالمية ومساهمتها في تحرير التجارة الدولية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلو الاقتصادية، تخصص التمويل الدولي و المؤسسات المالية و النقدية الدولية، مدرسة الدكتوراه جامعة منتوري قسنطينة، 2010./2011

مراجع

- 4_ شلالى رشيدة، تسيير المخاطر المالية فى التجارة الخارجية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير فى العلوم التجارية، تخصص إدارة العليات التجارية، جامعة الجزائر 3، 2010./2011
- 5_ شلالى حكيم، صيغ تمويل عمليات التجارة الخارجية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة البنك الخارجى وكالة البويرة37، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر فى العلوم التجارية، تخصص مالية المؤسسة، جامعة اكلي محند اولحاج البويرة، 2014/ 2015.

مقالات

- 1_ م. د. رجاء خضر عبود موس الربيعي، دور التجارة الالكترونية فى تعزيز الأداء الاقتصادي الولايات المتحدة- العراق نموذجاً ،مديرية تربية بابل، العراق.

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=77309>

- 2_ شذى خليل، التجارة الإلكترونية تحدث انقلاباً فى الاقتصاد العالمى، مركز الروابط للبحوث و الدراسات الاستراتيجية .

<http://rawabetcenter.com/archives/61602>

- 3_ محمد مداحي، مداخلة بعنوان التجارة الالكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولى و العربى، الملتقى العلمى الدولى الرابع حول : عصرنة نظام الدفع فى البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية فى الجزائر-عرض تجارب دولية -،جامعة حسيبة بن بوعلى بالشلف، المركز الجامعى خميس مليانة - الجزائر يومى:26-27 أبريل 2011

- 4_ حسن لخضر، برامج اصلاح التجارة الخارجية و تقييمها ،على الموقع WWW.arab-ari.org/cour25/pdf

جرائد الرسمية

- 1_ الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 28، السنة الخامسة والخمسون ، المؤرخ فى 16 مايو لسنة 2018

مراجع باللغة الاجنبية

مذكرات

- 1 - HENDRIK TERBECK; E-COMMERCE2025 Delphi-based Scenario & Trend Analysis for the Future of Digital Commerce ; MASTER'S THESIS; December 30, 2014; UNIVERSITY OF TWENTE
https://essay.utwente.nl/66523/1/terbeck_MA_smg.p

-1A report prepared by UNIDO and ITC ; STATUS OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF BRICS E-COMMERCE; For submission to the BRICS Trade Ministers Meeting Shanghai; China 2 August 2017.
[http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/BRICS %20E-commerce%20_Status%20Opportunities%20and%20Challenges_22AUG2017_final\(1\).pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/BRICS%20E-commerce%20_Status%20Opportunities%20and%20Challenges_22AUG2017_final(1).pdf)

-2Arpita Mukherjee Avantika Kapoor; Trade Rules in E-commerce: WTO and India; Working Paper No. 354; INDIAN COUNCIL FOR RESEARCH ON INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS; March 2018
http://icrier.org/pdf/Working_Paper_354.pdf

مواقع الكترونية:

- 1_ الموقع الإلكتروني لمنظمة التجارة العالمية علي الرابط: www.wto.org/fr/e-commerce
- 2_ الموقع الإلكتروني للجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي علي الرابط: www.uncitral.org
- 3_ الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية علي الرابط : www.wipo.int
- 4_الموقع الإلكتروني لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية علي الرابط: www.unitad.org

فهرس المحتويات

I.....	شكر
II.....	اهداء
III.....	ملخص
V.....	فهرس الجداول
V.....	فهرس الاشكال
أ-ج	مقدمة
01.....	الفصل الاول :عموميات حول التجارة الإلكترونية
02	تمهيد الفصل الاول
	المبحث الاول: ماهية التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالمنظمة العالمية للتجارة WTO
03.....	:
03.....	المطلب الاول: مفهوم التجارة الإلكترونية
09.....	المطلب الثاني : انماط التجارة الالكترونية وخصائصها
12.....	المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية
	المطلب الرابع: القوانين النموذجية الصادرة عن منظمة التجارة العالمية WTO بشأن
15.....	التجارة الإلكترونية
	المبحث الثاني : ماهية التجارة الخارجية وعلاقتها بالاتفاقيات الدولية بشأن التجارة
26.....	الالكترونية
26.....	المطلب الاول : ماهية التجارة الخارجية
	المطلب الثاني : الاتفاقيات الصادرة عن المنظمة العلمية الفكرية WIPO بشأن التجارة
30.....	الإلكترونية و التشريعات العربية النازمة للتجارة الإلكترونية
32.....	المبحث الثالث: احتياطات الأمن و تحديات ومعوقات استخدام التجارة الإلكترونية
32.....	المطلب الاول: احتياطات الأمن عند استخدام التجارة الالكترونية
33.....	المطلب الاول: معوقات استخدام التجارة الإلكترونية
42.....	الفصل الثاني : دور التجارة الإلكترونية في تحريرالتجارة العالمية
43.....	تمهيد الفصل الثالث

44.....	المبحث الاول :عموميات حول تحرير التجارة الخارجية.
44	المطلب الاول: مفاهيم تحرير التجارة الخارجية.
48.....	المطلب الثاني:شروط نجاح التحرير التجاري وأثاره.
50.....	المطلب الثالث: الخطوات العملية لتحرير التجارة الخارجية.
55.....	المبحث الثاني : الاتجاهات العالمية في التجارة الإلكترونية .
55.....	المطلب الاول : مبيعات التجزئة العالمية لتجارة الإلكترونية.
	المطلب الثاني : التأثير المحتمل لتجارة في سياق الاقتصاد الرقمي و العوامل المؤثرة في
63.....	التجارة الإلكترونية.
64.....	المطلب الثالث : زيادة عدد مستخدمي الانترنت تمكن من نمو التجارة الإلكترونية....
66.....	المطلب الرابع: أثر المدفوعات على النمو الاقتصادي
69.....	المبحث الثالث: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية.
69.....	المطلب الاول: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل السوق على النمو الاقتصادي.....
70.....	المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات و الاستثمار و سوق رأس المال..
71.....	المطلب الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على قوة العمل.
73.....	خلاصة الفصل الثاني.
74.....	خاتمة
78.....	قائمة المراجع.
82.....	فهرس المحتويات