مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دراسة أهمية توطين التجارة الالكترونية وأثرها على التجارة الخارجية
اسم الكاتب: زمرده محمد معروف
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/6037
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 14:56 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

Studying The Importance Of Localization Of Electronic Commerce And Its Impact On Foreign Trade

Zomoroda Mohammad Marouf *

(Received 14 / 2 / 2024. Accepted 23 / 4 / 2024)

□ ABSTRACT □

This study aims to study the role of electronic commerce to enhance it in a way that serves the activity of foreign trade operations, especially after its size began to increase rapidly and its emergence was accompanied by a fundamental change in its business environment. On the one hand, it is a tool of an intangible nature, and on the other hand, due to its unique character and its influential role in... Making commercial and economic activities more flexible and effective, thus activating small and medium enterprises, increasing competitiveness, speeding up completion of deals, and reducing costs and expenses that affect commercial operations. Its role in this has become clear in light of the anxious political conditions of some countries as well. Thus, it contributes to activating countries' foreign trade and increasing the growth and flexibility of economic commercial activities.

Keywords: E-commerce - foreign trade - growth of business activities - reducing costs.

Copyright **:**Tishreen University journal-Syria, The authors retain the copyright under a CC BY-NC-SA 04

*Master, Faculty Of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria. zomoroda.marouf@tishreen.edu

دراسة أهمية توطين التجارة الالكترونية وأثرها على التجارة الخارجية

زمرده محمد معروف*

(تاريخ الإيداع 14 / 2 / 2024. قُبِل للنشر في 23 / 4 / 2024)

□ ملخّص □

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور التجارة الالكترونية لتعزيزه بما يخدم نشاط عمليات التجارة الخارجية وخصيصا بعد ان اخذ حجمها يتزايد بشكل متسارع و رافق ظهورها تغير جوهري في بيئة الاعمال الخاصة بها فمن جهة هي آداه ذات طابع غير ملموس ومن جهة أخرى نظرا لطابعها الفريد ودورها المؤثر في جعل الأنشطة التجارية والاقتصادية أكثر مرونة وفعالية وبالتالي تنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة القدرة التنافسية وسرعة انجاز الصفقات وتقليل التكاليف والنفقات التي تلحق العمليات التجارية ولمع دورها في ذلك في ظل الأوضاع السياسية القلقة لبعض الدول ايضا فبذلك تساهم في تفعيل التجارة الخارجية للدول وتزيد نمو ومرونة الانشطة التجارية الاقتصادية فيها.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية – التجارة الخارجية–نمو الأنشطة التجارية–تقليل التكاليف.

حقوق النشر : مجلة جامعة تشرين- سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق النشر بموجب الترخيص CC BY-NC-SA 04

* **ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.** zomoroda.marouf@tishreen.edu

مقدمة:

تشهد العلاقات الاقتصادية المتبادلة بين الدول نمواً مطردا سواء أكان ذلك بسبب الكميات الهائلة من السلع والخدمات التي يتم تبادلها فيما بينها من خلال التجارة الدولية أو بسبب الأصول المالية المتداولة بين الدول أو بسبب النشاط المتعاظم للشركات متعددة الجنسيات، ويترتب على وجود التجارة الدولية بهذا الحجم الكبير ضرورة وجود ضرورة وجود توجهات وسياسات معينة تسهل القيام بالتجارة الخارجية وتفعل آلياتها ويجب أن تكون هذه الخطط أو التوجهات تهيئ لها التكيف مع التغيرات المستمرة في العلاقات الاقتصادية الدولية (خالد،2014).

ومن العوامل التي لعبت دور جيد ومرن في نمو وازدهار التجارة الدولية دخول شبكة الانترنت في مجال التجارة الدولية، والتي يتوقع لها دور إيجابي في جعل اقتصاديات الدول مرنة ومتجاوبة مع التحديثات التي تطرأ على آليات الأنشطة التجارية والاقتصادية المختلفة (الخطيب،2015).

مشكلة الدراسة:

وبناء على ما تقدم يمكن حصر مشكلة الدراسة **بالسؤال الجوهري** التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في نمو التجارة الخارجية للدول؟

ويتفرع عنه الأسئلة الاتية:

1- هل تختلف مقومات التجارة الالكترونية بتطبيقاتها عن تلك المتعارف عليها في التجارة التقليدية؟

2- هل أدى تطبيق التجارة الالكترونية بمقوماتها وتطبيقاتها إلى احداث تغييرات بارزة في قطاع التجارة الخارجية؟

3- هل يمكن الارتقاء بمستوى التجارة الخارجية لمستوى يزدهر به الناتج المحلي الإجمالي للدول بوساطة التجارة الالكترونية؟

أهمية البحث و أهدافه:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الالكترونية والدور الذي تلعبه إذا تم تعزيز دورها في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد عدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للدول إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات.

لذلك اعتنت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصادياتها ومؤسساتها للتحول الى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها في تفعيل التجارة الخارجية باعتبارها تعتبر الدعامة الأساسية لاقتصاد أية دولة.

إن معرفة دورة التجارة الالكترونية ومدى نجاعته في التعامل مع البيئة التجارية الخارجية الجديدة لأية دولة ومحاولة تقوية نقاط الضعف وملأ الثغرات المرافقة لهذا الدور سيساهم بشكل جوهري في تقوية الاقتصاد من خلال إضفاء خاصيات الملائمة والثقة والسرعة في التعاملات التجارية والتي تتمثل في التجارة الالكترونية وذلك للنهوض باقتصاديات الدول واللحاق بالدول التي سبقتها في هذا المجال.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة الى ما يلي:

3-1-التعرف على التجارة الالكترونية وإعطاء صورة عن خصائصها وسماتها.

3-2-مقارنة البيئة التجارية التقليدية بالبيئة التجارية الجديدة المتمثلة بالتجارة الالكترونية.

3-3-تحفيز القطاعات الفاعلة اقتصاديا في الدولة إلى أهمية اعتماد تقنيات التجارة الالكترونية في أنشطة مؤسساتها الاقتصادية وتعزيزها إدراكا للأهمية المتزايدة لهذه التقنيات في تفعيل التجارة الخارجية.

3-4-تحديد اهم الاثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية.

3-5-تحديد اهم التحديات والعقبات التي تواجهها عملية تطبيق التجارة الالكترونية.

4. فرضيات الدراسة:

4-1-يوجد علاقة بين دور التجارة الالكترونية وزيادة نشاط التجارة الخارجية للدول؟

4-2-يوجد علاقة بين التحولات والتوجهات الاقتصادية الدولية الجديدة وزيادة أو نقصان حركة المبادلات التجارية الخارجية؟

4-3-يوجد علاقة بين التوزيع للإنترنت والتجارة الالكترونية وقنوات التوزيع والدول المستوردة؟

4-4-يوجد علاقة بين التجارة الالكترونية وتنشيط قطاع الصادرات للدول؟

4-5-يوجد علاقة بين التجارة الالكترونية وتقليل تكاليف ونفقات المبادلات التجارية في ظل الوضع الاقتصادي القلق لبعض الدول في المنطقة؟

منهجية البحث:

سيتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لتحليل نظريات وواقع التجارة الدولية وأوضاعها لدراسة دور التجارة الالكترونية في تسيير الأنشطة التجارية الدولية بما يناسب التطورات الناشئة في هيكلية المبادلات التجارية الداخلية والخارجية للدول وتحليل المتغيرات والاساليب المعتاد استخدامها في تنشيط التجارة الخارجية وإمكانية تعزيز دور التجارة الالكترونية في خدمة ذلك للارتقاء بالتجارة الخارجية إلى مستوى فعال وأفضل.

حدود البحث:

الإطار الزماني: تمت دراسة دور التجارة الالكترونية في تنشيط الاقتصاد الخارجي خلال فترات مختلفة.

الإطار المكاني: العديد من الدول المتقدمة والنامية.

الإطار النظري:

1-مفهوم التجارة الخارجية:

تعد التجارة الخارجية أداة للربط بين الاقتصاد المحلي والدولي، وهي المحرك الأساس لتحقيق نمو اقتصادي، وتعد مصدراً لتحقيق الأرباح، فضلاً عن كونها المحصلة النهائية للنشاط الإنتاجي وتشغل مكانة متميزة في الإنتاج والدخل القومي والاستهلاك والتكوين الرأسمالي وتوزيع الاستثمارات المتنوعة في الاقتصاد، كما تساعد في حدوث تطور في العلاقات الاقتصادية الدولية والتبادل التجاري وهذا جعلها تأخذ حيزاً في العلاقات الدولية(يحياوي،2010).

2-أسباب قيام التجارة الخارجية:

تعد الندرة النسبية الدافع الرئيس لقيام التجارة الخارجية بين الدول، فلا يمكن لأي دولة مهما كان نظامها الاقتصادي والسياسي أن تتبع سياسة الاكتفاء الذاتي لجميع السلع والخدمات بشكل كامل ولمدة طويلة من الزمن، لأن ذلك يعني أن الدولة ستضطر لإنتاج كل احتياجاتها وهذا غير ممكن لأن مواردها الاقتصادية وإمكاناتها لا تتيح لها ذلك، ومهما يكن سعي الدولة لتحقيق هذه السياسة فإنها لا يمكن أن تعيش في عزلة عن الدول الأخرى، وهنا لا بد من قيام التخصص وتقسيم العمل(Dzingira.M&Ndava.R,2022).

ويمكن أن تتوضح أهم أسباب قيام التجارة الخارجية بالآتي:

2-1-اختلاف الظروف الطبيعية:

تؤدي الظروف الطبيعية (المناخ-التربة-المياه-الثروات) في دولة معينة إلى تخصصها في إنتاج المواد الأولية والإنتاج الزراعي أو الصناعي بحسب طبيعتها الجغرافية وما يتوفر فيها من موارد، فمثلاً الدول التي تتوفر لديها الأراضي الزراعة الخصبة تتخصص في إنتاج المنتوجات الزراعية التي تتناسب مع مناخها، إن كل دولة تتخصص في إنتاج وتصدير السلع التي تؤهلها طبيعتها وظروفها وإمكاناتها الاقتصادية أن تنتجها بتكاليف نسبية أقل وبكفاءة عالية وتستورد السلع التي تكون تكلفتها النسبية محلياً أكثر من الخارج(حمادي،2003).

2-2- اختلاف المستوى التكنولوجي:

ينتج عن اختلاف مستوى التكنولوجيا المستخدمة تفاوتاً في أمثلية استخدام الموارد الاقتصادية، إذ تتصف الظروف الإنتاجية بالكفاءة العالية في ظل ارتفاع مستوى التكنولوجيا، وعلى العكس من ذلك في حال انخفاض مستوى التكنولوجيا المستخدمة، يخضع الإنتاج لانخفاض الكفاءة الإنتاجية، والاستغلال غير الأمثل للموارد الاقتصادية (بلقاسم وعلي،2002)، كما أن السبق في استحداث التكنولوجيا سواء كان عن طريق الاختراعات أو الابتكارات التي تجعل الدولة تنتج سلعاً وخدمات لا تستطيع الدول الأخرى معرفة أسرار إنتاجها، فإنها في هذه الحالة تستطيع زيادة صادراتها من هذه السلع بحكم وضعها الاحتكاري على الأقل في مدة ظهورها، ويلاحظ أن العوامل الطبيعية رغم ثباتها فإن تخصص الدول في إنتاج بعض السلع يمكن أن يتغير نتيجة ما يتوافر لديها من المعرفة والتطور التكنولوجي(Clarke,2000).

2-3- تكاليف النقل:

تؤدي نفقات النقل دوراً هاماً في التجارة الخارجية، فهي تؤثر على مدى اتساع سوق السلعة المعنية، لأنها تضاف إلى التكاليف ومن ثم إلى سعر السلعة، ويتحدد ما إذا كانت السلعة قابلة للتصدير أم لا بالاعتماد على سعرها الدولي، إذ يشترط أن يكون سعرها المحلي مضافاً إليه تكاليف النقل أقل من السعر الدولي لهذه السلعة(Yesil,2001)، في حين تكون سعر السلعة قابلة للاستيراد إذا كان سعرها الدولي مضافاً إليه تكاليف النقل أقل من سعرها المحلي، أي أن السلعة تعد تجارية إذا كانت قابلة للتبادل على المستوى الدولي، كما تعد تكاليف النقل من أهم العوامل المؤثرة على التوطن الدولي للصناعة(أبازيد،2005).

2-4- التفاوت في توزيع عوامل الإنتاج:

يؤدي التفاوت في توزيع عوامل الإنتاج إلى زيادة التجارة الخارجية، إذ يعد العمل ورأس المال أهم عوامل الإنتاج، ويختلف معدل النمو السكاني من دولة لأخرى، ففي مصر والهند يوجد وفرة نسبية في عنصر العمل وندرة نسبية في عنصر رأس المال، لذا تتخصص هاتان الدولتان في إنتاج الصناعات الخفيفة التي لا تتطلب مهارات فنية عالية أو رؤوس أموال كبيرة مثل صناعة النسيج والصناعات الغذائية(رضوان،2000)، في حين نجد الدول المتقدمة ذات الوفرة العالية في رأس المال والندرة النسبية في عنصر العمل مثل الولايات المتحدة الامريكية وألمانيا نجدهما تتخصصان في الصناعات الثقيلة مثل إنتاج الآلات والمعدات.

3-أهمية التجارة الخارجية:

3-1-المجال الاقتصادي:

3-1-1-تعد منفذاً لتصريف فائض الإنتاج عن حاجة السوق المحلية، إذ يكون الإنتاج المحلي أكبر من الطاقة الاستيعابية للسوق المحلية.

3-1-2-تساعد في الحصول على مزيد من السلع والخدمات بأقل تكلفة، نتيجة لمبدأ للتخصص الدولي الذي تقوم عليه.

3-1-3-تشجيع الصادرات يسهم في الحصول على مكاسب في صورة رأس مال أجنبي، ويؤدي دوراً في زيادة الاستثمار لاسيما في الدول النامية ومن ثم النهوض بالتنمية الاقتصادية.

3-1-4-نقل التكنولوجيا والمعلومات الأساسية التي تفيد في بناء الاقتصادات المتينة وتعزيز عملية التنمية الاقتصادية(دهمش،القشي،2004).

3-2-المجال السياسي:

3-2-1-إقامة علاقات الصداقة والعلاقات الودية مع الدول المتعامل معها.

3-2-2-تعزيز البنى الأساسية الدفاعية عن طريق استيراد أفضل ما توصلت إليه العلوم والتكنولوجيا.

3-2-3-تعزيز العلاقات الدولية في إطار التكتلات الاقتصادية الدولية وخصائصها المميزة.

3-2-4-تحسين السياسات التجارية التي تتبناها الدول في مجال التجارة الخارجية، كسياسة الحماية أو الحرية التجارية(الجبر،2000).

4-القوى المعوقة للتجارة الخارجية:

4-1-عامل المسافة:

يجعل من الصعب على المنظمين ان يكونوا على علم بطبيعة حاجات الأسواق البعيدة وبالتالي يحدد مجال التجارة.

4-2-نفقات النقل:

وهي ان كانت تتوقف على المسافة الا ان العلاقة بينهما ليست على وتيرة واحدة، فقد تكون نفقات النقل لمسافة قصيرة أكبر من نفقات النقل لمسافة أطول وواضح انه كلما ارتفعت تكاليف النقل كلما قل نطاق التجارة الفعلية. (وهذا ما توضحه الدراسة عن أهمية تفعيل التجارة الالكترونية كأداة لتنشيط التجارة الخارجية) (Barbara M,2000).

4-3-القيود على التجارة:

مثل الرسوم الجمركية ونظام الحصص وتراخيص الاستيراد وخلافه.

4-مفهوم التجارة الالكترونية:

تعددت التعاريف والمفاهيم التي ينظر من خلالها الى التجارة الالكترونية حيث تختلف وجهة النظر وأهمها:

عرفتها منظومة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بأنها عملية التبادل الالكتروني للبيانات التي تتم بين الشركات أو الأفراد في شكل معلومات مكتوبة أو مرئية أو مسموعة. كما أن مفهوم التجارة الإلكترونية يمتد إلى أبعد من ذلك بحيث يشمل الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة(جاسم،2010).

وعرفتها اللجنة الأوروبية European commission بأنها عبارة عن أداء الأعمال إلكترونياً، وهي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات سواء كانت مرئية أو مسموعة كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات (آل مترك،2017).

بدأ التعامل بالتجارة الالكترونية في أوروبا وامريكا منذ عام 1981 وبتقدم أمريكا في هذا المجال نجد أوروبا نشطت في الآونة الأخيرة لمواجهة ومواكبة التطور في النظام الأمريكي لتصل حجم تجارتها الالكترونية سنة 2003 الى 42% من حجم التجارة الالكترونية العالمية(حمدي،2001).

5-أهم مزايا التجارة الإلكترونية:

5-1-توفير الوقت والجهد:

تفتح الأسواق الالكترونية بشكل دائم ولا يحتاج الزبائن للسفر ولا يتطلب الشراء سوى النقر على المنتج وإدخال المنتج وبعض معلومات بطاقة الائتمان ويوجد بالإضافة للبطاقات الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الالكترونية(بندر،2018).

5-2-خفض الأسعار:

يوجد على الانترنت العديد من المؤسسات التي تبيع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لأن التسوق عبر الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسويق العادي ولأن الشراء الالكتروني تدخل في نطاقه عمليات الخصم الكبيرة التي تعلنها معظم الشركات فيما يتيح بعض الشركات فرص التخاطب بين المستهلك والبائع والمنتج والمستهلكين السابقين(التلباني،2019).

5-3-نيل رضا المستخدم:

توفر الانترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للمؤسسات الموجودة ضمن السوق الالكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم(بندر،2018).

6-واقع التجارة الالكترونية:

- **في الدول العربية:**

تختلف صورة التجارة الالكترونية في الوطن العربي الى حد كبير عن باقي دول العالم حيث نجد العديد من الشركات العربية مازالت بعيدة عن ممارسة التجارة الالكترونية ومازالت متخلفة عن ركب المعاملات والتبادلات الالكترونية حيث إجمالي الإنفاق العربي لا يزيد عن 95 مليون دولار سنوياً عبر التجارة الالكترونية.

يشير تقرير البنك الدولي لعام 2008إلى أن حجم صادرات الدول العربية للتقنية العالمية بلغت 2% فقط في حين بلغت في الدول المقدمة 36% ودول شرق آسيا 29% وامريكا اللاتينية 2%(بختي،2003).

إن النظر إلى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي يكشف عن وجود هوة رقمية بين بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها واغلبها في منطقة الخليج العربي وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال ووفقاً لدراسة أعدت لصالح منتدى " دافوس الاقتصادي الدولي " تم تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات(غنيم،2002):

*مجموعة التطور السريع وتشمل: الامارات-الكويت – البحرين.

*مجموعة التطور الصاعدة وتشمل: مصر-الأردن-لبنان-السعودية

*مجموعة الدول السائرة في طريق النمو وتشمل: المغرب-عمان-سورية.

فيما يلي جدول يبين عدد مشتركي ومستخدمي الانترنت في المنطقة العربية إحصائيات 2002(أبازيد،2005):

الدولة	عدد المشتركين	عدد المستخدمين	النسبة المئوية عن السكان%
الإمارات	220000	660000	24.44
البحرين	35000	105000	16.67

الكويت	55000	165000	8.25
لبنان	75000	262500	6.56
الاردن	35000	210000	4.67
عمان	28000	84000	3.36
السعودية	190000	57000	2.59
مصر	70000	56000	0.82
المغرب	55000	22000	0.73
سورية	8000	32000	0.18
العراق	500	12500	0.06

وعلى الرغم من التأخر النسبي للتجارة الالكترونية في الوطن العربي قياساً بالدول المتقدمة، إلا أن بعضاً منها قد شهدت بعض التجارب المتواضعة في مجال النشاط التجاري الالكتروني، حيث قامت بعض القطاعات بتطبيق الخدمات الالكترونية واعتمدتها مثل قطاع النفط والبتروكيماويات والغاز والمناجم والتعدين.

ومن المتوقع زيادة حجم التعامل بالتجارة الالكترونية على المستوى العربي مع ازدياد اندماج اقتصاديات هذه الدول في الاقتصاد العالمي.

- في الدول الغربية:

تعد بريطانيا من أكبر الأسواق وأكثرها تقدماً في مجال التجارة الالكترونية في أوروبا حيث يقوم أكثر من ثلاثة ارباع عدد السكان بالتبادل التجاري عبر الانترنت، ووفقاً للإحصائيات فأن أفضل عشر شركات في سوق التجارة الالكترونية بقيادة شركة (Amazon –Tesco) حيث تحقق مبيعات ما يزيد عن مليار حنيه إسترليني سنوياً.

كما تعد الولايات المتحدة الامريكية أكبر سوق في أمريكا الشمالية وثاني أكبر سوق في العالم من حيث التجارة الالكترونية (الطويل،2014).

الدولة	**عدد مستخدمي الانترنت (لكل مليون شخص) لعام 2017**
بريطانيا	21207.6309
أمريكا	30282.4232

ومما سبق نجد أن التجارة الالكترونية واستخدام التكنولوجيا في عمليات التبادل التجاري أدى إلى زيادة السرعة وخفض التكاليف كما أتاح ذلك المزيد من التحسينات في هياكل السوق وخلق بيئة تنافسية متزايدة ليزيد ذلك بدوره من نشاط التجارة الخارجية.

***ولتوضيح فاعلية تبني التجارة الالكترونية كأداة لتنشيط عمليات التبادل التجاري سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي** يبين الجدول الآتي أبرز نقاط الاختلاف بين التجارة الالكترونية والتقليدية (الطويل،2014):

نقاط الاختلاف	**التجارة التقليدية**	**التجارة الالكترونية**
من حيث التكاليف	يجب تحمل تكلفة دور الوسطاء لبيع منتجات الشركة ومن ثم ارتفاع التكلفة الاجمالية تتطلب	التجارة الالكترونية فعالة من حيث التكلفة ويتم التخلص من التكلفة المترتبة على الوسطاء حيث

	إدارة الاعمال التقليدية مكتباً رئيسياً له عدة فروع لتلبية احتياجات العملاء الموجودين في أماكن مختلفة.	يوجد ارتباط مباشر بين الشركة والعملاء. التكلفة الاجمالية المطلوبة لتشغيل الاعمال الالكترونية أقل نسبياً. تتطلب إدارة الاعمال الالكترونية مكتب رئيسي فقط.
من حيث الانتقال إلى الأسواق الدولية	قد لا يكون من السهل توسيع حجم السوق من المستوى المحلي إلى المستوى الدولي ويتعين على منظمات الاعمال تحمل الكثير من النفقات لدخول السوق الدولية.	من السهل توسيع حجم السوق من المستوى الإقليمي الى المستوى الدولي. من خلال استضافة مواقع على شبكة الانترنت ويمكن للأعمال التجارية الوصول إلى السوق العالمية ومن السهل جداً جذب العملاء من الأسواق العالمية بتكلفة منخفضة.
من حيث إدخال منتج جديد	يستغرق الامر الكثير من الوقت والمال لتقديم منتج جديد وتحليل استجابة المستهلكين في البداية يجب تحمل التكلفة لإجراء مسوحات تجريبية لفهم أذواق المستهلكين.	من السهل تقديم منتج على الموقع والحصول على تعليقات فورية من المستهلكين، بناءً على الاستجابة وعليه يمكن إدخال المنتجات وتعديلها لتحقيق أعلى الأرباح.
من حيث الأرباح	التكلفة التي يتحملها الوسطاء والنفقات العامة والمخزون والمبيعات المحدودة تؤدي إلى انخفاض الربح في التجارة التقليدية.	يساعد المنظمة على التمتع بأرباح أكبر من خلال زيادة المبيعات وخفض التكلفة وتبسيط عمليات التشغيل.
من حيث مشاركة المعلومات	الاعتماد الشديد على تبادل المعلومات من شخص لآخر ولا توجد منصة موحدة لتبادل المعلومات لأنها تعتمد بشكل كبير على الاتصالات الشخصية.	قلة الاعتماد على تبادل المعلومات من شخص لآخر يوفر منصة عالمية لدعم الأنشطة التجارية في جميع أنحاء العالم.

7-نموذج الفجوة التكنولوجية:

تناولت الباحثة نموذج الفجوة التكنولوجية العائدة للاقتصادي بوسنر[1]، وذلك لتبيان أن قدراً كبيراً من التجارة الدولية مبني على إدخالات منتجات جديدة أو طرائق للتجارة الخارجية مستحدثة، ويعطي ذلك الامر الدولة صاحبة الابتكار ميزة نسبية احتكارية مؤقتة في السوق العالمي.

أشار بوسنر إلى وجود نوعين من فترات الإبطاء في عملية الانتشار الدولي للتكنولوجيا الحديثة:

أ- فترة إبطاء ردة الفعل: ويطلق عليها فجوة تأخر الطلب وهي اللحظة التي يعترف فيها المنتجون في الدول الأخرى على حاجتهم للاستجابة مع التغيرات التي حدثت ويتحقق ذلك عندما تبدأ الدولة المبتكرة في تصدير السلعة الجديدة إلى دول أخرى.

[1] **قاضي وعالم اقتصاد أمريكي**

ب- فترة إبطاء التقليد: وهذه تشير إلى الفجوة الزمنية بين إنتاج السلعة الجديد لأول مرة (الإنتاج الأصلي) وإنتاج الدول الأخرى لها (الإنتاج المقلد)، وعند هذه النقطة تبدأ صادرات الدولة المبتكرة في التراجع، ويحل محلها الإنتاج المحلي المقلد في الدول الأخرى(دعيس،2012).

ومما تقدم نجد أنه عندما تكون فترة إبطاء التقليد أطول زمناً من فترة إبطاء الطلب والفجوة الزمنية بينهما يطلق عليها الفجوة التكنولوجية وهذا يفتح المجال أمام التجارة الدولية في هذه السلعة وهذا يوضح آلية التجارة الالكترونية في حركة المبادلات التجارية.

الخاتمة:

تعد التجارة الخارجية من أساسيات وظائف الدولة ومازال هناك قصور على مستوى الكثير من المتخصصين أو السياسيين أو حتى الجمهور، وتؤدي التجارة الدولية دورا كبيراً في التعاون الدولي وتنظيم العلاقات التجارية والاقتصادية بين الدول وقد ساعد التطور الهائل في منظومة المواصلات الدولية التي زادت من التقارب الدولي ووجود الدوافع إلى التجارة الخارجية وهي الحاجة إلى الأسواق الخارجية والحصول على المواد الداخلة في عملية الإنتاج والتسهيلات الجمركية ولا سيما بعد جولات منظمة التجارة الدولية(الجات) والتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية.

من المنتظر أن تفتح التجارة الإلكترونية آفاقاً متعددة ومجالات كثيرة للدول العربية ومن أهمها المجال الاقتصادي ومن المأمول أن يكون لها آثار متعددة ومرغوبة على جوانب اقتصادية متعددة، حيث أن لاستخدامها أثر كبير في طرق عمل الشركات ولها تأثير واضح في أسعار البضائع والمنتجات وتسهيل التبادل الدولي في ظل عصر التكتلات السياسية الاقتصادية الإقليمية وفي ظل العقوبات الاقتصادية المفروضة على بعض الدول والاستفادة من تجارب الدول التي طبقت هذا النوع من التجارة بالإضافة التخلص من المعوقات.

النتائج و المناقشة:

1-إن التجارة الإلكترونية داعمة للتجارة الخارجية حيث أنها توفر فرص زيادة معدل الصادرات وتحلل الأسواق لتحقيق الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين.

2-تعد التجارة الالكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة لما تقدمه من خفض تكاليف والدعاية والإعلان، وهذا ينعكس إيجاباً على تفعيل نشاطات هذه المشروعات وبدوره يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

3-توفر التجارة الالكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة وهذا ينشط حركة التبادل مع الخارج.

4-تقدم التجارة الالكترونية فرصاً استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الالكترونية والاستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات وهذا بدوره يؤول إلى توطين قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

الاستنتاجات و التوصيات:

1-تبني سياسة التثقيف التكنولوجي وإعطاء الأولوية لقطاع العلوم وتقنية المعلومات وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد العربية.

2-توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات.

3-تعزيز ودعم التجارة الالكترونية من خلال سن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية لما لها من دور في تسهيل التبادل الدولي.

4-استثمار تطبيقات التجارة الالكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في كل دولة مع الاهتمام باستثمار ذلك في دعم التبادل التجاري الالكتروني فيما بين الدول العربية.

References:

Arabic references:

1. Khaled, Jamil Muhammad (2014). Fundamentals of International Economics, first edition, Academics Publishing, Amman, Jordan
2. Al-Khatib, Farouk Saleh and Diab (2015). Advanced Studies in Macroeconomic Theory, first edition, King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia.
3. Yahyawi, Naima (2010). E-commerce and its effects on Arab business economics, New Economy Journal, Issue 2, Batna University
4. Hammadi, Taha Younis (2003). The accounting and economic balance of the balance of payments with an applied case of the Iraqi balance of payments, Tanmiya Al-Rafidain Magazine, University of Mosul, Iraq.
5. Belkacem, Zabri, Deloubashi, Ali (2002). The nature of electronic commerce and its multiple applications, the second annual scientific conference on information technology and its role in economic development, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Zaytouna University.
6. Al Mutrak, Nada (2017). Challenges facing the online store market, Saudi Arabia.
7. Al-Taweel, Yazid Abdel Aziz (2014). Electronic Commerce Course, Saudi Arabia.
8. Jassim, Jaafar (2010). Introduction to the digital economy, Amman, Jordan.
9. Dahmash, Naeem, Al-Qashi, Zahir (2004). The suitability of the accounting profession to the electronic commerce environment, Irbid Journal of Scientific Research, Irbid National University.
10. Al-Jabr, Basil (2000). Electronic commerce: a global free trade zone through the Internet.
11. Abazid, Thana (2005). The reality of electronic commerce and the challenges it faces at the Arab and local levels, Tishreen University Journal for Scientific Studies and Research, Syria.
12. Radwan, Raafat (2000). The World of Electronic Commerce, Cairo University, Egypt.
13. Dais, Ismail Muhammad (2012). Economic Policies, Amman, Jordan.
14. Bandar, Samir Khalaf (2018). External economic shocks and options for addressing their structural effects. Selected experiments with special reference to Iraq for the period

(2003-2014), doctoral thesis, College of Administration and Economics, Al-Mustansiriya University, Iraq.
15. Al-Tilbani, Ahmed Mohiuddin Muhammad (2019). The Malaysian economic experience, evaluation and lessons learned, Faculty of Economic Studies and Political Science, Alexandria University, Egypt.
16. Ghoneim, Raafat Abdel Aziz (2002). The role of the League of Arab States in developing and facilitating electronic commerce, Appendix One (League of Arab States.(
17. Bakhti, Ibrahim (2003). The role of the Internet and its applications in the field of marketing - a case study of Algeria, a dissertation for obtaining a doctoral degree, University of Algiers.

1-خالد،جميل محمد(2014). **أساسيات الاقتصاد الدولي**،الطبعة الأولى،الأكاديميون للنشر،عمان،الأردن.

2-الخطيب،فاروق صالح وذياب(2015). **دراسات متقدمة في النظرية الاقتصادية الكلية**،الطبعة الأولى،جامعة الملك عبد العزيز،جدة،السعودية.

3-يحياوي، نعيمة(2010). **التجارة الالكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية**، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد2، جامعة باتنة.

4-حمادي،طه يونس(2003). **التوازن المحاسبي والاقتصادي لميزان المدفوعات مع حالة تطبيقية لميزان المدفوعات العراقي**،مجلة تنمية الرافدين،جامعة الموصل،العراق.

5-بلقاسم،زابري،دلوباشي،علي(2002). **طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة**،المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية،كلية الاقتصاد و العلوم الأدارية،جامعة الزيتونة.

6-آل مترك،ندى(2017).**تحديات تواجه سوق المتاجر الالكترونية**،السعودية.

7-الطويل،يزيد عبد العزيز(2014).**دورة التجارة الالكترونية**،السعودية.

8-جاسم،جعفر(2010).**مقدمة في الاقتصاد الرقمي**،عمان،الأردن.

9-دهمش،نعيم،القشي،ظاهر(2004).**مدى ملائمة مهنة المحاسبة لبيئة التجارة الالكترونية**،مجلة إربد للبحوث العلمية،جامعة إربد الأهلية.

10-الجبر،باسل(2000).**التجارة الالكترونية:منطقة تجارة عالمية حرة خلال الانترنت**.

11-أبازيد،ثناء(2005).**واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً**،مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية،سورية.

12-رضوان،رأفت(2000).**عالم التجارة الالكترونية**،جامعة القاهرة،مصر.

13-دعيس،إسماعيل محمد(2012).**السياسات الاقتصادية**،عمان،الأردن.

14-بندر،سمير خلف(2018).**الصدمات الاقتصادية الخارجية وخيارات معالجة آثارها الهيكلية تجارب مختارة مع إشارة خاصة للعراق للمدة (2003-2014)**،أطروحة دكتوراه،كلية الإدارة والاقتصاد،الجامعة المستنصرية،العراق.

15-التلباني،أحمد محي الدين محمد(2019).**التجربة الاقتصادية الماليزية التقويم والدروس المستفادة**،كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية،جامعة الإسكندرية،مصر.

16-غنيم،رأفت عبد العزيز(2002).**دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الالكترونية**،ملحق أول(جامعة الدول العربية).

17-بختي،إبراهيم(2003).**دور الانترنيت وتطبيقاته في مجال التسويق -دراسة حالة الجزائر**،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه،جامعة الجزائر.

Forigen references:

1- Dizingirai,M,& Ndava,R(2022)**.Entrepreneurship education as a driver for economic recovery in the post-pandamic era**,IGI Global.
2-Clarke,Roger(2000).**Electronic-commerce definitions**,department of computer science,Australian national university.
3-Barbara M.et al.**Government statistics;E-commerce and electronic economy,advisory committee(FESAC)**.
4-Yesil,Magdalena(1997).**Creating the virtual store**.