**جامعة08 ماي1945 -قالمة-**

**كلية الحقوق والعلوم السياسية**

**قسم العلوم السياسية**

|  |
| --- |
| **التجارة الإلكترونية و اثارها على اقتصاديات الوطن العربي** |

**مداخلة مقدمة للملتقى الدولي الموسوم بـ :**

صناعة المستقبل في السياسات العربية :

نحو تفعيل لدور الدراسات المستقبلية

**يومي 08و09 ديسمبر2018**

**لطرش رندة**

**جامعة وهران** 2

**randa.latrache@gmail.com**

**محور المشاركة: المحور الثاني قضايا بناء المستقبل العربي**

**الملخص:**

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة التجارة الإلكترونية و أهميتها و أثارها على نواحي الحياة المعاصرة، لاسيما الجوانب الاقتصادية منها، كطريق أساسي لتنمية المعاملات الاقتصادية و إيضاح الدور الذي يمكن أن تساهم به التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية الاقتصادية في البلدان العربية ،كما تهتم هذه الدراسة بواقع التجارة الإلكترونية في البلدان العربية و أهم التحديات و المعوقات التي تواجه البلدان العربية في استخدامها للتجارة الإلكترونية و التي تحد من فعاليتها في الإسراع بعملية التنمية الاقتصادية العربية توصلنا في الأخير لبعض الاقتراحات التي نراها مناسبة لتسهيل تطبيق هذا النوع من التجارة في الدول العربية.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية ، الاقتصاديات العربية ، البلدان العربية ، الأثار الاقتصادية.

**Abstract :**

**T**his study aimed to shed light on the penomenon of electronic commerce and its importance and its affects on aspects of contemporary life , particularly the economic aspects of them ,as a basis prosess to surge the economic tramsactions and an attempt to clarify the role that Can constribute to electronic commerce in economic development in arab countries, and focuses on the study by electronic commerce in arab countries and the main challeenges and constraints facing the arab countries in the use of e- commerce and that limit their effectiveness in accelereting the process arab economic devolepment , we reached at last some of the proposals that we see am apportunity to facilitate the application of this type of trade in arab countries.

**Keyword**: electronic commerce , arab economic , arab countries , economic impact.

**مقدمة:**

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية كنتيجة حتمية و ضرورية للتطورات و المستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ،حيث لعبت و لازالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالأنترنت دورا مهما كوسيط لاستكمال الأعمال التجارية بشكلها الحديث و المعاصر فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا ملموسا في البيئة الحالية، حيث تعتبر هذه الأخيرة من المتغيرات العالمية الجديدة الي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين ،و من ثم فقد أصبحت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد ،و أحد الاليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية و الإنتاجية ،و في ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة و متطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية ،و كذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية و التسويقية و توفير فرص واسعة لرفع النمو الاقتصادي و هنا تبرز ملامح إشكالية البحث و التي يمكن صياغتها كآتي:

**ما هي أثار التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الدول العربية**؟

ويندرج تحت هذا الإشكال الرئيسي **الأسئلة الفرعية** التالية:

- ما المقصود بالتجارة الإلكترونية ؟

- ما هو واقع التجارة الإلكترونية في البلدان العربية؟

- فيمل يتمثل أثر التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الدول العربية؟

- ما هي أفاق التجارة الإلكترونية في الدول العربية؟

**أهمية الدراسة**:

تنبع أهمية الدراسة في محاولتنا الإجابة على الإشكالية ،و التي تسلط الضوء على مقصود التجارة الإلكترونية و واقعها في الوطن العربي ،و اثارها المحتملة على اقتصاديات البلدان العربية ومعرفة الافاق المستقبلية لها في هذه البلدان.

**أهداف الدراسة**:

تسعى هذه الدراسة إلى:

* معرفة المقصود بالتجارة الإلكترونية.
* التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.
* الكشف على أثار التجارة الإلكترونية على اقتصاديات البلدان العربية.
* معرفة الافاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الدول العربية.

و لمعالجة هذا الموضوع سوف نتطرق إلى **المحاور** التالية:

**المحور الأول:** الإطار المعرفي للتجارة الإلكترونية

**المحور الثاني**: واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي

**المحور الثالث:** أثر التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الدول العربية

**المحور الرابع**: مستقبل التجارة الإلكترونية على مستوى الإقتصاد العربي"متطلبات النجاح المزايا،الافاق"

**المحور الأول: الإطار المعرفي للتجارة الإلكترونية**

**1/ البعد التاريخي للتجارة الإلكترونية:**

يتطلب الحديث عن البعد التاريخي للتجارة الإلكترونية العودة إلى بداية ظهور الشبكات ثم ظهور الأنترنت ففي عام**1969**أنشأتوزارة الدفاع الأمريكية شبكة المشاريع البحثية المتقدمة**ARPANET**  كانت في الواقع أول شبكة أنترنت قادرة على العمل بين المنظمات لتلبية احتياجات وزارة الدفاع الأمريكية و المنظمات الأخرى و الأفراد الذين كانوا جميعا يعملون في مشاريع بحثية ذوات الصلة بالدفاع، ثم إنشاء الشبكة لحل المشكلة الرئيسية للاتصالات بين الحواسيب المتباعدة عن بعضها الاف الأميال و لكنها بحاجة للعمل سوية.

و ظهرت في السبعينات شبكات أخرى مثل **Bitnet and u.Senet** حيث أصبحت التقنية أكثر شيوعا و أكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية لأموال حيث بدأت الصارف بالتحويل الإلكتروني للودائع المصرفية.

في مطلع الثمانينات أصبحت تطبيقات التجارة الإلكترونية أكثر انتشار بين المنظمات بأسلوبي التبادل الإلكتروني للبيانات و البريد الإلكتروني ،و يسمح التبادل الإلكتروني للبيانات بإرسال و تسليم وثائق الأعمال مثل طلبات الشراء ،فقد يساهم في توسيع نطاق تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى .

في عام **1992** ظهرت الشبكة العالمية **word wide web** والتي جعلت الأنترنت نابضا بالحياة و سهل الاستخدام نسبيا تدعيم تقنيات الشبكة بطبع المعلومات و نشرها و تجعل التجارة الإلكترونية أرخص ذلك أن منظمات الأعمال الصغيرة يمكن أن تصل إلى جمهور كبير بسهولة.

منذ عام **1995** تطورت تطبيقات عديدة في التجارة الإلكترونية ،معظم الشركات الكبيرة و المتوسطة أصبحت تملك أنترنت.

من عام **1995** إلى **1999** شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة ،و التي تتمثل في الإعلانات على النت و المزادات ،لدرجة أنه كل مؤسسة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشأت لها موقع على شبكة الأنترنت و الكثير منها لديها مواقع مليئة بالمعلومات .

منذ عام **1999** تغير الاهتمام من التجارة الإلكترونية مؤسسة إلى مستهلك إلى التجارة الإلكترونية مؤسسة إلى مؤسسة، و جرى العمل أكثر على تجنب الإخفاقات مثلا في عام **1999** أنشأت مؤسسة جنيرال موتورز **General Motors**،أكثر من **18000** صفحة من المعلومات على موقعها و تحتوي على **9800** وصلة من منتجات المؤسسة و خدماتها ووكلائها.

و شهدت السنوات الأخيرة تطبيقات مبتكرة عديدة ،و أصبح لدى الكثير من الشركات مواقع على الشبكة.

حاليا معظم المؤسسات الصغيرة أصبحت تملك مواقع و المؤسسات الكبيرة تملك بوابات **portails**.

**2/ تعريف التجارة الإلكترونية:**

تعددت مفاهيم التجارة الإلكترونية ،وفقا لاختلاف النظر عند التعرض لتفسيرها، و يعود ذلك إلى تعدد مجالات تطبيقها ،و التطور المستمر الذي يطرأ على أساليبها و أهدافها و نذكر بعض من هذه التعريفات فيمايلي:

التحديد الفقهي للتجارة الإلكترونية «عرض المشروع للسلع و الخدمات على موقع الأنترنت ليحصل على طلبات من العملاء"

التحديد الرسمي للتجارة الإلكترونية: عرفها مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصرية بأنها «تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية"

تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية و تسويق و بيع المنتجات بوسائل إلكترونية"

كما تعتبر التجارة الإلكترونية "منهج حديث في عملية البحث و استرجاع المعلومات لدعم قرار الأفراد و المنظمات في الأعمال موجهة غلى التعامل مع السلع و الخدمات بالسرعة الممكنة باعتماد شبكات الاتصالات المحلية و الدولية".

من خلال التعاريف المقدمة سابقا نخلص إلى أن التجارة الإلكترونية "تمثل شكلا من أشكال النشاط التجاري ،الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل الإلكتروني ،و يشمل ذلك وسائل الاتصال التي تعمل كوسيط في عمليات إعلان و عرض و توزيع و بيع السلع و الخدمات ،و كذا تسوية هذه العمليات بطريقة إلكترونية من خلال أدوات الدفع الإلكتروني".

**3/ خصائص التجارة الإلكترونية:**

تتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة العادية بكون الأولى و هي التجارة الإلكترونية لا يكون هناك علاقة مباشرة بين طرفي العقد الإلكتروني فلا يكتفي البائع و المشتري وجها لوجه و لا يجلسون سويا في مجلس عقد واحد في مكان مادي واحد قد يكون المتعاقد مع الفرد هنا شركة أو شخص معنوي يكون عبارة عن عنوان صفحة على شبكة الأنترنت.

من خصائص التجارة الإلكترونية اعتمادها الشديد على الرسائل الإلكترونية ،إذ يقوم كل طرف من أطراف العقد بالرد و الإرسال على الطرف الاخر عبر الانترنت.

و عموما يمكن إجمال خصائص التجارة الإلكترونية فيمايلي:

* السرعة في انجاز العمليات التجارية.
* توسيع نطاق الأسواق التجارية.
* توفير خيارات التسوق الأفضل.
* إستخدام أنماط جديدة من الأعمال التجارية .
* تطوير معايير المنافسة التجارية و الأداء التجاري.
* تحويل المنتجات إلى الصورة الرقمية.
* إنشاء أسواق إلكترونية يتنافس فيها المشتري و البائع و الوسيط و شركات الأنترنت.

كما تتصف التجارة الإلكترونية بالعديد من **المزايا** و **الفوائد** نذكر منها:

* بمجرد أن تزيد التجارة الإلكترونية فرص المبيعات للبائع فهي تزيد فرص الشراء للمشتري.
* يمكن لمؤسسة الأعمال أن تستخدم التجارة الإلكترونية في عملياتها الشرائية للتعرف على الموردين الجدد و شركاء الأعمال و التفاوض على الأسعار و شروط التسليم أكثر سهولة في التجارة الإلكترونية.
* تمد التجارة الإلكترونية المشترين بمدى أوسع من الخيارات عن التجارة التقليدية حيث تمكنهم النظر في منتجات و خدمات متنوعة كثيرة من مجموعة متنوعة أوسع من البائعين.
* كذلك تمتد منافع التجارة الإلكترونية إلى الرخاء العام للمجتمع ،فالمدفوعات الإلكترونية للمستردات الضريبية و التقاعد العام و المساعدات الاجتماعية تكلف أقل في إصدارها ووصولها بأمان و سرعة عند دفعها عبر الأنترنت.
* الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية.
* تطوير الأداء التجاري و الخدمي.
* تلبية خيارات العملاء و المستهلكين بيسر و سهولة .

**4/أهداف التجارة الإلكترونية:**

تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف و تتمثل فيمايلي:

* تحقيق السرعة و الكفاءة في الاداء .
* القيام بعمليات التسويق و البيع و الشراء عبر الأنترنت .
* تحسين الخدمات المقدمة للعملاء و تحسين الصورة الذهنية للمنشأة.
* تخفيف و تقليل تكاليف الإنتاج و التسويق و التوزيع.
* زيادة معدلات الوصول إلى العملاء و بناء علاقات قوية فيما بينهم.

**5/أشكال التجارة الإلكترونية:**

للتجارة الإلكترونية أشكال عدة يمكن تلخيصها في الآتي:

**التجارة الإلكترونية بين وحدتي أعمال:** ويكون هذا النوع بين شركات و مؤسسات أعمال إذ يكون التعامل بين الشركات مع بعضها البعض في مجال ما فيقوم طرف بالشراء أو البيع أو التبادل السلعي أي كانت نوع المعاملة بين شركتين أعمال ،و بعتبر هذا الشكل هو الشكل الشائع بين التجار.

**التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال أو بين شركة و مستهلك:** و ذلك الشكل من التجارة الإلكترونية يبيح للمستهلك التسوق عبر شبكة الأنترنت البحث عن أي سلعة يرغبها و ذلك باستعراض كافة السلع التي يرغبها و يتم الشراء من صفحة الأنترنت بعد الإشارة إلى المنتج المطلوب و إستخدام بطاقات الائتمان .

**التجارة الإلكترونية بين المستهلكين و الحكومة** هو ما يقوم به الفرد في الدولة من تعامل مع الحكومة أو الإدارة المحلية من نشاط يهدف إلى الكشف عن موقفه من الضرائب أو الكهرباء أو فاتورة التليفون و أيضا سداد تلك الفوائد إلكترونيا باستعمال بطاقة الائتمان الذكية.

**التجارة الإلكترونية بين الشركات الخاصة أو وحدة أعمال و بين الحكومة آو الإدارة المحلية في إحدى المحافظات :**و هي تمكن الشركات من التعامل مع الحكومة في الكشف أو الاطلاع أو شراء أو بيع أي شيء للحكومة أي التعامل مع الحكومة سواء على المستوى الخدمي او السلعي في بعض الأحيان و هذه التجارة تتضمن جميع المعاملات الشبكية التي تتم بين البنوك و عملائها سواء كانت شركات أو أفراد ،و كذلك المعاملات بين بنوك و الحكومات من خلال شبكة الأنترنت.

**6/مقومات التجارة الإلكترونية:**

يعتمد حجم و معدل نمو انتشار التجارة الإلكترونية على توفر البنية التحتية و استكمال المتطلبات الأساسية لها،و بقدر ما تكون الاستجابة لهذه المتطلبات يكون حجم الانتشار و النمو لهذه التجارة.

و يستلزم نشر تقنيات التجارة الإلكترونية توافر العناصر الاتية:

* إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية لتوفير البيئة الامنة التي تضمن أمن و سرية التعاملات الإلكترونية.
* تطوير نظم المدفوعات اللازم للقيام بجميع العمليات المصرفية لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة و أمان من خلال الوسائل الإلكترونية.
* إيجاد التنظيم القانوني و التشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الإلكترونية و العقود المبرمة .
* تحديد متطلبات أمن المعلومات و حماية الخصوصية.
* نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية و إبراز ما لها من مزايا و إيجابيات و تعزيز الثقة بكفاءة وأمان التعاملات الإلكترونية.
* تدريب و تأهيل الكفاءات البشرية الوطنية لمواجهة تزايد إستخدام تقنيات التجارة الإلكترونية
* تقديم الخدمات الحكومية إلكترونيا.
* إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلاله طرح المناقصات الحكومية و استكمال إجراءاتها.

**المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي**

من الصعب تحديد حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي حيث أن العديد من الشركات و الأفراد يمارسونها بشكل جزئي ،و يقدر الخبراء إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي عام **2010** حوالي **90**مليون دولار و يتراوح مستخدمي الأنترنت في المنطقة العربية ما بين **350**-**450** ألف مستخدم أي ببنسبة**4**% من إجمالي المستخدمين فقد تم تقدير إجمالي حجم التسويق الإلكتروني في المنطقة العربية خلال عام **2008** بحوالي **9** ملايين دولاراي **11,5** مليون دولار أمريكي و أغلب مصادر المشتريات الخارجية بنسبة**92**% و الداخلية بنسبة**8%** فقط و قد تنوعت أساليب الدفع فجمعت بين الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية **52**% و الدفع بشبكات بنسبة **30**% و التحويل البنكي **8%** و الدفع النقدي1**0% .**

برزت العديد من الدول العربية في ممارستها للتجارة الإلكترونية و هي لبنان، الأردن ،مصر

ودول الخليج العربي فضلا عن ظهورها في دول عربية أخرى كسوريا ،المغرب تونس و الجزائر سيتم التطرق إلى تجارب بعض الدول فيمايلي:

قد تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية من حيث حجم التجارة الإلكترونية بقيمة **3**,**1** مليار دولار تليها مصر بنحو**500** مليون دولار فيما توزعت **2,1** مليار

دولار الأخرى على باقي الدول العربية.

و جاءت في دراسة لإدارة البحوث الاقتصادية النابعة للبنك الأهلي المصري أن حجم التجارة الإلكترونية العربية لعام **2008** يبلغ **3مليار** دولار فيما يتوقع أن يصل **لنحو5مليار** دولار بنهاية عام **2012** و ذلك بمقابل **3**,**7** تريليون دولار عالميا.

**الإمارات:**

تعد السوق الإماراتية للتجارة الإلكترونية من أكبر الأسواق في الشرق الأوسط و شمال إفريقيا و هذا نتيجة للدور الذي تقوم به الحكومة الإماراتية لنشر و تأسيس بيئة فاعلة للتجارة الإلكترونية ،و تعتبر الإمارات بوابة التجارة الإلكترونية في المنطقة حيث بلغ عائد التجارة الإلكترونية **سنة2012** في الإمارات **2**,**9** مليار دولار.

**لبنان:**

إن البوادر الأولى للتجارة الإلكترونية الفعلية بدأت في لبنان في النصف الثاني من عقد التسعينات من القرن المنصرم من قبل الشركات التجارية المهمة فعلى سبيل المثال قام مصنع الخمر اللبناني بإنشاء موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت **عام1988**لممارسة هذه التجارة ،و سلكت كذلك مصانع إنتاج الأغذية الجاهزة نفس الطريق ،كما أن الحكومة اللبنانية أخذت تهيء لإقامة مدينة إلكترونية لشبكة الأنترنت على غرار مدينة دبي في سبيل الارتقاء بالخدمات و التجارة الإلكترونية.

**الأردن:**

عملت الحكومة الأردنية عام **1995** على اتخاذ إجراءات إدخال و استخدام شبكة الأنترنت و ذللك لتعزيز هذه التجارة فيها، ومن أكثر أشكال التجارة الإلكترونية فيها هي التجارة بين قطاع الشركات نفسه و هذه النشاطات التجارية تميل في معظمها نحو الاستيراد غير أن بعض المؤسسات الأردنية المنتهجة للتجارة الإلكترونية تصدر من خلال صفقات بالبيع إلى التجارة الجملة في خارج الأردن على اعتبار أن العملية تعد أكثر منها بالنسبة لتسديد المدفوعات،

و حسب نفس الدراسة فيما يخص السوق الأردنية فقد بلغ عدد المستخدمين الذين ينفقون على المنتجات و الخدمات عبر الأنترنت في الأردن بحوالي **514** ألف مستخدم ،أي ما يقارب **8**% من إجمالي عدد سكان الأردن.

**مصر:**

جرت في مصر استعدادات كبيرة للتوسع في التجارة الإلكترونية و إصدار قانون الذي يعمل على التنسيق بين **41** وزارة و هيئة حكومية لاعتماد التوقيع الإلكتروني العقود الإلكترونية فضلا عن تطوير استخدام الدفع الالكتروني في مصرمن خلال الوصول بعدد مستخدمي البطاقات الائتمانية إلى أكثر من **6ملايين** مستخدم بنهاية عام **2005** .

**تونس:**

تعتبر تونس بالمقارنة مع باقي دول المغرب العربي السباق في مجال تبني التجارة الإلكترونية و ذلك من خلال إدراك لأهميتها في تطوير الإقتصاد المحلي باعتبار فكرة التجارة الإلكترونية تمثل أمر ضروري للتطوير و تنمية الإقتصاد ففي **سنة1997** أبدت الحكومة التونسية إرادة سياسية في سبيل ذلك.

**الجزائر:**

سعت الجزائر كغيرها من الدول إلى اقتحام مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات منذ التسعينات بالتحديد في **سنة1994** بهدف إدراك التطور الحاصل و بغية اللحاق بركب الدول المتقدمة و تعد التجارة الإلكترونية إحدى الأهداف التي سطرتها الجزائر ،و كانت من أهم البرامج التي سطرتها الجزائر لاستغلال التجارة الإلكترونية هي مشروع الجزائر إلكترونية.

بالرجوع إلى التشريعات العربية تتضح لنا مكانة التجارة الإلكترونية لدى الدول العربية فهناك دول قليلة فقط أقدمت على إصدار قوانين خاصة بهذه التجارة منها:

1. أول دولة عربية قامت بإصدار قانون يضم التجارة الإلكترونية هي الأردن ،بإصدارها قانون **85سنة 2001** متعلق بالمعاملات الالكترونية.
2. ثاني دولة عربية قامت بإصدار هذا القانون الإمارات العربية تحت رقم **02**/**2002** يسمى قانون إمارة دبي الخاص بالمعاملات و التجارة الالكترونية.
3. ثالث دولة هي البحرين و ذلك في **14** سبتمبر **2002**.
4. رابع دولة تصدر هذا القانون هي فلسطين **سنة2003**.
5. خامس دولة قامت بهذا العمل تونس بإصدارها قانون رقم **83** **لسنة2008و**المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية.

و من هنا بدأت الدول العربية تصدر قوانين تنظم هذه التجارة مع وجود مشروع موحد يهدف إلى وضع نظام نموذجي للأعمال و التعاملات الإلكترونية في الدول العربية حيث يكون مرجع الدولة العربية.

**تصنيف الدول العربية:** في دراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي العالمي حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي ،تم تصنيف الدول العربية إلى مجموعات ثلاث:

**أ/**مجموعة التطور السريع و تشمل الإمارات العربية المتحدة و الكويت.

**ب/**مجموعة الدول الصاعدة و تشمل المملكة العربية السعودية ،مصر ،الأردن و لبنان .

**ج/**مجموعة الدول السائرة في طريق النمو و تضم عمان، المغرب ، و سوريا.

**ترتيب الدول العربية حسب عدد مستخدمي الأنترنت لسنة2012**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الدولة** | **عدد المستخدمين** | **نسبة الاستخدام** |
| مصر  المغرب  السعودية  الجزائر  السودان  سوريا  الإمارات  تونس  العراق  ليبيا  فلسطين  اليمن  الأردن  الكويت  عمان  لبنان  قطر  البحرين  موريتانيا  صومال | 29.809.724  20.000.000  13.000.000  9.000.000  7.000.000  6.000.000  5.859.118.  5.000.000  4.000.000  2.000.000  2.000.000  2.000.000  2.000.000  2.000.000  2.000.000  1.682271  961.228  151.163  126.070 | 35%  52%  49%  29%  29%  30%  70%  49%  17%  48%  34%  70%  47%  70%  50%  49%  86%  77%  4.5%  1.2% |

من خلال الجدول نلاحظ أن مصر تتصدر قائمة الدول العربية في عدد مستخدمي الأنترنت ،و احتلت الجزائر المرتبة الرابعة بعد المغرب و السعودية و هذا راجع إلى أن عدد سكان الجزائر أكثر مقارنة بعدد سكان المغرب و السعودية ،و ما نلاحظه من الإحصائيات أن بعض الدول لم يتعدى عدد مستخدمي الأنترنت **10**% من عدد السكان في حين بعض الدول حققت نسبة **86**% .

**المحور الثالث: أثر التجارة الالكترونية على اقتصاديات الدول العربية**

على الرغم من أن التجارة الإلكترونية لم تتطور بالشكل المطلوب في البلدان العربية نتيجة مصاعب ثقافية و قانونية و تكنولوجية ،فإن هذا المولود الجديد له من الاثار الاقتصادية الإيجابية ما لا يمكن حصرها ،و سنبرز هذه الأثار على الإقتصاد العربي فيمايلي:

من المنتظر أن تفتح التجارة الإلكترونية افاق متعددة و مجالات كثيرة للدول العربية و من أهمها المجال الاقتصادي و من المأمول أن يكون للتجارة الإلكترونية اثار متعددة و مرغوبة على جوانب اقتصادية متعددة ،و لاستخدام التجارة الالكترونية أثر كبير في طرق عمل الشركات و لها تأثير واضح في أسعار البضائع و المنتجات و يمكن تلخيص تأثيراتها في النقاط الاتية:

1.تعمل التجارة الالكترونية على زيادة الانتاجية و النمو الاقتصادي للدول العربية بسبب الكفاءة في عرض السلع و الخدمات.

2.التجارة الإلكترونية يمكن أن تغير من تركيبة المشروعات و القطاعات الاقتصادية و الإنتاج في الدول العربية.

3.كما لها أثر إيجابي يتمثل في انخفاض تكاليف المبادلات و نقل المعلوماتية عموما و هكذا أصبحت تكنولوجيا المعلوماتية و الاتصالات شرطا جوهريا في أتمام العمل في الاقتصاد الحديث.

4.كذلك يلاحظ أن من شأن عمل التجارة الإلكترونية أن تجعل الصفقات تتم على نحو أسرع ،و من شأن ذلك ان تزيد انتاجية دوران راس المال.

5.و من أهم الاثار التي يمكن ان تنجز عن تطبيق التجارة الالكترونية في الدول العربية اتاحة الفرصة لتوطيد العلاقات الاقتصادية بينها.

و من أهم الفوائد التي يمكن أن تعود على الاقتصاد الوطني العربي من خلال اعتماده على التجارة ما يلي:

* فتح افاق اوسع أمام المؤسسات الاقتصادية العربية.
* الاستفادة من السلع و الخدمات الاجنبية من التكنولوجيا المتطورة و بالتالي توفر امكانية إفراج الاقتصاد العربي من تخلفه و إعطائه قدرة تنافسية أكبر .
* تطوير العمل أو النظام المصرفي العربي ،مما يتوافق مع متطلبات التجارة الالكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكترونية المختلفة.

للتجارة الإلكترونية مجموعة من الأثار تنعكس إيجابا على الإقتصاد الوطني العربي من خلال الفرص التي تتيحها و هي على النحو التالي:

**1/التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية:** توفر التجارة الإلكترونية أدوات ووسائل تضيف إلى القدرات التنافسية للمنتجين مما يمكن أن تحقق زيادة الصادرات و ذلك من خلال:

سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية.

القدرة على سرعة عقد الصفقات و إنهائها.

إمكانات التسويق للسلع و الخدمات عالميا و بتكلفة محدودة.

**2/التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**: تمثل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة محور أساسيا للتنمية الاقتصادية و تعد التجارة الإلكترونية واحد من أهم الأدوات التي تحقق للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة حجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية و كفاءة.

**3/التجارة الإلكترونية أداة لخلق فرص جديدة للعمل الحر**: التجارة الإلكترونية يمكن أن تخلق العديد من فرص العمل الحر حيث تتيح الفرصة لعمل مشروع تجاري متصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ممكنة.

**4/التجارة الإلكترونية أداة للاستفادة من الفرص في سوق التكنولوجيا المقدمة**: إن احتياج التجارة الإلكترونية إلى البنية الأساسية من شبكات المعلومات و قواعدها سيخلق مناخا مواتيا لدخول شركات جديدة مهتمة بالتكنولوجيا المتطورة في مجال صناعة تكنولوجيا المعلومات.

بالرغم من الوعي المتزايد بأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاديات الدول العربية ،الا ان دور التجارة الإلكترونية في اقتصاديات البلدان العربية لم تحقق الامال المرجوة منها، و يرجع ذلك الى ما تواجهه من تحديات و معيقات تحد من نموها و انتشارها من قدرتها على الاسراع في عملية التنمية الاقتصادية تتمثل هذه العقبات فيمايلي:

**عوائق تقنية و تكنولوجية:** و تتمثل في الاتي:

* ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع.
* قصور الكوادر البشرية المدربة و المؤهلة في مجال تقنية المعلومات و تطبيقات التجارة الإلكترونية.
* عدم تبني الحكومات في الدول النامية لاستراتيجية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات.
* ضعف أنشطة البحوث و التطوير.

**عقبات تجارية:**

* قصور أسواق رأس المال في معظم الدول العربية لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية.
* محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها أو بينها و بين مورديها المحليين أو حتى بينها و بين المستهلكين .
* عجز الاستراتيجيات الحكومية لدعم المشروعات التجارية الوطنية للمنافسة مع نظيرتها العالمية.

**عقبات قانونية:**

هذا التحدي متصل بعدم سن القوانين و الانظمة و التشريعات التي تسهل أنتشار الأعمال الالكترونية إذ لا تزال الكثير من القوانين و الأنظمة في معظم الدول العربية غير منسجمة مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

**عقبات حكومية:**

تتمثل التحديات الحكومية في طبيعة السياسات التي تتبناها بعض الحكومات و التي لها تأثير مباشر أو غير مباشر على التجارة الالكترونية ،و من هذه السياسات إصرار كثير من حكومات الدول العربية على مباشرة إدارة البنى التحتية التجارية مما يجعلها متدنية الكفاءة و مرتفعة التكاليف .

**عقبات اجتماعية:**

من بين هذه العقبات عامل اللغة حيث أن اللغة الشائعة و المستخدمة في الأنترنت على مستوى العالم هي الانجليزية و أيضا الشكوك حول أمن المعلومات و غياب الثقة لدى بعض المجتمعات العربية.

و هناك **مشكلات** اخرى تتمثل في:

* انخفاض الوعي بأهمية عقد الصفقات التجارية إلكترونيا.
* قلة عدد المستخدمين للأنترنت في الدول العربية.
* عدم كفاءة القوانين و القواعد المنظمة مما يؤدي الى نقص الثقة في استخدام الشبكة لغرض التجارة الالكترونية.
* قلة عدد المواقع باللغة العربية.

**المحور الرابع :مستقبل التجارة الإلكترونية على مستوى الإقتصاد العربي " متطلبات النجاح، المزايا ،الافاق"**

**1/مستقبل التجارة الإلكترونية العربية:**

إن التجارة الإلكترونية العربية تشابه مع التجارة الالكترونية العالمية في كثير من الجوانب و تختلف معها في بعض خصائصها و درجة تطورها إذ تعتبر أدنى منها،و بناءا على ذلك من الممكن لهذا النوع من التجارة أن يأخذ مدى أكبر في الحياة الاقتصادية العربية ، و ذلك لان البيئة العربية تنطوي على الكثير من المقومات المهمة و الأساسية التي تساعد على نمو و تطور انتشار التجارة الإلكترونية في المجتمع العربي.

و أول هذه المقومات هو عامل اللغة إذ أن اللغة العربية هي اللغة الأولى في أكثر من **22** دولة عربية و بإمكان استغلال هذا العامل لبناء مواقع تجارية عربية على الأنترنت تساعد الأفراد على الدخول و التسوق من هذه المواقع و خاصة الأفراد الذين لا يجيدون الانجليزية.

كما أن البيئة العربية المحافظة و التي تحد من حرية المراة و الذهاب بمفردها إلى مراكز التسوق يمكن أن تلعب دورا إيجابيا في نمو التجارة الإلكترونية.

و يمكن للتفاوت الكبير بين المدن العربية الكبيرة الممتلئة بمراكز التسوق الكبيرةمن جهة و المدن الصغيرة و الأرياف الفقيرة لهذا النوع من مراكز التسوق من جهة أخرى أن تنموي و تطور التسوق الإلكتروني العربي.

أما في الجانب المالي فإن الكثير من المصارف و المؤسسات المالية العربية تبدي قدرا كبيرا من الإهتمام بالأعمال الإلكترونية و تقديم الخدمات المالية عبر شبكة الأنترنت،إن المصارف العربية قادرة على المنافسة في الأسواق الصرفية العالمية إذ أنها تمتلك الإمكانيات و القدرات التي تؤهلها لتحقيق مزايا تنافسية في مجالات لا تقدمها غير البنوك العربية ، و لاجل أن تنجح الأعمال المالية عبر الأنترنت ينبغي إنشاء البيئة المناسبة للخدمات المالية و إن أحد القضايا المهمة في هذا المجال هي بطاقة الائتمان التي لا يزال استخدامها محدود جدا في الدول العربية ،إلا أن هذه التجارة لا زالت تشكل جانبا ضئيلا من حجم التجارة الإلكترونية العربية الداخلية و الخارجية و من أجل معالجة هذا الخلل لابد من تفعيل دور التجارة الإلكترونية كأحد محركات النمو الاقتصادي في المنطقة العربية خاصة مع تزايد الاعتماد على التجارة الإلكترونية في أداء الأعمال في المنطقة العربية.

**2/متطلبات نجاح الإقتصاد العربي في ظل وجود تجارة الإلكترونية :**

تطمح معظم الدول العربية إلى الاستفادةمن الفرص التي تؤمنها التجارة الإلكترونية إن كانت تحبذ المنحى الحالي للعولمة أو لم تحبذ،ذلك أن تويسع الأسواق لتصدير المنتجات الوطنية هو أمر مفيد للإقتصاد الوطني و كل ما يتبعه من زيادة الإنتاج و زيادة فرص العمل ،و النمو الاقتصادي ........الخ **و يت**طلب تحقيق ذلك وضع إستراتيجيات إقليمية و وطنية لإستخدام أساليب التجارة الإلكترونية و تطوير التكنولوجيا اللازمة محليا،لابد من السيطرة على التكنولوجيا الحديثة و تطوير الأدوات المناسبة باللغة العربية و يمكن حصر الإحتياجات الرئيسية لتطوير التجارة الإلكترونية في الوطن العربي بالمجالات التالية:

**1.تحسين و توسيع البنية التحتية**: يحتاج إستخدام أساليب التجارة الإلكترونية على نطاق واسع يلبي الاحتياجات المتوقعة علميا إلى بنية أساسية وطنية قابلة للتوسع و التفاعل مع التطورات التكنولوجية العلمية و يشمل ذلك:

* إنشاء شبكات رئيسية للأنترنت تخدم التطبيقات الإلكترونية المتوقعة.
* التوسع في الشبكات الخلوية نظرا لبدء انتشار التجارة النقالة عبر الهاتف الخلوي .

**2.تشجيع و دعم إستخدام الأنترنت و التجارة الإلكترونية:** نظرا لما للانترنت من فوائد تنعكس على جميع المستويات الثقافية و التجارية و غيرها، و حيث أنه لا يمكن إنتشار التجارة الإلكترونية دون التوسع في استخدام الانترنت ليصبح أساسا في كل بيت ،فانه لابد من تشجيع إستخدامه من قبل جميع الفئات و ذلك من خلال تسهيل الإشراك بالأنترنت للشركات و الأفراد ،و نشر المعرفة حول التجارة الإلكترونية و مزاياها و أهميتها المستقبلية .

**3.القيام بالبحث و التطوير في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:** إن التوسع في استخدام الانترنت رهن بإنتشار المواقع بالغة العربية و السيطرة على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و توطينها و يحتاج ذلك إلى تاهبل عالي المستوى و التوسع في تطوير التطبيقات الإلكترونية الاساسية مثل التعليم و التدريب لتحسين اداء محركات البحث العربية.

**4.تحديث القوانين و التشريعات و الإجراءات:**يتطلب الدخول في مجال التجارة الإلكترونية العديد من الاصلاحات على المستويات القانونية أهمها اعتماد قوانين الملكية الفكرية و النشر و سن التشريعات لترويج التجارة الالكترونية و للتوقيع الالكتروني و هذا ما قامت به كل من مصر و تونس و الامارات.

**5.تطوير الخدمات المصرفية**:لا يمكن القيام بالعمليات التجارية دون مصارف،و بالتالي تتطلب التجارة الإلكترونية خدمات مصرفية متطورة تستخدم تكنولوجيا مماثلة و ذات مستوى امان متطور و يحتاج تأمين ذلك إلى تسهيل التعامل المصرفي عن بعد ووضع الضوابط الملائمة للخدمات المصرفية.

**3/ مزايا التجارة الإلكترونية العربية:** بإيجاز سنقوم بعرض أبرز مميزات التجارة الإلكترونية تلك التي تهمنا أكثر في البيئة العربية ،المستقاة من خلاصات الدراسات و التقارير المشار إليها على النحو التالي:

**ايجاد وسائل ايجار توافق عصر المعلومات :** ففي عصر المعلومات تعد الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر و سلوكياته،من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري ،كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية و التجارة قطاعات الأعمال .

**الدخول إلى الأسواق العالمية و تحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية:** إن الصفة العالمية التجارة الإلكترونية ألغت الحدود و القيود أمام دخول الأسواق التجارية و بفضلها تحول العالم ألى سوق مفتوح أمام المستهلك .

**تلبية خيارات الزبون بيسر و سهولة:** تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم إحتياجات عملائها و إتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع،و هذا يحقق نسبة رضاء لدى الزبائن لاتتيحه التجارة التقليدية.

**تطوير الأداء التجاري و الخدمي**: فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية و استراتيجيات إدارة مالية و تسويقية و إدارة علاقات و اتصال بالأخرين ،تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين .

**3/ افاق التجارة الإلكترونية في الإقتصاد العربي:**

فالتجارة الإلكترونية يمكن أن تفتح أفاقا واسعة للاقتصاد العربي إذ بإمكان التجارة الإلكترونية أن تعمل على تحسين الكفاءة و القدرة التنافسية بين المنشات بفعل دخول المعرفة كأصل من اصول راس المال و الاستفادة من المقدرة على التسوق و القيام بالعديد من العمليات و الصفقات التجارية عبر الانترنت.

كذلك يمكن أن تفتح التجارة الإلكترونية افاقا واسعة لدخول الكثير من النساء العربيات إلى عالم الاعمال و التجارة و إدارة شركات الوساطة من خلال المنزل ، و بذلك تتخلص المراة العربية من مشكلة الاصطدام بالعادات و الأعراف التي تحد من حريتها.

تعمل التجارة الإلكترونية على إتاحة الفرصة أمام المنشات الصغيرة و المتوسطة للنفاذ إلى اسواق جديدة للبيع و تصريف منتجاتها ،كما تساعدها على خفض تكلفة الصفقات في بعض الاحيان.

سيؤدي الدخول الى عالم التكنولوجيا المتطورة و التي احد تطبيقاتها هي التجارة الالكترونية الى المساهمة في التقليل من البطالة الكبيرة التي تعاني منها الاقتصاد العربي و بمختلف أنواعها .

**خاتمة**:

من خلال ما سبق يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية ثمرة التطور التكنولوجي فهي تتم بكل وسائل الاتصال الحديثة ،و بالرغم من الوعي المتزايد بأهميتها في اقتصاديات الدول العربية من خلال ما تساهم به في من تنشيط المؤسسات و خلق فرص عمل جديدة و غيرها لم تحقق النتائج المرجوة منها و يرجع ذلك الى التحديات التي تواجهها ،لهذا يجب أن يكون لهذا المولود الجديد دورا بارزا في عملية التنمية الاقتصادية مستقبلا بالبدان العربية هذا يأتي من خلال معالجة المشاكل و المعيقات التي تعيق استخدامها .

في ضوء ما تم عرضه في البحث تم التوصل إلى مجموعة من **الاستنتاجات** أهمها:

* التجارة الالكترونية اصبحت حقيقة قائمة و ضرورة لابد منها و ليس خيار .
* ضعف أدراك المؤسسات للمزايا الناجمة عن استخدام التجارة الالكترونية.
* عدم توفر السوق الالكترونية العربي الذي يشجع على بيع و شراء السلع و الخدمات عبر الانترنت.
* التجارة الالكترونية هي عصب الاقتصاد العربي و العالمي.
* انخفاض مؤشرات التجارة الإلكترونية العربية و ذلك للمعوقات الكثيرة التي تواجه نموها.

**التوصيات**:

* نشر الوعي بين المؤسسات و الشركات التجارية العربية بأهمية التجارة الالكترونية .
* تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي مسهل للتجارة الإلكترونية .
* التشجيع على إقامة مواقع بالغة العربية.
* بناء بنية قانونية و تشريعية تساعد على إنتشار الأعمال بما فيها التجارة الإلكترونية.
* بناء و إعادة هيكلة البنية التحتية التقنية لجميع المعلومات و تحسين شبكات الانترنت.

**قائمة المراجع:**

* ابا زيد ثناء،**واقع التجارة الإلكترونية و التحديات التي تواجهها عربيا و محليا** ،مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية ،سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية،المجلد27/العدد4 ،2005 .
* بشار عباس، **العرب و الأنترنت و الجوانب الإقتصادية و الإجتماعية**،الإمارات:النادي العربي للمعلومات،2007.
* جرحيس جاسم محمد، زيادة مجدي، **مدينة دبي للانترنت بوابة الإمارات إلى عصر الإقتصاد المعلوماتي،** الإمارات:مركز الثقافة و التراث، 2008 .
* الركابي علي خلف سلمان ، **التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي**، مجلة الإقتصاد الجديد /العدد 02 ،جانفي 2010.
* زرقين عبود،جباري شوقي، **تعزيز دور التجارة الإلكترونية في تنمية اقتصاديات العربية**، مجلة الإقتصاد الجديد/ العدد 05 ، جانفي 2012.
* زيدان بدر الدين،**واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية"دراسة حالة :الجزائر، مصر"،** مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية،تخصص تجارة دولية، جامعة بسكرة:كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية،2012/ 2013 .
* قحماز صفاء، **التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية "دراسة حالة الدول العربية:** **السعودية ، مصر** ، الإمارات ،مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية،جامعة بسكرة: كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، قسم العلوم الإقتصادية،2014/2015.
* كورتل فريد،**التجارة الإلكترونية في الوطن العربي واقع يبقى ام موجة ستنتهي**، مجلة الإقتصاد الجديد ،العدد 03 ،ماي 2011 .
* لشهب حورية،  **النظام القانوني للتجارة الإلكترونية" دراسة مقارنة"،** مجلة العلوم الإنسانية / العدد 23 ،نوفمبر 2011.
* مطر عصام عبد الفتاح، **التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية**، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر،2009.
* منصور فرح، **التجارة الإلكترونية في الوطن العربي في الوضع الراهن و الافاق"كتاب العلوم و التكنولوجيا في الوطن العربي الواقع و الطموح**" ،ط1، الأردن: عمان ،2002 .
* ياسين سعد غالب، الرفاعي غالب عوض، **الأعمال الإلكترونية في البنية العربية الواقع و التحديات،** المؤتمر السنوي الثاني لكلية الإقتصاد و العلوم الإدارية،الأردن ،جامعة الزيتونة، 2002.
* يحياوي نعيمة، يوسف مريم، **التجارة الإلكترونية و أثارها على إقتصاديات الأعمال العربية**، المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية/العدد06 ،جوان 2017 .
* يوسف أمير فرج، **التجارة الإلكترونية**،الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية،2008.
* يوسفي محمد، **التجارب المغاربية في مجال اعتماد التجارة الإلكترونية "الجزائر و تونس نموذجا"،** مجلة الدراسات و الأبحاث ، العدد26 ،مارس ،2017 .