

جامعة حسية بن بو علي بالشلف
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة - حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية
تخصص مالية واقتصاد دولي.

تحت إشراف:

د/ كتوش عاشور

إعداد الطالبة:

هباش فوزية

لجنة المناقشة:

د/ نوري منير..... رئيسا.
د/ كتوش عاشور..... مقرا.
أ.د/ راتول محمد..... ممتحنا.
د/ مداح عرايي الحاج..... ممتحنا.
د/ مجاهدي فاتح..... ممتحنا.

إهداء

أهدي هذا العمل

إلى "أمي" و "أبي"

حفظهما الله بعين رعايته وكلاهما بوفاء الصحة وأطال عمرهما بالطاعة والعافية

إلى شقائق قلبي "إخوتي: فاتح، جمال، عبد الرحمن، أحمد، عمار، مراد"

حفظهم الله ورعاهم

على الهدى لمن استهدى أدلاء

فالناس موتى وأهل العلم أحياء

ما الفخر إلا لأهل العلم إنهم

فمن بعلم تعش به حيا أبدا

الطالبة: هبايش فوزية

كلمة شكر

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه،
وأتم الصلاة وأفضل التسليم على أشرف المخلوقات سيدنا محمد وعلى آله وصحبه
أجمعين وبعد:

فإنني أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الدكتور: كوش
عاشور من خلال إشرافه على هذه المذكرة، كما أشكره على ما كرسه من جهد
ووقت في متابعة هذه المذكرة وتقويمها،

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا
بقبول مناقشة هذه المذكرة وتنقيحها وتصويب ما فيها من أخطاء،

كما أشكر جميع من ساعدني في إعداد هذا العمل من أساتذة وزملاء سائلة
الله أن يجزيهم عني كل خير.

وفي الأخير أسأل الله العلي القدير أن ينفع بهذا العمل قارئه، وأن يتقبله في
ميزان الحسنات، إنه سميع قريب مجيب الدعوات.

الطالبة: هيايش فوزية

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	الإهداء.
	كلمة الشكر.
I	فهرس المحتويات.
VI	فهرس الجداول.
VII	فهرس الأشكال.
أ-ج	مقدمة.
الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للاقتصاد الرقمي و التجارة الإلكترونية.	
02	تمهيد.
03	المبحث الأول: الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي.
03	المطلب الأول: تعريف الاقتصاد الرقمي
03	أولاً: مفهوم الاقتصاد الرقمي
06	ثانياً: هيكل الاقتصاد الرقمي
08	المطلب الثاني: قواعد الاقتصاد الرقمي.
08	أولاً: قانون الأصول الرقمية
08	ثانياً: اقتصاديات الحجم
09	ثالثاً: اقتصاديات النطاق الجديدة
09	رابعاً: الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة
09	خامساً: تكلفة المنتج الرقمي
10	المطلب الثالث: الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)
11	أولاً: مفهوم شبكة الإنترنت
12	ثانياً: الاستخدامات التجارية للانترنت
13	ثالثاً: الشبكات الداخلية و الخارجية
14	رابعاً: العلاقة بين الانترنت و الانترانت و الاكسترانت
15	المبحث الثاني: الإطار العام للتجارة الإلكترونية.
15	المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وأهميتها

15	أولاً: نشأة التجارة الإلكترونية
17	ثانياً: تعريف التجارة الإلكترونية
21	المطلب الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية ومجالها.
21	أولاً : فوائد التجارة الإلكترونية
22	ثانياً: مجالات التجارة الإلكترونية
23	المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية وخصائصها.
23	أولاً: أشكال التجارة الإلكترونية
26	ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية
27	المطلب الرابع: مزايا التجارة الإلكترونية و عيوبها
27	أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية
29	ثانياً: عيوب التجارة الإلكترونية
31	المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية و آثارها الاقتصادية
31	المطلب الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية وأساليب قياسها
31	أولاً: متطلبات التجارة الإلكترونية
32	ثانياً: أساليب قياس التجارة الإلكترونية
34	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية
34	أولاً: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين
35	ثانياً: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال
37	المطلب الثالث:التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية – الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية
39	أولاً: المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية
40	ثانياً: تحديد عام للتحديات القانونية في بيئة التجارة الإلكترونية
43	خلاصة الفصل.
الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة	
45	تمهيد
46	المبحث الأول: مدخل إلى مناطق التجارة الحرة
46	المطلب الأول: أساسيات حول التكامل الاقتصادي
46	أولاً: تعريف التكامل الاقتصادي
47	ثانياً: أهداف التكامل الاقتصادي
49	ثالثاً: مشاكل الاتحادات

50	المطلب الثاني: أشكال التكامل الاقتصادي
50	أولاً: ترتيبات التجارة التفضيلية
50	ثانياً: مناطق التجارة الحرة
51	ثالثاً: الاتحاد الجمركي
51	رابعاً: السوق المشتركة
51	خامساً: الإتحاد الاقتصادي
52	سادساً: التكامل الاقتصادي الشامل (الاندماج الاقتصادي).
53	المطلب الثالث: مدخل تعريفي لمناطق التجارة الحرة
53	أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة
54	ثانياً: اتفاقيات منطقة التجارة الحرة و آلية دول المركز و المحيط
55	ثالثاً: أسباب انتشار اتفاقيات مناطق التجارة الحرة.
55	رابعاً: أهمية المناطق التجارية الحرة
56	خامساً: مقومات إقامة مناطق التجارة الحرة
57	المبحث الثاني: أهم مناطق التجارة الحرة في العالم
57	المطلب الأول: منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية NAFTA
61	المطلب الثاني: كتل الآسيان "إتحاد جنوب شرق آسيا" Asean
64	المطلب الثالث: منطقة التجارة الحرة لأمريكا اللاتينية- لافتا - "LAFTA"
64	أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة لأمريكا اللاتينية
65	ثانياً: الأساليب التي تبعت لتحقيق المنطقة
65	ثالثاً: التجارة البينية لدول اللافتا
66	المطلب الرابع: المنطقة الأوروبية للتجارة الحرة (EFTA)
66	أولاً: نشأة منطقة التجارة الحرة الأوروبية
67	ثانياً: تعريف منطقة التجارة الحرة الأوروبية
67	ثالثاً: أهداف المنطقة
68	رابعاً: الأساليب التي اتبعت لتحقيق هذه الأهداف
71	المبحث الثالث: تحديات التجارة الالكترونية في مناطق التجارة الحرة
71	المطلب الأول: واقع التجارة الالكترونية في البيئة العالمية
72	أولاً: استخدام الانترنت على المستوى العالمي
73	ثانياً: حجم التجارة الالكترونية في البيئة العالمية

75	المطلب الثاني: الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية في مناطق التجارة الحرة
77	أولاً: دعم التجارة الخارجية
78	ثانياً: دعم التنمية الاقتصادية
78	ثالثاً: دعم التوظيف
79	رابعاً: دعم القطاعات التكنولوجية
79	المطلب الثالث: التشريعات الدولية و الإقليمية في مجال التجارة الالكترونية
79	أولاً: على الصعيد العالمي
83	ثانياً: على الصعيد الإقليمي وصعيد الهيئات المتخصصة
84	ثالثاً: التدابير التشريعية على المستوى المحلي
87	خلاصة الفصل.
الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها	
89	تمهيد.
90	المبحث الأول: التطور التاريخي لآليات التكامل الاقتصادي العربي
90	المطلب الأول: مدخل التكامل الاقتصادي العربي
90	أولاً: مدخل التبادل التجاري
90	ثانياً: مدخل المشروعات المشتركة
91	ثالثاً: مدخل الاستثمار العربي البيئي
91	رابعاً: مدخل التعاون في مجال الأسواق المالية العربية
92	المطلب الثاني: محاولات التكامل الاقتصادي العربي
92	أولاً: معاهدة الدفاع المشترك ومشروع الوحدة الاقتصادية العربية
93	ثانياً: السوق العربية المشتركة
94	ثالثاً: اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية 1981
95	المطلب الثالث: ماهية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
95	أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
95	ثانياً: إعلان منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
98	ثالثاً: فوائد منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
99	رابعاً: مقومات قيام منطقة التجارة الحرة
100	خامساً: الشروط الاقتصادية لإقامة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

فهرس المحتويات :

102	المطلب الرابع: البرنامج التنفيذي لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
102	أولاً: القواعد والأسس
102	ثانياً: تحرير التبادل التجاري بين الدول الأطراف
103	ثالثاً: القيود غير الجمركية
104	رابعاً: قواعد المنشأ
104	خامساً: تبادل المعلومات والبيانات
104	سادساً: ارتباط تحرير التجارة وتأثره بعدد من النشاطات الاقتصادية الأخرى
104	سابعاً: تسوية المنازعات
104	ثامناً : إجراءات الانضمام والالتزامات المتعلقة بالعضوية
108	المطلب الخامس : نتائج تنفيذ اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
108	أولاً: التجارة الخارجية للدول العربية
109	ثانياً: التجارة البينية العربية
111	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية
111	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الشبكي العربي
122	المطلب الثاني: دور الاقتصاد الإلكتروني في التنمية و التعاون العربي
123	أولاً: دور الأعمال الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التعاون العربي
125	ثانياً: دور الجامعة العربية نحو تنمية و تيسير التبادل التجاري الإلكتروني
127	ثالثاً: أثر التجارة الإلكترونية على التعاون الاقتصادي العربي
128	المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية
132	المبحث الرابع:أساليب تفعيل التجارة الإلكترونية العربية، تحدياتها و معوقاتها
132	المطلب الأول:أساليب تفعيل التجارة الإلكترونية في الوطن العربي
142	المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية العربية
143	المطلب الثالث: معوقات نمو التجارة الإلكترونية العربية
147	خلاصة الفصل.
149	خاتمة
	المراجع

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
05	مختلف قطاعات الاقتصاد الجديد	الشكل رقم (1-1).
07	يحدد عناصر الاقتصاد الرقمي	الشكل رقم (2-1).
14	الشبكات التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية	الشكل رقم (3-1)
23	مختلف أنماط التجارة الالكترونية	الشكل رقم (4-1)
53	مراحل التكامل الاقتصادي الإقليمي	الشكل رقم (1-2).
54	اتفاقيات منطقة التجارة الحرة و آلية دول المركز و المحيط	الشكل رقم (2-2)
74	نمو التجارة الإلكترونية ما بين الشركات عبر العالم من 2000 إلى 2006	الشكل رقم (3-2).
75	التجارة الإلكترونية العالمية الموجهة لعام 2003	الشكل رقم (4-2).
76	دور التكنولوجيا في زيادة قدرة المشروعات على التعامل	الشكل رقم (5-2).
110	التغير في التجارة البنينة العربية عام 2009	الشكل رقم (1-3).
115	انتشار الانترنت في الدول العربية	الشكل رقم (2-3).
115	الإقبال على الاتصالات في الدول العربية.	الشكل رقم (3-3).

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
10	مقارنة بين الاقتصاد الجديد (الرقمي) و الاقتصاد القديم (الصناعي)	الجدول رقم (1-1).
52	الأشكال الرئيسية للتكامل الاقتصادي.	الجدول رقم (1-2).
60	بعض المؤشرات الاقتصادية لدول "النافتا" سنة 2007	الجدول رقم (2-2).
72	عدد مستخدمي الانترنت في العالم لسنة 2010	الجدول رقم (3-2).
78	صادرات و واردات بعض مناطق التجارة الحرة (مليون دينار)	الجدول رقم (4-2).
97	عضوية الدول العربية في اتفاقيات مناطق التجارة الحرة لغاية أوائل عام 2010	الجدول رقم (1-3).
107	مواقف الدول العربية تجاه تنفيذ منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى	الجدول رقم (2-3).
109	التجارة الخارجية العربية الإجمالية 2005_2009	الجدول رقم (3-3).
109	أداء التجارة العربية البينية 2005-2009	الجدول رقم (4-3).
114	عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي حسب الترتيب العالمي لسنة 2010	الجدول رقم (5-3).
119	توزيع مشتريات أفراد عينة الدراسة.	الجدول رقم (6-3).
120	وسائل الدفع المستخدمة	الجدول رقم (7-3).
120	بعض دوافع الشراء عبر شبكة الانترنت	الجدول رقم (8-3).

يعيش العالم تحولات كبرى في جميع المجالات منذ انتهاء الحرب الباردة بانتهاء المعسكر الاشتراكي وسيادة النظام الحر، والانتقال بذلك من نظام القطبين إلى نظام القطب الواحد، وفرض الهيمنة الغربية على العالم تحت شعار العولمة.

من خلال هذه التحركات بدأ العالم متحركاً أكثر من ذي قبل، باستبدال سكرتارية الجات بالمنظمة العالمية للتجارة لتكون أكثر فعالية في إدارة النظام التجاري الدولي من خلال تحرير التجارة العالمية من القيود المفروضة عليها سواء قيود كمية أو غير كمية، ولعل أهم هذه المتغيرات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فظهور العديد من الوسائل التكنولوجية الحديثة اختزلت الوقت والمسافة وتخطت الحدود، وبالتالي أصبح من السهل الحصول على جميع المعلومات التي يحتاج إليها الفرد عن طريق شبكة الإنترنت.

والتكنولوجيا الحديثة لا تقتصر على المعلومات فحسب بل تشمل أيضاً الأجهزة ووسائل الاتصال العديدة التي ظهرت على الساحة الدولية والتي ساعدت على تحويل العالم بأكمله إلى قرية صغيرة يتلاشى بها أثر الحدود الجغرافية والسياسية، ومن هذا المنطلق ظهرت التجارة الإلكترونية والتي أتاحت عملية تبادل السلع والخدمات والأفكار والبيانات بين العديد من الجهات عبر شبكات المعلومات مؤدية بذلك إلى ظهور ثورة جديدة في شكل التجارة العالمية، والتحول الآخر هو التحول من إستراتيجية الإحلال محل الواردات إلى إستراتيجية الإنتاج من أجل التصدير الناتج أصلاً عن عدة تحولات منها تحرير التجارة الدولية، إنشاء التكتلات الاقتصادية، التحول نحو تشجيع الاستثمارات وخاصة منها المباشرة ومن هنا تسعى كل دولة لإيجاد بيئة تصديرية وجذب أكبر قدر ممكن من الاستثمار الدولي ليتحول إلى الاستثمار من أجل التصدير فضلاً عن ذلك تحول الاستثمار الداخلي إلى الأنشطة التصديرية في جزء كبير منه.

و من هذا المنطلق ظهرت مناطق التجارة الحرة كصورة من صور التكامل بعد أن غابت الصورة الفردية في التعاملات الاقتصادية الدولية، وحلت محلها الصورة الجماعية أو الكيانات الكبرى، تهدف إلى إزالة كافة القيود الجمركية وغير الجمركية على التجارة في السلع والخدمات فيما بينها؛ لزيادة حجم التبادل التجاري ورفع معدلات النمو الاقتصادي.

1- إشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق عرضه في المدخل تتجلى معالم الإشكالية والتي يمكننا صياغتها في السؤال لجوهري التالي: " إلى أي مدى يمكن أن تساهم التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة في العالم؟ وما واقع التجارة الإلكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى؟"

2- الأسئلة الفرعية:

و لدراسة جوانب هذه الإشكالية ارتأينا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي سمات الاقتصاد الرقمي (الاقتصاد الجديد)؟

- ماذا نعني بالتجارة الالكترونية ؟ و ما هو دور و أهمية الانترنت في التجارة الالكترونية؟
- ماذا نعني بمناطق التجارة الحرة و ما علاقتها بالمناطق الحرة؟
- فيما تتمثل الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية في مناطق التجارة الحرة؟
- كيف هو واقع الوطن العربي في مجال تقنية الاتصالات و أنشطة التجارة الالكترونية؟ وما هي العراقيل التي تعوق انتشارها فيه؟ وما هي السبل الكفيلة لتنشيطها فيه مستقبلا؟

3-فرضيات الدراسة:

- في ضوء العرض السابق ومن اجل تفسير الإشكالية البحث ، ومحاولة الإجابة عن الأسئلة المطروحة سابقا، ارتأينا وضع الفرضيات التالية كإجابات مبدئية عن الأسئلة الفرعية وهي تحتمل الصواب والخطأ:
- من سمات الاقتصاد الرقمي الاستعانة بجهاز الكمبيوتر و الانترنت في انجاز الأعمال وكذا إلغاء كافة القيود الزمنية و المكانية، إذ تعتبر الانترنت وسيلة فعالة وأساسية في تدعيم التجارة الالكترونية، حيث أنها تعرض أمام العميل كل المعلومات التي يطلبها، وتوفر له عدة خيارات في أي مكان وزمان.
- التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء و بيع البضائع و الخدمات و المعلومات عبر شبكة الإنترنت.

- تختلف منطقة التجارة الحرة عن المنطقة الحرة متعددة الأغراض التي تقوم بوظائف التخزين والتصنيع والتجهيز والتصدير وإعادة التصدير وغيرها من الأنشطة التي تزيد الاستثمار والصادرات وتجلب التكنولوجيا المتقدمة.

- مازال عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي ضئيل جدا ، نظرا لضعف البنية التحتية الخاصة بها ولفقدان الثقة للتعامل بها.

- يحتل الوطن العربي موقعا ضعيفا في مجال تقنية الاتصالات و أنشطة التجارة الالكترونية بالنسبة لحجم التجارة الالكترونية العالمية ويعود لعدة عوامل أعاققت انتشارها نذكر منها : ضعف البنية التحتية الخاصة بها، و ضعف استخدام الانترنت .

4- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع جاء نتيجة لعدة أسباب دفعتنا لانجاز هذا البحث يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- المبررات الموضوعية:

- الاهتمام المتزايد بالتجارة الالكترونية من طرف الدول المتقدمة والإجراءات التي قامت بها من أجل الاستفادة منها و توظيفها فيما يخدم مصالحها الاقتصادية بالدرجة الأولى.
- الدور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في الاقتصاد، وبالتالي مدى تأثير هذه التكنولوجيا على العلاقات الاقتصادية فيما بين الدول.

- هو الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية (الرقمية) التي تتسم بالتطور والنمو السريع والتي تعمل على توفير الوقت والجهد والتخفيف في التكاليف

- إن هذا الموضوع رغم أهميته الكبيرة التي بدأت تتجلى للعيان في السنوات الأخيرة إلا أنه لم يحظى بالدراسات و البحوث الكافية.

- المبررات الذاتية:

- وهو رغبتنا في دراسة موضوع حديث النشأة ومهم خاصة في عصرنا هذا عصر التكنولوجيات الرقمية والسريعة و كذا اكتشاف دور التجارة الالكترونية و أهميتها و الدور الذي تلعبه في تنمية الاقتصاد.

- تحفيزات المشرف لتناول هذا الموضوع حيث يعتبر موضوع الساعة في أوساط الباحثين .

5- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الالكترونية و الدور الذي تلعبه في بيئة الأعمال إذ أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول و تعزيز تجارتها الخارجية، و قد غدت وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية من تسويق للمنتجات و توفير المعلومات و الخدمات الفورية للمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع و الخدمات.

و لذلك اهتمت الدول المتقدمة و غيرها من الدول بتهيئة اقتصادياتها و بيئتها و مؤسساتها للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت و العمل على الاستفادة القصوى منها.

و بما أن التجارة تعتبر العمود الفقري لأي دولة، فإن معرفة دورها الجديد و مدى نجاعته في التعامل مع البيئة التجارية الجديدة، و محاول حل المشاكل المرافقة لهذا الدور إن وجدت سيساهم بشكل جوهري في تقوية الاقتصاد، و ذلك من خلال إضفاء خاصتي الملائمة و الثقة في تعاملات البيئة التجارية الجديدة المتمثلة في التجارة الالكترونية.

إضافة إلى الأهمية الاقتصادية لمناطق التجارة الحرة التي تعد مرحلة من مراحل التكتلات الإقليمية فيما بين الدول، و التي تسعى من خلالها إلى إزالة العوائق الجمركية و تحرير تجارتها الخارجية ، و التي تتحقق من خلال اعتمادها على التقنيات الحديثة خاصة من خلال الاعتماد على شبكة الانترنت و اعتماد التجارة الالكترونية.

6- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام للبحث في التعرف على مفهوم وطبيعة التجارة الالكترونية باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عولمة الاقتصاد، ومعرفة الدور الذي تلعبه في تفعيل مناطق التجارة الحرة في العالم، والتعرف على واقع حجم التجارة الالكترونية الدولية والعربية وإمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها .

7- الدراسات السابقة:

يمكن ذكر بعض الدراسات التي تم جمعها في إطار دراستنا كما يلي:

- محمد تقوروت، "واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الشلف، 2004-2005، و قد تناولت الدراسة التجارة الالكترونية ومختلف الأبعاد المتعلقة بها و كذا الإحاطة بمفاهيم خاصة بالاقتصاد الرقمي و اعتماد الانترنت، إضافة إلى تحليل واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية و مدى استخدام الانترنت على المستوى العربي، كما أشار إلى مختلف التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية على المستوى العربي.

- زيود لطيف، "تحديات التجارة الالكترونية للنظم الضريبية"، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها تحول التجارة الالكترونية الأسواق المحلية إلى أسواق عالمية، مما يزيد الضغط على المنتجين و المستهلكين بان واحد، على المنتجين من خلال منافسة الشركات العالمية الأخرى و التركيز على الجودة للبقاء والاستمرار، على المستهلكين من خلال إلغاء دور المستهلك العادي التقليدي و فتح المجال واسعا أمامه لاختيار السلع من السوق العالمي عبر شبكة الانترنت.

- سامية العتري، "مدى التزام البنوك التجارية الأردنية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الالكترونية من وجهة نظر المدقق الخارجي"، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: إن المتطلبات التشريعية و القانونية لأنشطة التجارة الالكترونية في البنوك التجارية الأردنية لا تزال غير كافية و لا يوجد التزام بتلك المتطلبات، حيث تحتاج تلك القوانين إلى مواكبة التطورات المتسارعة في مجال تطور الأعمال الكترونيا.

8- حدود الدراسة:

سوف تقتصر دراستنا على بعض الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية، وإبراز دورها في مناطق التجارة الحرة وواقعها وآفاقها في الوطن العربي، مع الإشارة إلى تجارب بعض الدول العربية في هذا المجال.

9- منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع للإجابة على التساؤلات و اختبار صحة الفرضيات السابقة، على المنهج الاستنباطي مستعملين أداتي التحليل و التوصيف لإبراز مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالتجارة الالكترونية، وكذا على المنهج الاستقرائي مستعملين أداة الإحصاء في استنتاج مختلف المعطيات المتعلقة بواقع التجارة الالكترونية في العالم و في الوطن العربي.

وان أدوات الدراسة المستخدمة في هذا البحث تتمثل في:

المسح المكتبي الأكاديمي للأبحاث والدراسات والبيانات السابقة والكتب المتعلقة بالموضوع باللغتين العربية والأجنبية، بالإضافة إلى المواقع على شبكة الانترنت التي تمكن الباحث من العثور على الإحصائيات والأرقام لغرض الاسترشاد بها.

10- صعوبات الدراسة:

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا في إعداد هذا البحث والتي تمثلت في:
 - حداثة الموضوع والذي يعد متداخلاً وله عدة آراء وامتدادات يصعب التحكم فيها على مستوانا.
 - الدراسات الأكاديمية في هذا المجال متوفرة عن التجارة الالكترونية ولكن الإحصائيات الخاصة بدورها في مناطق التجارة الحرة غير متوفرة وهذا ما قد صعب في إيجاد العلاقة التي تربط بينهما في دراسة الحالة.

11- تقسيمات الدراسة:

قصد الإحاطة بالموضوع ارتأينا أن نقسم دراستنا إلى ثلاثة فصول رئيسية كما يلي:
 الفصل الأول عبارة عن مدخل إلى الاقتصاد الرقمي و التجارة الالكترونية ، تناولناه في ثلاثة مباحث :
 المبحث الأول خصصناه لدراسة تمهيدية حول الاقتصاد الرقمي و الانترنت ، و المبحث الثاني تناولنا فيه الإطار العام للتجارة الالكترونية بينما تطرقنا في المبحث الثالث إلى المتطلبات العامة للتجارة الالكترونية و آثارها الاقتصادية.

الفصل الثاني خصصناه لدراسة الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية و الفوائد المرجوة منها على اقتصاديات مناطق التجارة الحرة و عليه قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تناولنا من خلال المبحث الأول مدخل تعريفى لمناطق التجارة الحرة أما المبحث الثاني تطرقنا إلى ذكر أهم هذه المناطق على المستوى العالمي أما في المبحث الثالث فتناولنا من خلاله الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى مناطق التجارة الحرة.

الفصل الثالث خصص لتحليل التجارة الالكترونية في الدول العربية المنظمة إلى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، و قمنا بتقسيمه هو الآخر إلى ثلاثة مباحث تضمنت كالأتي: المبحث الأول: التطور التاريخي لآليات التكامل الاقتصادي العربي، المبحث الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية و المبحث الثالث: أساليب تفعيل التجارة الالكترونية العربية، متطلباتها و معوقاتهما.

تمهيد:

شهد العقد الماضي ثورة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك نتيجة للتطور السريع والمنافس للتبادل الإلكتروني للبيانات والذي يشمل البريد الإلكتروني وشبكة المعلومات والاتصالات الدولية (الإنترنت)، والتي تؤثر في الطريقة التي يتم بها إجراء المعاملات والصفقات التجارية، مما ساهم في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية.

وفي ظل هذه الأوضاع الاقتصادية أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة للدول ضرورة ملحة ومتطلباً تنموياً لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذا تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي، إذ أصبحت واقعا ملموسا في ظل التغييرات والتطورات الحالية، ويتوقع لها أن تكون الأسلوب التجاري السائد مستقبلا في كافة أنحاء العالم، حيث سنحاول من خلال هذا الفصل إبراز أهم المفاهيم والجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية سواء النظرية أو العملية و ذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي.

المبحث الثاني: الإطار العام للتجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية و آثارها الاقتصادية.

المبحث الأول: الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي

مع انتشار التقنيات الحديثة في مجال تقنيات المعلومات و الاتصالات بشكل كبير و تطور الانترنت على وجه الخصوص، ليشمل جميع نواحي الحياة تقريباً و منها الحياة الاقتصادية، شاع ما يصطلح عليه بالاقتصاد الرقمي أو الإلكتروني الذي يعتمد على وسائل الاتصالات الحديثة و على الإنترنت كوسيلة أساسية لذا يطلق عليه مصطلح اقتصاد الانترنت، و الذي يتسم بمخائص تميزه عن الاقتصاد القديم (الصناعي).

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي

لازال الاقتصاد الرقمي لم يستكمل تطوره من حيث البنية المفاهيمية أو من حيث أدوات التحليل العلمي للأسس المرشدة لممارساته المختلفة، و عليه يمكن القول أن اقتصاد المعلومات، اقتصاد المعرفة، الاقتصاد الرقمي، الاقتصاد الشبكي أو الاقتصاد القائم على الانترنت، و كل التسميات الأخرى ذات العلاقة بالمعرفة، الرقمية أو شبكات و تكنولوجيا المعلومات، تعتمد على أن جوهر إنشاء الثروة قد انتقل من المواد والآلات، الأبنية و الأدوات إلى المعلومات، المعرفة، المادة الرمادية و الرقمية. فالتحول الاقتصادي يقوم على التحول من إنشاء الذرات أي السلع الصناعية إلى إنشاء السلع و الخدمات بالاعتماد على الومضات الرقمية.¹

أولاً: تعريف الاقتصاد الرقمي

يشير الاقتصاد الرقمي إلى الاقتصاد القائم على الانترنت أو الويب، و هو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقمية أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين، الشركات و التكنولوجيا الرقمية مثل : تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، الوسائط المتعددة، التكنولوجيا الخلوية، بالإضافة إلى المنتجات الرقمية مثل قواعد و مستودعات البيانات، المعلومات، البرمجيات، كتب و دوريات الويب، الألعاب الإلكترونية، الموسيقى و كذلك المنتجات المادية المزودة بالمعالجات المصغرة.

مثلاً كان القطاع الصناعي خلال النصف الأول من القرن العشرين في الدول الصناعية هو الذي يحوز على الاستثمار و يستخدم النسبة الأكبر من القوى العاملة و ألمع العقول و القدرات الذهنية، فان العصر الرقمي هو الذي يتوسع ليحل محله في هذه الخصائص في الوقت الحاضر مع فارق واضح هو أن القطاع الصناعي تطور ببطء منذ الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر و حتى العقود الأخيرة من القرن العشرين، في حين أن القطاع الرقمي في الاقتصاد الجديد تطور بسرعة غير معهودة، لهذا يبدو اليوم هو الأقوى في نماذج الأعمال، حجم الاستثمارات، الاستخدام المتزايد للقوى العاملة و ألمع العقول و الأفراد و هو القطاع ذو العائد الحدي الأكبر و الإنتاجية الأعلى و الأكثر كفاءة في صنع الثروة.²

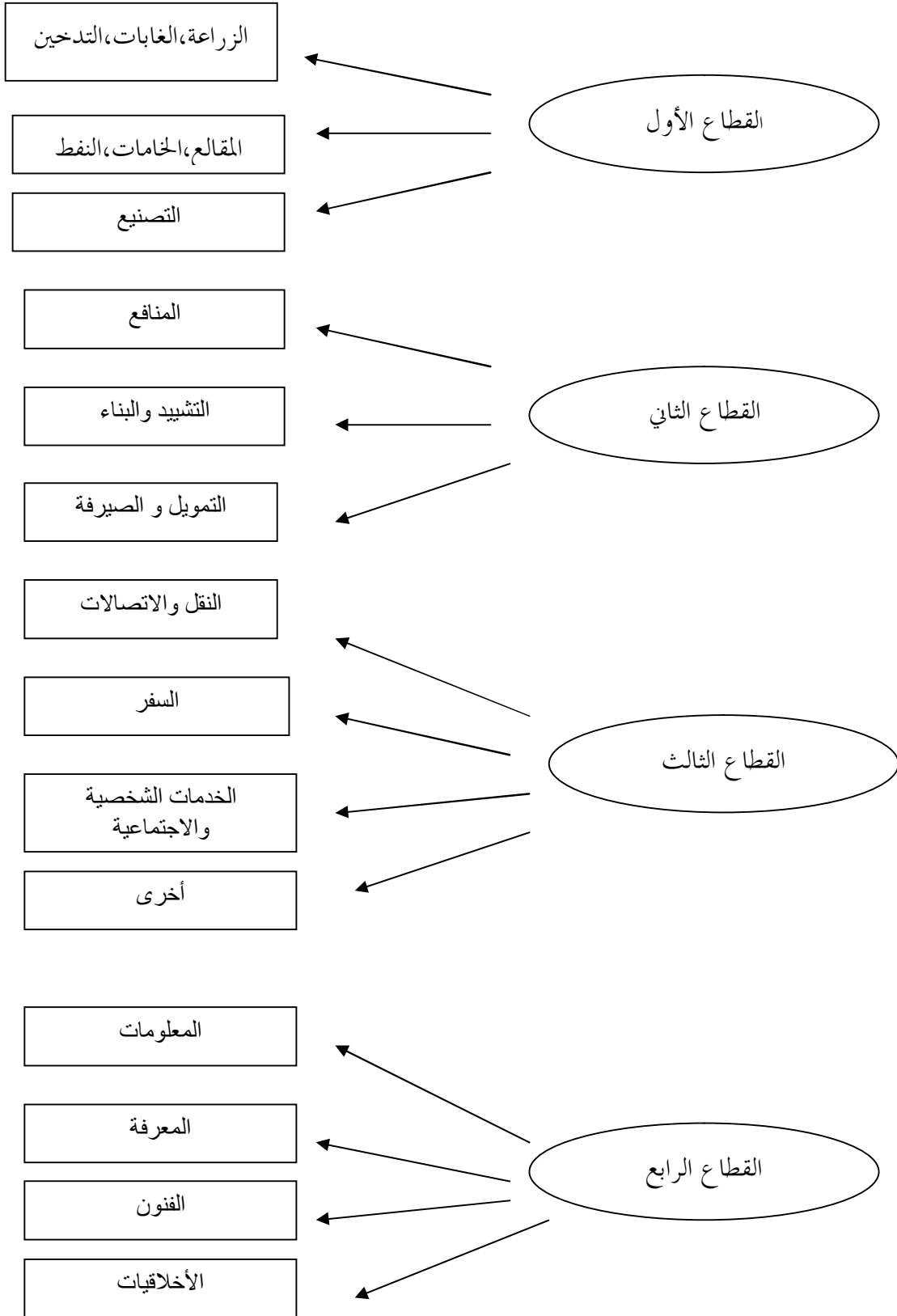
¹ نجم عبود، نجم، "الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات"، دار المريخ، السعودية، 2004، ص: 80-82

² نفس المرجع، ص ص : 88-89

كما أن الاقتصاد الرقمي هو الاقتصاد الذي أصبح يقوم على قواعد و خصائص جديدة تتجاوز قواعد وخصائص الاقتصاد التقليدي بشكل عام و الاقتصاد الصناعي بشكل خاص، و لعل أهم هذه الخصائص هو أن الاقتصاد التقليدي اقتصاد أشياء (ذرات) في حين أن الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد الرقميات أو البيئات مع ملاحظة أن الأشياء تخضع لقواعد اقتصاديات الحجم، العوائد المتناقصة، علاقة العرض و الطلب و تكلفة الصفقة المحددة لحجم الشركة غيرها، و التي تختلف تماما عن اقتصاد الرقميات الذي لا تنطبق عليه الكثير من هذه الخصائص و القواعد.

و يوضح الشكل (1-1) مختلف قطاعات الاقتصاد الجديد:

الشكل (1-1): قطاعات الاقتصاد الجديد



المرجع: نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 98.

يعتبر القطاع الرابع الركيزة الأساسية للاقتصاد الرقمي الذي تؤدي فيه المعرفة و المعلومات دور الحجر الأساس، حيث انه يرتبط بالتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية و خاصة ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات و الانترنت، الاتصالات و الشبكات مما يعني أن التكنولوجيا هي التي تلعب الدور الأساسي في تطوير الاقتصاد الرقمي.

ثانيا: هيكل الاقتصاد الرقمي

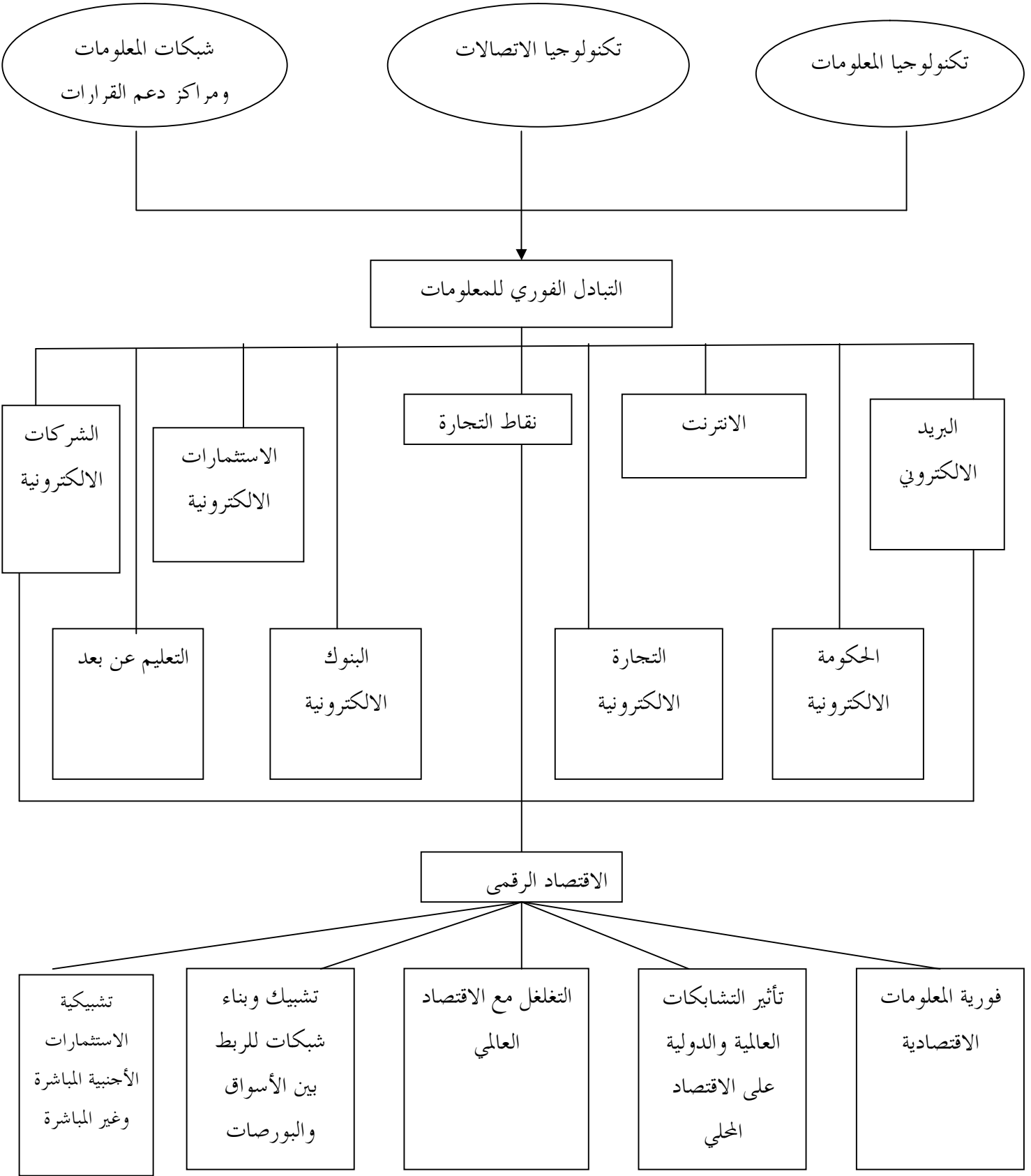
يتكون الاقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الالكترونية التي تتشابه مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية و الأخرى الدولية¹، و يعتبر البريد الالكتروني و مواقع الإنترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الالكترونية أي تبادل الخدمات و السلع و الأموال عبر الإنترنت أو تحويل الأموال بين البائعين و المشترين و البنوك باستخدام الأموال البلاستيكية، بالبريد الالكتروني عبر الانترنت و الأدوات الالكترونية الأخرى، و يشمل الاقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية بالجملة أو التجزئة عن طريق قنوات التوزيع الالكترونية، و هو ما يسمى بالبنوك الالكترونية يحقق ذلك بسرعة المعاملات و التجديد المستمر فيها.

و تقوم شركات المساهمة الالكترونية في الاقتصاد الرقمي بتصميم موقع على شبكة الانترنت و كتالوج الكتروني للتعريف بالشركة و نشاطها و خططها و مراكزها المالية و أسواقها و أهداف تصديرها لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية، و تستخدم الشركات أيضا المؤتمرات المعدة بالفيديو و المؤتمرات التليفونية لنفس الأغراض .

و الشكل (1-2): يحدد عناصر الاقتصاد الرقمي:

¹ فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الرقمية و الاقتصاد الرقمي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص:17.

الشكل (1-2): عناصر الاقتصاد الرقمي



المصدر: فريد راغب النجار، مرجع سبق ذكره، ص:16

المطلب الثاني: قواعد الاقتصاد الرقمي.

يعتمد الاقتصاد الرقمي على مجموعة من القواعد و الأسس التي أخذت تتطور لتفسير الظواهر الرقمية والممارسات السائدة على نطاق واسع قدر اعتماده على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، و تلخص هذه القواعد فيما يلي:¹

أولاً: قانون الأصول الرقمية

بما أن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية و لا تستهلك عند استخدامها، فان الشركة تستطيع أن تنشئ القيمة من استخدام هذه الأصول في عدد لا متناهي من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها. و الواقع أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأول للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقمياً اقرب إلى الصفر، و هذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد في مجال الأصول الرقمية في مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول و السلع المادية، و للإشارة، فان الاقتصاد ينقسم إلى قطاعات مختلفة بعضها ينتج منتجات مادية كالأغذية، السيارات، الملابس، النفط و هذه تخضع لقانون العوائد المعروف في الاقتصاد حيث تبدأ في الارتفاع في المرحلة الأولى حتى تصل إلى مستوى معين ثم يظهر تناقص العوائد بعد ذلك المستوى، أما البعض الآخر فيقدم منتجات ترتكز على المعلومات حيث تكون التكلفة الأولية و هي التكلفة الثابتة لتطوير البرمجية عالية جداً و لكن تكلفة إنتاج النسخ الإضافية و هي التكلفة المتغيرة منخفضة، و النتيجة هي زيادة العوائد حيث أن الربحية ترتفع بسرعة مع زيادة الإنتاج.

ثانياً: اقتصاديات الحجم

إن اقتصاديات الحجم التقليدية تقوم على إنتاج الحجم الصغير الذي يتم من خلال شركات صغيرة ، و كلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية إنجازها من قبل شركة كبيرة، فتقدم الخدمة المصرفية المرتبطة بصفقات العملاء في نفس الوقت ، يتطلب توفير موظف مصرفي لكل صفقة للعمل عليها و إلا فان خط الانتظار سيزداد، و لكن مع الانترنت و السماح للأفراد بإجراء الصفقات، أصبح بالإمكان إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع المصرف في نفس الوقت. إن التكلفة المتوسطة بالعلاقة مع اقتصاديات الحجم للمنتجات المادية تميل للانخفاض مع زيادة حجم الإنتاج حتى تصل إلى مستوى معين ثم تأخذ بالزيادة لان الحجم الأكبر سيتطلب إضافة تسهيلات أو آلات إنتاجية جديدة إلا أن هذا لا ينطبق على التكلفة الثابتة في اقتصاديات الحجم الجديدة للمنتجات الرقمية.

¹ نجح عبود، نجح ، مرجع سبق ذكره، ص ص 95-105

ثالثا: اقتصاديات النطاق الجديدة

إن تقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع في نفس الوقت و في مجال أو سوق معينة فقط بل انه يمكن من تقديم الخدمة في المجالات و الأسواق المختلفة و المتباينة. إن اقتصاديات النطاق في العصر الصناعي كانت تعمل على إنتاج عدد من المنتجات المتنوعة على آلات الخط الإنتاجي إلا أنها ظلت تعاني من ضعف التنوع و المرونة مما يحد من القدرة على الاستجابة، و لكن في العصر الرقمي فان اقتصاديات النطاق الجديدة ذات مدى واسع في التنوع لعدد لا متناه من الزبائن، ليتم الحديث عن مشروع فرد لفرد، تسويق فرد لفرد.

رابعا: الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة

يتميز الاقتصاد الرقمي بالحركة السريعة، ووسيلته الأقمار الصناعية و البريد الإلكتروني، هذه السرعة أدت إلى الحاجة إلى شركات تتسم بالمرونة في الحجم ، و في التنظيم (العلاقات الشبكية) و في المعلومات (تقاسم المعلومات الفوري)، و لعل التبادل الواسع و المفتوح للمعلومات على شبكة الأعمال و الانترنت هو الذي أدى إلى إلغاء احد أسس الاقتصاد التقليدي للمعلومات القائم على المبادلة.

خامسا: تكلفة المنتج الرقمي

تتميز المنتجات الرقمية بميكمل تكلفة مختلف جدا عن هيكل المنتجات المادية حيث أن إنتاج النسخة الأولى يكون في الغالب مكلفا جدا و لكن إنتاج النسخ الأخرى عنها يكون منخفضا جدا ،فالتكلفة الثابتة للمنتج الرقمي تكون غير مغطاة عند التوقف أو التعثر وهذا على خلاف المنتجات المادية عموما، فإذا قرر شخص الاستثمار مثلا في بناء مصنع أو مكتب جديد ثم ظهرت عدم الحاجة إليه، فيكون بالإمكان بيعه، ولكن إذا قام الشخص بالعمل على كتاب أو فيلم فعلى الأرجح لن يكون قادرا على بيع المخطوطة أو مسح الفيلم عند عدم إكماله، كما أن التكلفة المتغيرة لإنتاج المنتجات الرقمية لها سمعة خاصة، حيث أن تكلفة الوحدة للنسخ الإضافية لا تزيد حتى إذا كان الحجم المنتج منها كبيرا جدا، مما يعني أن للمنتجين القليل من قيود السلعة الإنتاجية خلافا للشركات المصنعة للمنتجات المادية التي إذا ازدادت مبيعات منتجاتها إلى حد معين فإن عليها أن تقوم باستثمارات كبيرة في مصنع جديد أو آلات جديدة للاستجابة للطلب.

ويخلص الجدول التالي أهم الاختلافات والفوارق بين الاقتصاد الصناعي والرقمي كما يلي:

الجدول(1-1): مقارنة بين الاقتصاد الجديد (الرقمي) و الاقتصاد القديم (الصناعي)

الخصائص الاقتصادية	الاقتصاد القديم(الصناعي)	الاقتصاد الجديد(الرقمي)
الأسواق	ثابتة	متحركة
المنافسة	وطنية	عالمية ومحلية
النظام	متسلسل-بيروقراطي	على الشبكة
<u>الكتلة الأجرية:</u> المهدف السياسي القدرات والإمكانيات التعليم المطلوب إدارة المستخدمين طبيعة التوظيف	التشغيل التام قدرات محدودة القدرة والتعلم من الحياة متضادة ثابت	التكيف والتطابق وتحقيق أكبر عائد قدرات متنوعة، متغيرة ومتعددة الشهادة متعاونة تهديدات وفرص
نقاط أخرى للمقارنة بين الاقتصاد الرقمي والاقتصاد المصنع (القديم)	اقتصاد المصنع إطار الدولة أكبر عدد من الزبائن إستراتيجية المنافسة سوق قائم على العرض اليد العاملة الدفع عن طريق الشبكة القديمة للبنوك.	اقتصاد القيمة المضافة إطار القارة توزيع عبر الشبكة زبائن حسب الحاجة إستراتيجية التعاون سوق قائم على الطلب العقول(الدماغ)العاملة الدفع عن طريق الانترنت

Source :<http://www.aesplus.net/nouvelle-economie.htm>.(11-02-2011)

المطلب الثالث: الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)

تمثل الإنترنت الشبكة العالمية (international network) و هي اكبر الشبكات العالمية شمولية للمعلومات و أكثرها استخداما، و أوسعها انتشارا، حيث أصبحت محل اهتمام الكثير من رجال الأعمال و بات ينظر إليها كبيئة أعمال من نوع جديد يضم أعدادا هائلة من الباعة و المشترين و المتعاملين(منظمات و أفراد)، يتفاوضون و ينجزون معاملاتهم دون أن يكون لديهم أية معرفة بالآخر و دون أن يكون هناك دور للوسطاء فضلا على أن الزبائن يتمكنون من تبادل المعلومات و تحديد احتياجاتهم و التعبير عن رغباتهم من خلال هذه الشبكة و بشكل سريع و رخيص.

أولاً: مفهوم شبكة الإنترنت

شبكة الإنترنت أو كما يطلق عليها الشبكة العالمية الالكترونية، أو شبكة الشبكات أو الشبكة العنكبوتية هي اسم لنظام ضخم منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد و معلومات و حواسيب و بروتوكولات لتنظيم الاتصال عبر الشبكة.

الانترنت هي: تجمع عالمي واسع من الشبكات و الأجهزة الحاسوبية المرتبطة مع بعضها البعض و التي تضم الملايين من منظمات الأعمال و الوكالات و المكاتب الحكومية و المؤسسات التعليمية و كذلك الأشخاص.¹

- أو هي: شبكة حواسيب مرتبطة بشبكة عالمية تدعى (net) وأنها تربط عمل المنظمات والحكومات والمؤسسات التعليمية من خلال بروتوكول (TCP-IP) خاص أصبح قاعدة في استخدام الانترنت، بحيث لا يمكن الاتصال بدونه.

- فمن خلال ما تقدم تعد الانترنت أكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق، وأنه أكبر من مجموعة ملفات معلوماتية، بل هو مكان لممارسة العمل والتجارة وهذا نظراً لما يوفره من قوة التفاعل، فضلاً عن كونه مفتوحاً للجميع لمن يريد الاتصال (أفراد ومنظمات) والحصول على المعلومات التي يتم عن طريقها عقد الصفقات وإجراء عملية البيع والشراء ودفع الأثمان، إذن فالانترنت ما هي غلا جمعية عالمية من الحسابات الآلية المرتبطة بشبكات داخلية تحمل البيانات وتسمح بتبادل المعلومات، وبذلك فليس هناك من يملك أو يحكم شبكة الانترنت، فهي مشروع تعوي لعدد من الهيئات والمنظمات أخذت على عاتقها وضع نظام مرتب ومتزن نتجت عنه شبكة الانترنت.

ومن خلال ما تقدم فإن الانترنت تتمتع بالخصائص التالية:

- للانترنت بروتوكول يسمى بروتوكول الانترنت (IP) وهو بروتوكول مفتوح. بمعنى عدم وجود شركة تدعي ملكيتها للانترنت، كما أن معايير هذا البروتوكول تتحدد وتستنبط من لجان فنية تضم بائعي عتاد الحاسوب (HARD WARE) والبرمجيات (SOFTWARE) والمستخدمين (USERS) والمهندسين (ENGINEERS) فهؤلاء جميعاً هم يضعون المعايير.

- الانترنت شبكة مفتوحة (Open net work) وليس شبكة مغلقة، كما لا يوجد في قاموس الانترنت قواعد أو شروط أو قوانين تمنع الأفراد والشركات أو تسمح لهم بإضافة ملحقات أو أجهزة إلى الانترنت.

- الانترنت وسيلة تفاعلية (medium interactive) وليست وسيلة جماهيرية (Massmediem) مثل التلفزيون والمجلات والراديو وإعلانات الطرق الخارجية، فالانترنت يؤمن الاتصالات التفاعلية المباشرة بالتجاهين: بين الشركات والعملاء، وبين العملاء وعملاء آخرين، وبين الشركات نفسها،

¹ إبراهيم أبو الهيجاء، "التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت"، الدار العلمية الدولية و مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص: 44.

كما أن مستخدمي الانترنت يتسمون بخاصية كونهم شركاء فاعلين في العمليات الاتصالية، وليسو حامدين بالإكراه أحيانا كما في حالة الوسائل الاتصالية الجماهيرية.

- إن قدرة مستخدمي الانترنت على المشاركة الكاملة في عملية الاتصالات تصنع قواعد جديدة للتسويق، فالانترنت يمتلك ثقافة خاصة، كما يمتلك مجموعة مختلفة من التوقعات الخاصة بالاتصال، والعملاء هم سادة الموقف على الانترنت، كما يجب على الشركات أن تجد لنفسها أساليب جديدة ومقنعة لضمان ولاء العملاء.

ثانيا: الاستخدامات التجارية للانترنت¹

تتمثل الاستخدامات التجارية لانترنت فيما يلي:

1- التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI): (Electronic Data Inter Change)

يعرف التبادل الإلكتروني للبيانات على أنه: نقل للمعلومات والأموال من حاسوب لآخر، ومن تطبيق لآخر وكذلك تغيير في تركيبة الأعمال في إطار قياسها.

أو هو تبادل للوثائق وفق نماذج إلكترونية ذات معايير متفق عليها بين المنظمات بطريقة مؤتمنة و بشكل مباشر بين التطبيقات الحاسوبية في منظمة ما إلى مثلتها في منظمة أخرى.

إذا تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات تقلل من التعقيد داخل العمليات و من التكاليف المترتبة على استخدام الأيدي العاملة، كما تقلص من إجراءات معالجة الوثائق غير أن الانترنت حل محل التبادل الإلكتروني للبيانات كونه يقوم بالمهمة ذاتها و لا سيما في المجال التسويقي.

أما فيما يخص المنافع الإستراتيجية التي يحققها "EDI" لمنظمات الأعمال تتمثل فيما يلي:

- تساعد منظمات الأعمال في البحث عن الزبائن
- تسهيل عملية إعداد الطلبات من قبل الزبائن أو الموزعين
- تخفيض تكاليف الخزن
- خلق ميزة تنافسية و المتمثلة في جذب الزبائن

2- النقل الإلكتروني للأموال: (EFT) electronic funds Transfer

يسمح النقل الإلكتروني لأموال المستخدمين الارتباط بالشبكة و نقل الأموال من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر بواسطة الخطوط الهاتفية أو وسائط النقل الأخرى، و تتمثل عملية النقل من خلال عدة طرق، تتمثل فيما يلي:

¹ بكوش كريمة، كواش زهية، "شبكة الانترنت و التجارة الإلكترونية (مفاهيم أساسية)"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة،

- البطاقة الائتمانية: إيجاد قرض مؤقت يستحق الدفع خلال شهر
- بطاقة الاقتراض: نقل الأموال من الحساب المصرفي للمشتري إلى الحساب المصرفي للبائع
- البطاقة الذكية: تخزين القيمة النقدية التي يمكن زيادتها باستخدام المكائن النقدية لغرض نقل كمية من الأموال لاستخدامها في شراء الكتب و دفع أجور الهاتف ..مثلا.
- النقد الإلكتروني: يمثل البطاقة الذكية باستثناء انه يتم من خلاله خزن الرصيد النقدي داخل الحاسوب بدلا من خزنه داخل البطاقة الذكية.

ثالثا: الشبكات الداخلية و الخارجية

سبقت التجارة الالكترونية ظهور الانترنت، و ذلك من خلال الشبكات الخاصة لكنها انتشرت بشكل واسع و ازدهرت بفضل استخدام الانترنت و ما يرتبط به من تقنيات معلوماتية و شبكات سواء كانت شبكات داخلية أم خارجية، فالانترنت اعتبر بنية تحتية أساسية للتجارة الالكترونية لسهولة استخدامه و لإمكانية ربط شبكته بالشبكات الداخلية و الخارجية للتجارة الالكترونية.

1- الشبكات الداخلية (Intranets):

تستخدم شبكة الانترنت من اجل تحقيق مبدأ الشفافية أي إتاحة المعلومات و وضوحها لجميع العاملين في المنظمة، كما يسمح باتخاذ القرارات و انجاز الأعمال اليومية بالشكل الصحيح، و هذا ما ينعكس على فاعلية أداء المنظمة.

2- الشبكات الخارجية (Extranets):

توفر هذه الشبكة للزبائن الخارجيين إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومات المحسوبة للمنظمة، لهذا ستكون بحاجة ماسة إلى مستوى أعلى من الأمان مقارنة بما تتطلبه شبكة الانترنت، فشبكة الاكسترنات ما هي إلا ربط بيني لشبكات الإنترنت المنظمة و هذا الربط البيئي يتم عبر شبكة الانترنت باستخدام شبكات معلوماتية صحيحة.

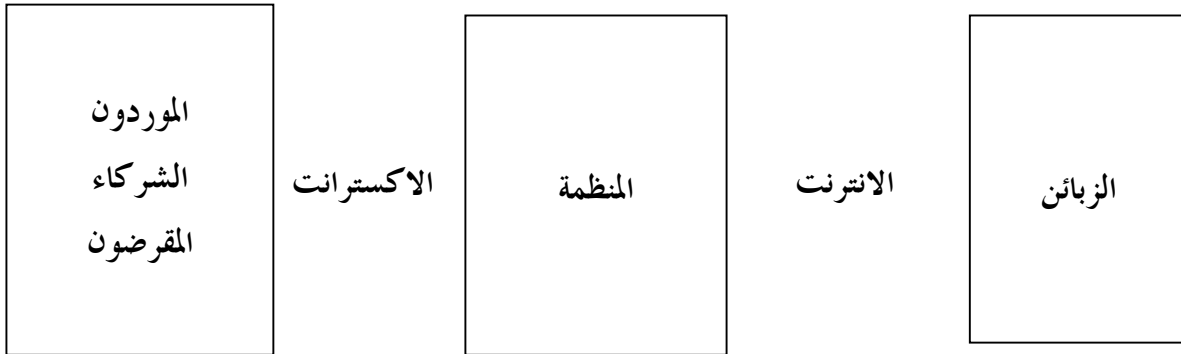
فالاكسترنات إذا هي الشبكة التي تقوم التي تقوم المنظمة بتزويدها بالبيانات و المعلومات التي تم أصحاب المصالح خارج المنظمة من موردين و مقرضين ووكلاء و سمسرة و تجار جملة و غيرهم..حيث يتطلب الدخول إلى الشبكة استخدام كلمة العبور password لان هذه الشبكة غير موجهة إلى الجمهور عامة، كما هو الحال في شبكة الانترنت.

فمن الناحية العملية تحدد المنظمة التي تمتلك شبكة الاكسترنات الأفراد الذين يسمح لهم الدخول إلى الشبكة و نوع الدخول المسموح به، فمن هذا المنطلق بدأت منظمات الأعمال تتجه نحو النظم الرقمية من خلال الشبكات كشبكة الانترنت و الانترنت و الاكسترنات في إدارة عملياتها الداخلية، و كذلك إدارة علاقاتها مع زبائنها و مورديها و بقية الأطراف الخارجية المتعاملة

رابعاً: العلاقة بين الانترنت و الانترنت و الاكسترنات

الشكل في الأسفل يفسر طريقة الاتصال التي تتم بين الشبكات الثلاث، فالانترنت يقيم علاقة اتصال بين المنظمة و جميع زبائنها و المتعاملين معها من خارج المنظمة، و يقتصر استخدام الانترنت على العاملين من داخل المنظمة فقط، أما شبكة الاكسترنات فتربط المنظمة بمورديها و شركاء أعمالها و كذلك مع المقرضين و السماسرة التي تتعامل معهم باستمرار في تسيير أعمالها التجارية.

الشكل (1-3): الشبكات التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية.



الانترنت

و نتيجة لظهور كل من هذه الشبكات الثلاث و ظهور ما يسمى بالاقتصاد الإلكتروني، بدأت منظمات الأعمال بإعادة النظر في استراتيجياتها و العمل جاهدة من اجل التحول نحو هذا النمط من التجارة ألا و هو التجارة عبر الانترنت، و سنحاول فيما يأتي التطرق لهذا النوع من التجارة و كل ما يتعلق بها.

المبحث الثاني: الإطار العام للتجارة الإلكترونية.

نظراً للتقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتعاضم دور التجارة الإلكترونية في مجال تسويق السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت كأحد أبرز التطبيقات التي تمخضت عن هذا التطور، الذي من شأنه أن يحدث تغيراً جذرياً في الهياكل الأساسية للقطاعات الاقتصادية المختلفة ومع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال بشكل كبير وتطور الانترنت ليشمل جميع نواحي الحياة تقريباً ومنها الحياة التجارية ظهر ما يعرف بالتجارة الإلكترونية هذه الأخيرة التي تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات والتي لاقت رواجاً هائلاً وسريعاً بين جميع فئات الناس وفي مختلف المناطق وتعددت مفاهيمها.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وأهميتها

يشهد العالم ثورة هائلة متطورة في مجالات المعلومات والاتصالات، هذا العالم الفسيح الأرجاء، المتعدد الأعراق والثقافات، المتباين بين غنى فاحش وفقير مدقع، والواسع الهوة بين شعوب متقدمة وأخرى متخلفة، أصبح أشبه بقرية صغيرة تنتقل عبرها ومنها المعارف يبسر وسهولة متعددة الحواجز الطبيعية والجغرافية وتحولت الأسواق إلى سوق واسعة النطاق يلتقي فيها المنتجون والمسوقون والمستهلكون على شبكات الانترنت وهو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية.

أولاً: نشأة التجارة الإلكترونية:

في حقيقة الأمر يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة جداً في عالم المال والأعمال، ففي أوائل التسعينات من القرن الماضي لم يكن هناك شيء اسمه التجارة الإلكترونية (E. commerce) ولم يأخذ هذا المصطلح وهذا النوع من النشاط المرتبط به في التواجد والانتشار على نطاق ملموس إلا في عام 1996 وذلك عقب تحويل الإشراف على شبكة الشبكات الإلكترونية المعروفة بالإنترنت من الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة إلى القطاع الخاص اعتباراً من أبريل 1995¹ فمنذ ذلك التاريخ صارت إمكانية متاحة لتقديم الخدمات المالية والتجارية وغيرها من الخدمات وأخذت الشبكة العالمية في التوسع بمعدلات سريعة بعد أن كانت شبكة محدودة من حيث السعة وعدد الحاسبات المتصلة بها وعدد المستخدمين لها، ومع ذلك ينبغي ملاحظة أن إتمام بعض الأعمال التجارية عبر وسائط إلكترونية ليس أمراً جديداً، حيث مارست البنوك والبورصات وشركات الطيران وغيرها من النشاط منذ وقت ليس بالقصير، وذلك عبر عديد من شبكات الاتصال الخاصة (internet) ولكن الآن أصبح هناك العديد من التطبيقات المعتمدة على الانترنت. في وقت قريب كان النشاط الغالب على التجارة الاقتصادية هو تبادل الصفقات بين الشركات وبعضها البعض باستخدام الشبكات الخاصة أما الآن فقد توسعت التجارة الاقتصادية حتى أصبحت شركة معقدة من الأنشطة

¹ أحمد حمد الله السمان، "التجارة الإلكترونية تنمية الصادرات"، جامعة القاهرة، مركز البحوث و الدراسات الاقتصادية و المالية، العدد 24، فبراير، 2005.

التجارية التي لم تتم على نطاق عالمي بين عدد كبير من المشاركين سواء كانوا أشخاصا أو شركات أو هيئات عالمية.

كما تزايد حجم التجارة الاقتصادية بشكل كبير وحقت معدلات نمو غاية في الارتفاع حتى أصبحت تشكل نسبة يعتد بها من حجم المبادلات سواء المحلية أو الدولية.¹

كما مرت التجارة الاقتصادية بمراحل متعددة تختلف من حيث التطور الذي صاحب استخدام شبكة الانترنت، وهذه المراحل هي:²

المرحلة الأولى: اقتصر استخدام الانترنت من قبل الشركات على نشر الكتيبات الخاصة بها وأنشطتها على مواقع في شبكة الانترنت.

المرحلة الثانية: تم استخدام المواقع على شبكة الانترنت في نشر المعلومات التي توضح الأنشطة والاستثمارات والبيانات الدورية التي تصدرها الشركات.

المرحلة الثالثة: انطوت هذه المرحلة على استخدام أنواع البرمجيات والتقنيات في عملية النشر ومعرفة المواقع، واستخدام كلمات وجمل بسيطة كأدوات تصفح.

المرحلة الرابعة: تعكس هذه المرحلة مستقبل شبكة الانترنت واستخدامها في ترسيخ التجارة الإلكترونية وتنطوي المواقع على كافة المعلومات عن الشركات التي تمثلها المواقع على شبكة الانترنت لذا يمكن التفرقة بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والتسويق الإلكتروني من خلال التعاريف التالية:

الأعمال الإلكترونية: يقصد بها إدارة جميع الأعمال المتعلقة بأحد المنشآت أو أحد المؤسسات بطريقة إلكترونية من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة شبكة الانترنت مما يساعد على زيادة كفاءة أعمال المنشأة واستغلال الفرص المتاحة لتوسع نطاقها وحجم أعمالها وحصولها على نصيب أكبر من السوق العالمي.³ كما تعرف بأنها استخدام الانترنت لممارسة الأنشطة المختلفة لمؤسسات الأعمال، ويعتبر مفهوم الأعمال الإلكترونية أكثر المفاهيم شمولاً واتساعاً حيث يشمل كافة أنشطة الأعمال المؤداة على الانترنت.

أما التجارة الإلكترونية: فهي الجزء الذي يتعلق بعمليات البيع والشراء، وإجراء الصفقات المالية وإتمام العمليات التجارية التي لم تتم بين المنشأة وبين أي مؤسسة أخرى، أو بينها وبين عملائها عن طريق الانترنت، ومن ثم فالتجارة الاقتصادية تعد جزءاً من الأعمال الاقتصادية والذي يتعلق بأنشطة الشراء والبيع عبر الانترنت.

¹ محمد تقوروت، "واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الشلف، 2004- 2005، ص: 20 .

² محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2000، ص: 163.

³ هند محمد حامد، التجارة الاقتصادية في المجال السياحي، حلوان، دار النهضة العربية، 2003، ص: 23.

في حين أن التسويق الإلكتروني واستخدام الانترنت في أداء الأنشطة التسويقية تعد من أنشطة الأعمال الإلكترونية، إلا أن تلك الأنشطة التسويقية التي تركز على معاملات البيع والشراء هي التي تعد جزءا من التجارة الإلكترونية.¹

ثانيا: تعريف التجارة الإلكترونية:

مصطلح التجارة الإلكترونية ترجمة *électronique commerce* وتستخدم كمرادف لتجارة الانترنت *internet commerce* حيث تستخدم المصطلحات بالتبادل.

يتكون تعبير التجارة الإلكترونية من كلمة التجارة (*commerce*) التي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين المؤسسات والأفراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها، وكلمة الإلكترونية (*électronique*) وهي توصيف مجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية التي من بينها شبكة الانترنت.²

و للخروج بتعريف واضح وبسيط لمفهوم التجارة الإلكترونية وجب علينا عرض أهم التعاريف الخاصة بالتجارة الإلكترونية كما يلي:

تمثل التجارة الإلكترونية أحد مواضيع الاقتصاد الرقمي حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين: التجارة الاقتصادية وتقنية المعلومات.

فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والانصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري. و التجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة:

- 1- خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت؛
- 2-التسليم أو التوريد التقني للخدمات؛
- 3-استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي).

و ضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.³

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، "التسويق المعاصر"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص: 435.

² عبد الحميد بسيوني، "أساسيات ومبادئ التجارة الاقتصادية"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص: 18.

³ عامر محمد محمود، "التجارة الاقتصادية"، الطبعة الأولى المجتمع العربي، 2006، ص: 13.12.

من وجهة نظر الأعمال تعرف التجارة الإلكترونية بأنها استخدام التكنولوجيا (التقنية) في المعالجة الآلية للمعاملات الجارية (transactions) وتدفق العمل، و هو أداة تلي رغبة المؤسسات والعملاء والإدارة لخفض تكاليف تأدية الخدمات.¹

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتميز بين تعريفيين للتجارة الإلكترونية:² الأول هو التعريف الواسع، حيث تشير المعاملات التجارية الإلكترونية إلى كافة عمليات بيع أو شراء السلع والخدمات بين قطاعات الأعمال والأفراد والحكومات وغيرها من المنظمات العامة أو الخاصة عبر الشبكات الإلكترونية المستندة إلى أجهزة الكمبيوتر، سواء تمت تلك العمليات بشكل كامل عبر الشبكات بما في ذلك الدفع الإلكتروني وتسليم السلعة أو تم التسليم عبر الوسائل التقليدية.

أما التعريف الضيق فيعني عمليات بيع أو شراء السلع بين قطاع الأعمال والأفراد والحكومات وغيرها من المنظمات العامة أو الخاصة عبر شبكة الانترنت سواء تمت تلك العمليات بشكل كامل عبر الانترنت بما في ذلك الدفع الإلكتروني وتسليم السلعة، أو تسليم السلعة عبر لوسائل التقليدية.

في حين تأخذ منظمة التجارة العالمية (WTO)³ بتعريف أوسع للتجارة الإلكترونية حيث تشمل التجارة الاقتصادية إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية ويشمل التعريف بالتالي خمسة أنواع من الأنشطة المتعلقة بالمعاملات التجارية:

- الإعلان عن السلع والخدمات والتي يتم عرضها من خلال متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت.
- تبادل المعلومات والتفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري من خلال الشبكة .
- عقد الصفقات وإبرام العقود من خلال الشبكة.
- سداد الالتزامات المالية من خلال وسائل الدفع الإلكترونية .
- عمليات توزيع وتسليم السلع والخدمات والمعلومات ومتابعة الإجراءات.

من جانب ثاني نجد أن مفهوم التجارة الإلكترونية ينطوي على أي نوع من أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية(الانترنت) وتتم هذه التعاملات بين الشركات أو بين الشركات وعملائها أو بين الشركات والحكومات، وتشمل التجارة الخارجية والتجارة الداخلية، ويمكن للتجارة الاقتصادية أن تقوم بوظائف جديدة في عمليات التبادل التجاري من بينها الإعلان والتسويق والمفاوضات وتسوية المدفوعات والحسابات وفتح الامتيازات والتراخيص وإعطاء أوامر البيع والشراء والتبادل لبعض السلع والخدمات(1).....

¹ إبراهيم عبد السلام، "التجارة والأعمال الإلكترونية: ما هي خدمات الكمبيوتر"، الإسكندرية، ص:7.

² مجلة الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، "التجارة الاقتصادية تطورها وآليات التعامل معها"، مؤسسة الأهرام، الطبعة الأولى، جانفي 2001،

ص:75 .

³ هند محمد حامد مرجع سبق ذكره، ص:14.

أما اللجنة الأوروبية EC : فتعرف التجارة الإلكترونية على أنها أداء الأعمال الكترونيا, حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات, مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة, كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع و الخدمات, و إتمام عمليات البيع و الشراء و التسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية و التحويلات الإلكترونية للأموال و الفواتير الإلكترونية و المزادات التجارية, و عمليات التسويق و خدمات ما بعد البيع, و هي تشمل كلا من السلع و الخدمات, و كذلك الأنشطة التقليدية و غير التقليدية¹.

- التجارة الإلكترونية تستعمل بمفهوم واسع يعني البيع و الشراء و إستراتيجية تسيير كل عمليات المؤسسة عن طريق الويب.
- التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع و شراء السلع و الخدمات و المعلومات, كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع و الخدمات و المعلومات.
- مما سبق يمكننا التوصل إلى تعريف أشمل للتجارة الإلكترونية كما يلي:
- " التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء و بيع البضائع و الخدمات و المعلومات عبر شبكة الانترنت و الشبكات التجارية العالمية الأخرى"
- و يشمل ذلك:
- الإعلانات عن السلع و البضائع و الخدمات.
- معلومات عن السلع و البضائع و الخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء و البيع و خدمات ما بعد البيع.
- التفاعل و التفاوض بين البائع و المشتري.
- عقد الصفقات و إبرام العقود.
- سداد الالتزامات المالية و دفعها.
- عمليات توزيع و تسليم السلع و متابعة الإجراءات.

ثالثا: أهمية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية وسيلة مميزة, و غير مسبوقه للوصول إلى أسواق العالم جميعا في وقت واحد و بأقل النفقات سمحت للبائعين بتخطي حواجز المسافات و الوصول إلى أسواق بعيدة و متنوعة و متعددة, كما تساعد أيضا على تخطي حواجز الزمن و التعامل مع العملاء على مدار الساعة و هي بذلك تعتبر تطبيقا لفكرة العولمة, و أن العالم ما هو إلا قرية صغيرة لا تتقيد بحواجز الزمان و المكان و هي بذلك توفر فرصا و

¹ السيد احمد عبد الخالق،" التجارة الإلكترونية و العولمة"، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص: 34.

إمكانيات لا نهائية لعرض السلع و الخدمات من المكان نفسه لكل الأفراد بدون التقييد بحدود المكان أو المسافة أو الوقت .

وسيلة سهلة وبسيطة يمكن استخدامها من خلال جميع الطبقات والأنواع من الأفراد والشركات في وقت قصير وبأقل تكلفة ممكنة.¹

- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات ، كما أنها توفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال.

- تؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشتريين ، كما تعمل على ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم ، بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب ، وبطريقة منسقة ودقيقة.

- تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية، ومنع الأخطاء وتخفيض التكاليف وبالتالي المحافظة على حقوق أصحاب المشروع، وزيادة الربحية.

- شركة تكاد تكون تصورية بمعنى اختفاء المباني الضخمة والمكاتب المكتظة بالموظفين وآلات الملفات، وسيل لا ينقطع من المعاملات الورقية.

- تساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة، التي تتم بمساعدة الحاسوب من حيث تحديد عمليات التشغيل، وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج وعمليات التحكم والرقابة والتوقيت المحدد وإدارة الجودة الشاملة.

- أن التجارة الإلكترونية تحدث تغيرا شاملا في انقطاع العمال حيث ينتقل من اقتصاد صناعي يحكمه الإنتاج الميكانيكي إلى اقتصاد معلوماتي دون حدود سياسة أو جغرافية، يكون فيه العنصر الثقافي هو المصدر الأساسي للقيمة المضافة، حيث يتم استخدام التقنية الحديثة في الصناعة والتجارة والخدمات سيكون ذلك هو المدخل الرئيسي لتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية.²

¹ جمال عبد السميع، "مصر وبداية التجارة الإلكترونية في القرن الواحد والعشرون"، مجلة البحوث الإدارية، عدد جانفي، 2000، ص:14.

² جلال الشافعي، "كتاب الأهرام الاقتصادي، العولمة الاقتصادية: الأثر على الضرائب في مصر"، العدد 179، أول نوفمبر، 2002. ص: 33،34

المطلب الثاني: فوائد التجارة الإلكترونية ومجالاتها.

تمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من الفوائد يمكن إجمالها فيما يلي:

أولاً : فوائد التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية فوائد عديدة يمكن إجمالها فيما يلي:¹

- سرعة الاتصالات خاصة في التعامل الدولي.
- تحسين الكفاءة، فليس هناك حاجة لإعادة إدخال البيانات وبالتالي لا يوجد أخطاء في عملية الإدخال.
- قلة التكلفة، حيث يؤدي نظام تبادل البيانات إلكترونياً بدرجة كبيرة إلى عدم وجود المخازن، ويقلل دورات الشراء والبيع بدرجة كبيرة.
- علاقات متقاربة بين العملاء والموردين، حيث تكون مواقع التجارة الإلكترونية دائماً محدثة على الشبكة - شبكة الانترنت- مما يجعل العملاء والموردين على علم فوري بأي تغيرات تحدث في السوق.
- طريقة سهلة وسريعة للحصول على معلومات عن شركة معينة، ومنتجاتها وموقعها الإلكتروني داخلياً وخارجياً.
- وجود قنوات بديلة للمبيعات وإتمام الصفقات من خلال الموقع على الشبكة.
- كما يمكن ذكر أن التجارة الإلكترونية بين المؤسسات عبر نظم التبادل الإلكتروني للبيانات قد حققت خلال عقدين من الزمن منافع كثيرة في كثير من البلدان الصناعية المتقدمة، وأيضاً في بعض دول جنوب شرق آسيا التي تتعامل مع هذه النظم المتطورة ومن أبرز هذه المنافع:²
- تقليص في التكاليف الإجمالية بنسب تتراوح ما بين 15-55%؛
- تقليص الحصة السوقية بنسب تتراوح ما بين 3-22%؛
- تعزيز كفاءة الأداء حيث بلغت نسبة الزيادة الكفاءة: (المعبر عنها بزيادة حجم التعاملات التجارية بمقدار 85% في صناعات كثيرة؛
- انخفاض واضح في تكاليف التوزيع، حيث ساهمت التجارة الإلكترونية في الاستغناء الأولي عن عدد كبير من أعضاء قناة التوزيع التقليدية؛
- الاستغناء عن تكاليف التخزين وإدارة المخزون ومناولة المواد مما وفر الجهد والمال في هذا المجال بالذات؛
- تحسين مستوى جودة السلع والخدمات التي يتم تبادلها في إطار التجارة الإلكترونية البنينة (بين المؤسسات المتقدمة) بنسبة 45-150% حسب طبيعة الصناعة وأن هذا التحسن أدى بالحصلة النهائية إلى تقليص التكاليف التشغيلية والتسويقية وانعكس بالإيجاب على رضا العملاء.

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، "التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000، ص ص: 18.17 .

² هند محمد حامد، مرجع سبق ذكره، ص 57 .

و عليه يمكن تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية في مجال رئيسي ألا وهو تحقيق التجارة الإلكترونية لأعلى مستوى ممكن من الجودة فيما تقدمه من سلع وخدمات للعملاء.

ثانيا: مجالات التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية مجالات عديدة أهمها:

1- الخدمات المصرفية الإلكترونية: يعتبر هذا المجال من أهم مجالات التجارة الإلكترونية و الذي يتزايد بشكل متعاظم يوم بعد يوم, و يتم إتمام الصفقات المالية إلكترونيا؛

2- الخدمات المتخصصة: و يشمل هذا المجال جميع أنواع الاستثمارات و الخدمات الطبية و التعليمية و المحاسبية, حيث أضحت كل هذه الخدمات متوفرة و بشكل كبير على شبكات الانترنت, و أي خدمة تعتمد عموما على المعلومات من المحتمل أن تلحق نفسها بالخدمة الإلكترونية فضلا عن وصول الانترنت إلى الأفراد و الشركات الصغيرة, من المحتمل أن يزيد من قدرتها و يساعد الأعمال التجارية الصغيرة على المنافسة في الأسواق العالمية.

و من الخدمات السابقة يمكن تسليمها إلكترونيا مثل الخدمات الطبية و التعليمية, و منها مالا يمكن تسليمها إلكترونيا حيث يتم طلبها و دفع ثمنها على الخط, و لكن تسليمها للمستهلك يتم بشكل عادي ملموس لا بالطريق الإلكتروني؛

3- الخدمات التي لا تسلم إلكترونيا: و هذا النوع من الخدمات يتم عبر الانترنت بصورة كبيرة مثل حجز تذاكر الطيران و الحجز في الفنادق و هذه الخدمات السابقة تعد من الأنشطة التي تغطيها اتفاقية المنظمة العالمية للتجارة.

4- خدمات الاتصال: تعتبر خدمات الاتصال من الخدمات الرئيسية من أنشطة التجارة العالمية¹.

¹ منور أوسريير، " المناطق الحرة في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية مع دراسة لبعض تجارب البلدان النامية"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2004-2005.

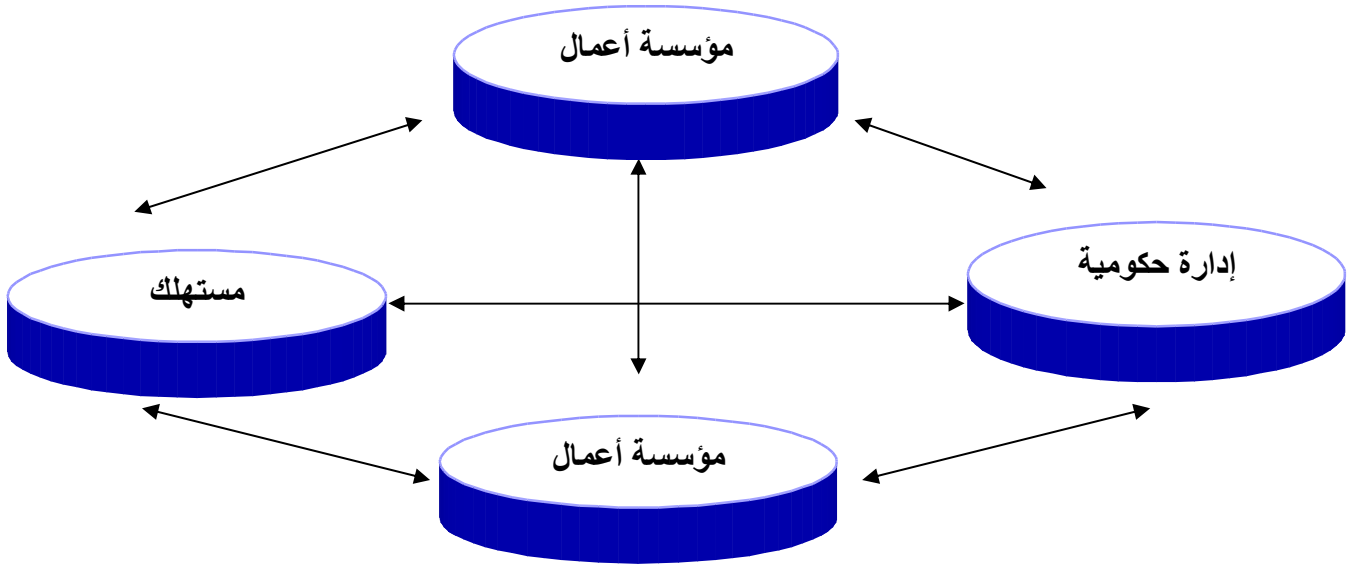
المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية وخصائصها.

تتخذ التجارة الإلكترونية أشكال مختلفة تتسم من خلالها بمجموعة من الخصائص يمكن توضيحها فيما يلي:

أولاً: أشكال التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية أكثر من نوع بناء على العلاقة بين أطرافها الرئيسية وهي (شركة أو وحدة أعمال Business، ومستهلك Customer، وإدارة محلية أو حكومية Administration، و يتضح ذلك من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (1-4): مختلف أنماط التجارة الإلكترونية



المصدر: رأفت عبد العزيز غنيم ، دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية.

www.ituarabic.org/e-business/presentation%5doc12-las.doc

1- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال (B2B : Business to Business) : هي تجارة تتم بين مؤسسات الأعمال باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير والدفع، ويعد هذا الشكل أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً في الوقت الحالي داخل الدول أو بين الدول باستخدام تبادل الوثائق إلكترونياً ، ويبلغ حجم هذه التجارة حوالي 80 % من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية حالياً¹.

و تشمل كافة الأنشطة التجارية التي تتم بين المنشآت و بعضها البعض سواء في مجال الإنتاج أو توريد المواد الخام أو الآلات و المعدات و السلع الوسطية و النقل و التوزيع...الخ.

¹ عبد الحميد بسبوني، مرجع سبق ذكره ، ص: 24 .

هي تجارة يقتصر التعامل فيها على شركة أو مؤسسة مع مورديها أو زبائن محددين من خلال احتياطات أمان تتمثل في كلمات سر للولوج و عناوين ويب خاصة لا تنتشر أو عن طريق شفرة معاملات إلكترونية موثقة تضمن خصوصية المعلومات و منع التلاعب. و يقدر أن التجارة بين المنشآت و بعضها البعض تمثل حوالي عشرة أمثال التبادل بين منشآت الأعمال و المستهلكين. هدف المؤسسة في هذه الحالة هو إيجاد العدد الأمثل من الزوار بدل العدد الأكبر أي نوعية الزوار أهم من عددهم، كما ينتج هذا التبادل عن طريق تدفق المعلومات عبر شبكة الانترنت من المنتج البائع باتجاه الزبائن¹.

2- التعامل بين الشركة أو المؤسسة التجارية و المستهلك (B2C : Business to Consumer)
وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم فيه التعامل من بيع و شراء بين المؤسسات التجارية والأفراد أو المستهلكين، وتشمل هذه السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين عبر شبكة الإنترنت. ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الإنترنت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلاً ثم بعد ذلك يحصل على السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجاً رقمياً أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم إلكترونياً.

وبالرغم أن هذا المجال من التجارة الإلكترونية لا يزال محدوداً مقارنة بالتجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال التجارية (B2B)، إلا أن الاهتمام والخطط الإستراتيجية للشركات التجارية تتجه نحو الاستفادة من قطاع الأفراد والمستهلكين، سيما وأن الشركات الكبيرة ذات السمعة التجارية الحسنة تستطيع أن تكسب التعامل الإلكتروني على مستوى الأفراد في كافة أنحاء العالم.

3- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و الحكومة (B2G : Business to Gouvernment)
تغطي جميع التحويلات مثل دفع الضرائب و التعاملات بين الشركات و هيئات الإدارة المحلية الحكومية ، تقوم الحكومة بعرض الإجراءات و اللوائح و الرسوم ،عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها، كما تستخدم الشركات الانترنت للتعرف على الوظائف المتاحة، و الوضع النقدي، و الأوضاع الاقتصادية². و غيرها من نماذج المعاملات على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات الاطلاع عليها بطريقة إلكترونية و تقوم بإجراء المعاملة إلكترونياً دون الحاجة للتعامل مع المكاتب الحكومية . وهذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحله الأولية في معظم الدول.

4- التجارة الإلكترونية بين المستهلك و المستهلك (C2 C :Consumer to Consumer) : حيث يكون التعامل التجاري الإلكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك و مستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض

¹ Jean jacques Rechenmann, Internet et Marketing, 2^{ème} édition , Edition d'organisation , paris, 1999-2001, p46.
² محمد صالح الخناوي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص:161.

الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد. و من أمثلة ذلك إنشاء شركة e Bay.com و شركة Oxl.com، وغيرهما، مواقع يمكن من خلالها تبادل المستهلكين لعدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة دون تدخل الوسطاء وخاصة السلع المستعملة والخدمات الشخصية، و أحيانا يشار إلى هذا النوع من المبادلات على أنه مبادلة على الأنداد (Peer-to-Peer (p2p).

5- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين و وحدات الأعمال (C2 B : Consumer to Business) يتضمن ذلك بعض الأفراد الذين يبيعون خدماتهم للمشروعات أو أولئك الذين يلجئون للمشروعات للمساعدة في بيع خدماتهم و منتجاتهم، كذا البحث عن أفضل المنتجات و المقارنة بين أسعار منتجات مختلف الشركات من خلال تصفح مواقع هذه الشركات أو مواقع الأسواق الافتراضية أو بالدخول في مزادات على الخط (on line) مباشرة .

6- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين و الإدارة المحلية (الحكومة): وهذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات و المعاملات الرسمية بين الأفراد و الحكومة. ويمكن اعتبار التعامل ما بين المؤسسات الحكومية من جهة و الأفراد و من جهة أخرى جزء من مفهوم الحكومة الإلكترونية (Electronic Government). بد هذا الجزء يتطور و يتسع في الآونة الأخيرة ، و يتضمن قيام المستهلك باستخدام الانترنت لسداد الضرائب أو التقدم لشغل وظائف معلن عنها في مواقع الحكومة على شبكة الانترنت.

7- التعامل بين الأجهزة الحكومية (G2G : Government to Government) : و تشمل تبادل المعلومات و التنسيق بين الأجهزة الحكومية، كما يمكنها أن تشمل أعمالا تجارية كأن تنقل هيئة السكك الحديدية سلعا لحساب إحدى الوزارات¹.

8- التعامل بين الأجهزة الحكومية و الشركات (G2B : Gouvernment to Business) : حيث تستخدم الأجهزة الحكومية الانترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات و استقبالها منها، كالمعلومات الخاصة بالجمارك و بالضرائب... الخ .

9- التعامل بين الأجهزة الحكومية و المستهلكين (G2C) : و ذلك لتبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك أو لتقديم خدمات تعليمية أو ثقافية من الحكومة إلى المستهلكين أو لبيع المعلومات للباحثين أو للإعلان عن وظائف و ذلك من خلال مواقع الحكومة على شبكة الانترنت، و الملاحظ أن الأنواع الثلاثة السابقة من التعاملات يغلب عليها طابع تبادل المعلومات و يقل فيها بدرجة ملحوظة الطابع التجاري.

10- التجارة الإلكترونية غير التجارية (Non business EC) : الكثير من الشركات غير الربحية مثل المؤسسات الدينية و الاجتماعية و الوكالات الحكومية و المعاهد العلمية و الخيرية ، و التي لا تستهدف الربح

¹ أحمد حمد الله السمان، مرجع سبق ذكره، ص: 12.

أساسا تستعمل أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية في أداء أعمالها قصد تحسين عملياتها وخدماتها للمستهلكين وتقليل مصاريفها ورفع الكفاءة والأداء¹.

11- التجارة الإلكترونية داخل المنظمة نفسها (Inter Business EC): تتم هذه المعاملات عبر شبكة الإنترنت أو الأكسترنات، أو أية أنماط أخرى من الشبكات الإلكترونية². وتدخل ضمن هذه الفئة كل الأنشطة الداخلية التي يتم أدائها عبر الإنترنت والتي تتضمن تبادل السلع والخدمات والمعلومات، ويتضمن ذلك أنشطة تتراوح بين بيع منتجات الشركة للموظفين، إلى التدريب عبر الشبكة فضلا عن أنشطة تخفيض التكلفة. تشمل هذه النوعية ما يطلق عليه (Inter organisationnel information System :IOS) والتي تتضمن تدفق المعلومات بين منطمتين أو داخل نفس المنظمة.

ثانيا: خصائص التجارة الإلكترونية

تختلف التجارة الإلكترونية في الواقع عن التجارة التقليدية في طبيعتها وآلياتها وأساسياتها ولعل هذا الاختلاف والتفاوت يعود على أنها تجسد في الواقع اقتصادا جديدا يعتمد هذا الإنتاج كثيف المعلومات والمعرفة وعلى التكنولوجيا المتطورة والتزاوج ما بين التكنولوجيا والمعلومات، لدرجة أن ظهرت إلى الوجود سلع وخدمات لم تكن معروفة منذ عقد أو عقدين.

كما أن هذه التطورات وغيرها تعمل على إعادة هيكلة الاقتصاديات على المستوى الوطني، بل وكذلك على المستوى العالمي في إطار من تحرير التجارة العالمية في ظل منظمة التجارة العالمية.

ومن أهم خصائص التجارة الإلكترونية نجد أنها:

- تتسم بالتطور والنمو السريع، ومن ثم يزداد نصيبها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي ويسهم تطور الإنترنت إسهاما فعالا في هذا الصدد لاعتماد هذه التجارة عليه؛
- تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة، أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات ومن ثم فهي تختزل عنصر الزمن؛
- تتسم التجارة الإلكترونية بالتعامل المباشر بين المتعاملين على شبكة الاتصالات الدولية دون الحاجة إلى طرف ثالث يسير إجراءات التلاقي بين الإدارتين؛
- تتسم التجارة الإلكترونية بأنها تتبع فرصة كبيرة للتعامل في مختلف الأسواق في الشرق والغرب على مدار أربع وعشرين ساعة، ورغم فروق التوقيت الكبيرة، وبمثل هذا تيسيرا كبيرا على العاملين خاصة في الأسواق المالية؛
- التجارة الإلكترونية تجارة كونية لا تعرف الحدود وتوجد في كل مكان؛

¹ نزار النعسان، "مساهمة التجارة الإلكترونية في زيادة القدرة التنافسية وتخفيض التكاليف"، الجزء 1، موقع الكتروني سبق ذكره.

² محمد صالح الخناوي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 162.

- وسيلة رخيصة جدا.¹

كما يبرز توفيق محمد عبد المحسن الخصائص التالية للتجارة الإلكترونية فيما يلي:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء العمليات التجارية بين الشركات بعضها البعض، وبعض الشركات وعملائها؛
- تهدف إلى رفع الكفاءة وتحقيق الفاعلية في التعامل؛
- تتعدى الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية بين الدول؛
- التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد، حيث انعدام العلاقة المباشرة لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الاتصالات؛

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

- التفاعل المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات، حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد على موقع واحد أو إرسال شخص نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستفيدين في آن واحد.
- إضافة إلى إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية لتجارية دون تدخل بشري و أقل تكلفة² له إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن القيام بالتسليم.²

المطلب الرابع: مزايا التجارة الإلكترونية و عيوبها

كثيرة هي الدراسات التي تناولت فوائد و أهمية التجارة الإلكترونية و أهمية اللجوء إليها و اعتمادها نمطا من أنماط النشاط التجاري في عصر المعلوماتية، و لذلك سوف نستعرض المزايا المتحققة من التجارة الإلكترونية، كما سنبين بعض السلبيات التي ترافق أو تؤخر العمل بالتجارة الإلكترونية.

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

يمكن عرض مزايا التجارة الإلكترونية كما يلي:³

- تؤدي التجارة الإلكترونية إلى توسيع أسواق الشركة على المستوى المحلي والعالمي؛
- تؤدي التجارة الإلكترونية إلى تخفيض تكاليف خلق وتشغيل وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات؛
- تؤدي التجارة الإلكترونية إلى تخفيض تكاليف الاتصالات؛

¹ السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص: 39.38.

² رأفت رضوان، "عالم التجارة الإلكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص: 17.

³ محمد سمير أحمد، "التسويق الإلكتروني"، مرجع سبق ذكره، ص: 131.132.

- تمكن التجارة الإلكترونية من زيادة التفاعل مع العملاء؛
 - تؤدي التجارة الإلكترونية على تخفيض الوقت من لحظة الاتفاق والحصول على المنتجات والخدمات .
 - إضافة إلى المزايا التي تحققها للمستهلكين وأهمها:
 - تمكن التجارة الإلكترونية المستهلكين من التسوق على مدار اليوم وفي كل يوم على مدار العام ومن أي موقع في العالم؛
 - توفر التجارة الإلكترونية للمستهلكين المزيد من الاختيارات فيمكنهم الاختيار بين العديد من البائعين ومن بين تشكيلة كبيرة من المنتجات؛
 - تمكن التجارة الإلكترونية من المشاركة في المزادات الافتراضية؛
 - تمكن التجارة الإلكترونية العملاء من التفاعل مع العملاء آخرين في المجتمعات الإلكترونية والقدرة على تبادل الأفكار والتجارب المختلفة.
- ويمكننا بإيجاز عرض أبرز مزايا التجارة الإلكترونية المستقاة من خلاصات الدراسات والتقارير كالتالي:¹
- إيجاد وسائل إنجاز توافق عصر المعلومات : من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري ،كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال وفي كلا الميدانين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات السوق.
 - تساهم التجارة الإلكترونية في حل بعض المشكلات مثل ازدحام المواصلات مثلاً، حيث تحولت كبريات الشركات التي سارعت ببداية نشاطها الإلكتروني مبكراً جزءاً كبيراً من أنشطتها على أنشطة منزلية يقوم فيها الموظف ببداية عمله صباحاً عن طريق اتصال حاسب الشخصي بالمتزل بشبكة الشركة والقيام بكل ما هو موكول له من مهام الكترونياً عبر ،ثم تعليق الحاسب في موعد نهاية عمله؛
 - توافر سجل الكتروني لأنشطة الشركة :تتيح التجارة الإلكترونية للشركة ميزة وجود سجل الكتروني لكل عمليات الشركة من بيع وشراء وأسماء العملاء على نحو دقيق لا يحتمل الخطأ وذلك لأنه يعتمد على تقنية التسجيل بالكمبيوتر مما يوفر تكلفة ووقت وجهد الاستعانة بالأنشطة الورقية مما تتطلبه من استهلاك للمواد ووجود عدد كبير من العاملين والاحتمال الأكبر للخطأ في تسجيل البيانات؛
 - تتيح للفرد التعامل مع العالم أجمع بسرعة بعد أتم حويلته تقنيات الاتصال المتقدمة إلى مجرد قرية صغيرة، وبالتالي فإن متابعة الأسواق والأسعار العالمية أصبحت أسهل وأسرع ،وهي عوامل تساعد على رواج ونجاح التجارة²؛

¹ محمد تقوروت، مرجع سبق ذكره، ص:68.

² أكرم عبد الوهاب،"التجارة الإلكترونية"، القاهرة، مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر، 2004، ص:49.

- التجارة الإلكترونية تزيل قيود المسافات والوقوع الجغرافي، كما تعمل بصفة أساسية على التحسين العام لمستوى حياة المؤسسة¹؛
 - تحقيق ما يسمى بديمقراطية التسوق ، أي أن الفرص تكون متاحة ونفس القدر أمام الشركات الكبرى والصغرى على حد سواء.
- كما يؤثر هذا النمط الجديد للتجارة بدرجة كبيرة على مفهوم التجارة الإلكترونية باعتبارها انتقالاً للسلع والمنتجات من سوق لآخر وضرورة انتقال البائع لعرض هذه السلع على المشتري ، حيث يمكن اختصار الوقت والجهد في تسويق السلع في عدد من الأسواق المختلفة في نفس الوقت ، مع القدرة على إبرام الصفقات التجارية والمالية دون الحاجة للانتقال من مكان لآخر ، ومن ثم خفض تكاليف الصفقات التجارية بدرجة كبيرة مما يسمح للشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاستفادة من أساليب التجارة الإلكترونية لتوسيع حجم السوق المتاح أمام منتجاتها².

ثانياً: عيوب التجارة الإلكترونية:

- بالرغم من الأهمية الكبيرة التي تعنى بها التجارة الإلكترونية ورغم ميزاتها إلا أنها لا تخلو من العيوب والمشاكل المختلفة التي تتعلق بها، والتي يمكن توضيحها في النقاط التالية:
- الانتقال من التعامل الورقي الإلكتروني دون تهيئة بيئة قانونية بكوادرها البشرية لتحقيق المعاملات التجارية الإلكترونية بشكل أكثر يقيناً وأماناً من شأنه أن يهدد حقوق المتعاملين في هذه التجارة ويقلل فرص الاستفادة من استخدام التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال؛
 - كذلك عدم تمكن المستهلك من رؤية السلع رؤى العين قبل شرائها كذلك تكون تجربة السلع غير متاحة عبر الانترنت بالإضافة إلى أنه من الممكن شراء سلع غير مصرح ببيعها؛
 - عدم وجود نظام قانوني دولي يحكم التجارة الدولية عبر شبكة الانترنت ، ومن ثم ظهرت الحاجة على ضرورة تهيئة بيئة قانونية للانتقال الفعال من التعامل الورقي إلى التعامل الإلكتروني³؛
 - التغيير المستمر والسريع في البرمجيات :على نحو مستمر تتغير البرمجيات المستخدمة في إدارة مواقع التجارة الإلكترونية مما يتطلب عملية تحديث مستمرة تتطلب تكلفة باهظة في بعض الأحيان ،عدم توافق بعض برامج التجارة الإلكترونية مع بعض تطبيقات البيانات لأن هناك تقدماً وابتكاراً مستمراً في تطبيقات البيانات فإن بعض هذه التطبيقات لا تتوافق مع البرمجيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية الأمر الذي يؤدي إلى عدم الاستفادة من هذه التطبيقات.

¹ James T. Perry et Gary P. Schneider. Traduit et adapté par Bernard Turgeon et Valérie Turgeon, e-commerce, Les éditions REYNALD GOULET INC. Maisonneuve et Larose, 2000, p.16.

² إعداد قسم البحوث، شؤون خليجية، "التجارة الإلكترونية... وواقع العالم العربي"، ديسمبر، 1999، ص: 68.

³ البنك الأهلي المصري، "التجارة الإلكترونية تطورها ومستقبلها"، النشرة الاقتصادية لإدارة البحوث، العدد الثاني، المجلد الخامس والخمسون، 2002، ص: 12.

كما أن هناك إمكانية تعطل مواقع التجارة الإلكترونية وعجز القوانين الحالية عن ملاحقة القراصنة والحاجة على تشريعات جديدة.

كما يضيف منير أحمد فهمي المخاطر التالية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة لتقليدية في أن الأولى تتم بوسائل إلكترونية حديثة، عبر شبكة المعلومات العالمية انترنت وبسرعة فائقة، بحيث تتم عملية البيع والشراء خلال دقائق معدودة، ودون رقابة فعالة، بينما التجارة التقليدية تعتمد على العقود والأوراق والمستندات، وبالتالي يمكن رقبته والتحكم فيها من أطراف العقود ومن البنوك، وأحياناً تشترك في هذه الرقابة شركات المعاينة البرية والبحرية والجوية للتحقق من سالمة البضاعة ومطابقتها للمواصفات وبالتالي فإن فرص الغش في التجارة العادية أقل من التجارة الإلكترونية وكذا استعمال الانترنت في الغش ببيع البضائع المقلدة¹؛

- عدم وجود حق الرجوع، بأن تدرج الشركة في موقعها الإلكتروني قانون المعاملات الإلكترونية، فتشترط على العميل الموافقة على شروط البيع قبل إتمام عملية البيع والشراء ومن بين تلك الشروط نجد "عدم وجود حق الرجوع"²؛

- تؤثر على ميزانية الدولة: تسهل التجارة الإلكترونية فرص التهرب من دفع الضرائب المستحقة للدولة؛ لسهولة وسرعة تحويل الأموال وشراء السلع خلال دقائق؛

- عدم وجود أدلة إثبات عصرية متطورة تتلاءم مع هذا النشاط الاقتصادي الحديث الذي يتم في محيط الإلكترونيات وشبكات الاتصال، خصوصاً مع غياب المستند الورقي، الموقع بخط اليد يجعل من الصعوبة التمييز بين الرسالة الأصلية والنسخة وبالتالي يزيد من إمكانية تحوير الرسالة الإلكترونية بسهولة دون اكتشاف ذلك مما يؤدي إلى تزايد المخاطر على الحقوق والمصالح.

-عدم وجود حيز حجمي كاف للاتصالات السلكية واللاسلكية على الرغم من اتساع شبكة الانترنت وتشعبها فإنها لا تزال تفتقر على الحيز الكافي للاتصالات على نحو يتناسب مع الكم الهائل في الأنشطة التجارية التي تتم من خلالها.

¹ محمد تقوروت؛ مرجع سبق ذكره، ص:72.

² أحمد محمد أبو القاسم، "التسويق عبر الإنترنت"، طبعة 1، ندار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص:81.

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية و آثارها الاقتصادية

شاع استخدام التجارة الإلكترونية في كثير من الدول، و لتبني هذا النشاط في أي دولة و جب توفر مجموعة من المقومات الأساسية من بنية تحتية و قوانين و تشريعات و بيئة ملائمة، إضافة إلى أن اعتماد التجارة الإلكترونية يولد مجموعة من الآثار الاقتصادية ما جعلها تعرف نموا مذهلا و متباينا زمنيا و جغرافيا

المطلب الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية وأساليب قياسها

إن تطبيق التجارة الإلكترونية في أي دولة يستلزم الإلمام بمجموعة من المتطلبات اللازمة لارساءها، كما أن قياسها يمثل احد التحديات الهامة المصاحبة لها، و فيما يلي عرض لمتطلبات التجارة الإلكترونية و أساليب قياسها.

أولاً: متطلبات التجارة الإلكترونية

يتطلب انتشار التجارة الإلكترونية في أي مجتمع توفر البيئة المناسبة لها وكذا المتطلبات اللازمة لتحقيقها. وفي ما يلي سوف يتم عرض بإيجاز لهذه المتطلبات وفقاً للتقسيم التالي:

1- **البنية التحتية الإلكترونية:** يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات أي البنية الداعمة للتجارة الإلكترونية، والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الفاكس، الهاتف، الإنترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري. فهذه البنية التحتية توفر البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية وتساعد على انتشار استخدام الإنترنت الذي يعتبر القناة الإلكترونية أو السوق الإلكتروني الذي من خلاله تتم المعاملات والمبادلات التجارية¹.

2- **التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:** وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التوقيعات الإلكترونية التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في نفس الدولة أو في دول مختلفة².

و بما أن إبرام العقد يتم على شبكة الإنترنت، فإنه من أولى المشكلات التي تثار في هذا الصدد مدى صحة هذه المحررات والعقود التي لا تتضمن توقيعاً مادياً عليها من قبل أطرافها. وأمام هذا فإن قبول القضاء للتعاقبات الإلكترونية يتطلب إقرار أدلة العقود الإلكترونية، المراسلات الإلكترونية، التوقيعات الإلكترونية وموثوقيتها كبنية في المنازعات القضائية.

¹ MarcBacchetta,PatrickLow ,electronic commerce and the rol of WTO, p, 19

² عابد بن عابد العبدلي،"التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع-التحديات-الآمال"، مقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص: 13.

لقد عملت الدول المتقدمة على وضع قواعد وتشريعات تقضي بأن التوقيع الرقمي دليل إثبات، كما أجاز بعضها عمليات التشفير التي تكفل حماية التوقيع من الالتقاط غير المصرح به.¹

3- توفر الكوادر البشرية: يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الإنترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الإلكتروني أي المجتمع قادر ولديه الرغبة في ممارسة التجارة الإلكترونية، والذي يتأتى من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية التي تعطي للمجتمع معرفة وثقافة تكنولوجية.²

4- الضرائب: انسجاماً مع تحرير التجارة والخدمات المتعلقة بالأنشطة التقليدية، تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية. وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباع، إضافة إلى غياب آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية. ومع أنه كان الاهتمام في السابق مركز على كافة الأوعية الضريبية والتي تخص التجارة التقليدية، إلا أنه لا توجد المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصاً التكنولوجية منها في معظم الدول مما يجعل الأنظمة الضريبية الآن غير مهيأة لاستقبال ومتابعة عمليات التجارة الإلكترونية سواء على المستوى الفني أو التكنولوجي.³

ثانياً: أساليب قياس التجارة الإلكترونية

يعتبر قياس التجارة الإلكترونية ذو أهمية كبيرة بالنسبة لكل من صانعي السياسات الاقتصادية على مستوى الحكومات ومتخذي قرارات الاستثمار على مستوى أصحاب الأعمال والقطاعات الخاصة، كما أن قياسها يمثل أحد التحديات المصاحبة لها. فضلاً عن ذلك، فإن قياس التجارة الإلكترونية يشكل تحدياً فنياً على مستوى مصالح ومراكز الإحصاءات المعنية بقياس وتقدير حجم التجارة الإلكترونية بسبب سرعة نموها والتطور التكنولوجي المصاحب لها وتحولها إلى كيان مهم في الآلاف من المشروعات التجارية حول العالم، إضافة إلى العوامل المتعلقة بتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية نشير إلى أن الدول والقطاعات الخاصة تسعى لإيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور التجارة الإلكترونية بهدف قياس أثرها على القطاعات الاقتصادية وقياس نموها ومقارنتها بين مختلف الدول.

في ما يلي نذكر بعض الأساليب المتبعة في قياس حجم التجارة الإلكترونية والتي جاءت في دراسة حول التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، وهي:⁴

¹ لطيف زيود وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:7.

² عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص:14.

³ لطيف زيود وآخرون، نفس المرجع، ص:8.

⁴ عابد بن عابد العبدلي، مرجع سابق، ص: 12، 11.

- 1- جمع البيانات الرقمية المتعلقة باستخدام تقنية المعلومات والاتصال والإنترنت: ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيل البيانات من مصادر مختلفة إضافة إلى توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه البيانات.
 - 2- جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية: مثل الإحصاءات المتعلقة بمؤشر الاستعداد الإلكتروني والمتمثلة في حصر المؤسسات التي لديها أجهزة الحاسب الآلي وإمكانية استخدامها للإنترنت، والإحصاءات المتعلقة بمؤشر الكثافة والتي مثل حجم المعاملات الإلكترونية. وهذا الأسلوب يتناسب مع الكثير من البلدان النامية والتي في المراحل الأولى من استخدام الإنترنت.
 - 3- إجراء المسح الميداني على مستوى المؤسسات التجارية: وذلك لمعرفة حجم أنشطتها عبر شبكة الإنترنت، بحيث يكون المسح سنوي أو ربع سنوي حتى يغطي الأنشطة المتجددة عبر الإنترنت.
 - 4- إجراء المسح الميداني على مستوى قطاع المستهلكين: لمعرفة مدى توفر الحاسب الآلي لدى الأفراد والأسر وإمكانية الدخول إلى الإنترنت إضافة إلى حجم إنفاقهم على التجارة الإلكترونية.
- قدمت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إطار لقياس التجارة الإلكترونية معرف بثلاث مؤشرات: الاستعداد، الكثافة والتأثير. مستند على صناعات السياسات وحاجات المستعملين الأخرى،
- مؤشرات الاستعداد: تتعلق هذه المؤشرات بمدى استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى توافر المؤهلات للقيام بذلك، كالبني التحتية التكنولوجية ومدى توفر الأدوات والمعدات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات. وعلى الرغم من هذا فإن بعضها يعتبر ذو مغزى في توضيح تقدم التجارة الإلكترونية.
- مؤشرات الكثافة: تقيس طبيعة وحجم ونمو صفقات التجارة الإلكترونية، اعتمدت مؤشرات الكثافة بكثرة مؤخراً وهذا بسبب نمو التجارة الإلكترونية (الذي يسمح مستوى بالدخول في تحليل أعمق) المقترحة بالوثائق الإحصائية والمحددة حسب البلد، وتتضمن سمات التحليل التالية:
- التردد والتكرار للشراء/المبيعات؛
 - مرحلة الصفقة في أي تجارة إلكترونية مستعملة (جمع المعلومات، الطلب، الدفع، التسليم إلخ)؛
 - المتعاملون ولحاحات عن مسار حياتهم (منظمات أعمال، مستهلكون، أجهزة حكومية)؛
 - المنتجات والخدمات المتضمنة (بالانتباه المعين إلى الاختلافات بين السلع المادية وغير المادية)؛
 - مجال الصفقة: محلي، دولي، حضري أو ريفي.
- مؤشرات التأثير: تقيس تأثير التجارة الإلكترونية الاقتصادي والاجتماعي ذو العلاقة الفعالة وهذا صعب جداً ليس فقط بسبب تطور هذه الظاهرة، لكن أيضاً يرجع إلى ابتكار أساليب لقياس التأثيرات المحتملة سواء على المستوى الجزئي أو مستوى الكلي، علاوة على ذلك، فإن العلاقة السببية بين تجارة التجارة الإلكترونية والتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية ليست بالبسيطة، إضافة إلى قلت البيانات المتعلقة بهذا المؤشر.

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

قبل قرن من الزمن كانت الزراعة والمجتمع الزراعي هي المسيطر والمهيمن على الاقتصاد، وبعدها ظهرت الصناعة وأصبحت هي القوة الاقتصادية المهيمنة. أما الآن ومع ظهور تقنية المعلوماتية أصبحت المعلومات هي الاقتصاد بعينه والمجتمع المعلوماتي هو القوة الاقتصادية القادمة لدول العالم، وبالتالي تحول الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات. ومع دخول وسائل الاتصال الجديدة مثل الإنترنت وتطبيق التجارة الإلكترونية من خلال هذه الأخيرة، أصبحت تلعب دوراً مهماً من خلال الآثار والفوائد الناتجة عن تطبيقها وهذا سواء على مستوى الأفراد (المستهلكين)، قطاع الأعمال أو على مستوى الاقتصاد ككل.¹ وفيما يلي سيتم التطرق إلى أهم الآثار الإيجابية المنتظرة من تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والتي أوضحت القوة الدافعة للاقتصاد الجديد في ثلاث مجموعات رئيسية كالتالي:

أولاً: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين

نظراً للنمو الكبير لاستخدام الإنترنت والتطور السريع لهذه الأخيرة فإنه يصعب تحديد التأثيرات المتوقعة للتجارة الإلكترونية، ويعتبر الدخول اليسير للمنتجين والمستهلكين إلى الأسواق العالمية من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية. بحيث أن كل شخص يمكنه أن يكون تاجرًا على الإنترنت، علاوةً على ذلك فإن أي شخص متصل بالإنترنت بواسطة حاسوب ولديه بطاقة ائتمان يمكنه أن يصبح مستهلكًا عالميًا.² تساهم التجارة الإلكترونية في العديد من المزايا التي يمكن أن يستفيد منها المستهلكين بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- سرعة وسهولة التسوق، حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الإنترنت، على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت، فكل مستهلك إلكتروني ما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع الإلكترونية المفتوحة عبر الإنترنت.³

- كما تساعد التجارة الإلكترونية على فهم احتياجات العملاء وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع، وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية، علماً أن تزايد عدد العملاء يقابله مساحة أكبر في أسواق الموردين.

¹ صلاح الثبيتي، ثورة المعلومات وأسباب تأخرها في الدول العربية، متاح على الموقع، www.c4arab.com تاريخ الإطلاع: 2011-02-11

² باسل بن محمد الجبر، التجارة الإلكترونية: منطقة تجارة عالمية من خلال الإنترنت، متاح على:

www.commerce.gov.sa/ecommerce/art1.asp، تاريخ الإطلاع: 2011-02-12.

³ عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص: 17.

- تخلق التجارة الإلكترونية حافز كبير لزيادة القدرة التنافسية، وتحفز المهتمين بالأبحاث لإيجاد وسائل وأساليب متطورة لاستخدام القوائم والشيكات الإلكترونية، إضافة إلى تحسين الدرجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء.¹

- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات، حيث تعدد وتنوع المنتجات وزيادة مختلف أنواع المحلات تعمل على تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات وذلك من خلال البحث على المنتج الأقل سعر والأفضل جودة، وهذا بمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك من الاختيار الأفضل، مقارنة بالتجارة التقليدية، إضافة إلى ذلك، يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالتجارة التقليدية، لأن التجارة الإلكترونية توفر الكثير من التكاليف المنفقة على التسوق التقليدي الذي يتطلب زيارة كل المواقع الجغرافية لمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات²، أما حصول المستهلكين على المنتجات المطلوبة إلكترونياً فإنه يمتاز بالسرعة، خاصة إذا كانت المنتجات خدمية أو قابلة للتحويل إلى منتجات رقمية مثل الكتب، الأبحاث، المحلات وبرامج الحاسب الآلي وغيرها. بحيث يتم الحصول عليها بعد ثوان من إتمام عملية الشراء. وفي ما يخص المنتجات غير الرقمية فإن الحصول عليها أسرع من الطلب بالطريقة التقليدية، لأن كافة الإجراءات المتعلقة بالطلب تتم بسرعة وسهولة بينما يستغرق الأمر أسابيع وربما أشهر إذا تم الطلب بالطريقة التقليدية.

- سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين، حيث تتيح الإنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، مما يوفر البيانات والمعلومات لدى أفراد المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، أي يرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي، في حين قد يتعذر هذا أو يتطلب وقت وجهد أطول في عالم التجارة التقليدية.

ثانياً: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال

تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- **توسيع نطاق التسوق:** حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان يتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمكن المستهلكين للاختيار من بين المنتجات

¹ لطيف زيود وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:6.

² الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، "التجارة الإلكترونية"، متاح على www.c4arab.com/showc.php،

تاريخ الإطلاع: 12-03-2011.

المعروضة، من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية الدخول اليسير والفعال للأسواق المحلية و الدولية لمؤسسات الأعمال، مما يمكن أي فرد أن يكون تاجر على الإنترنت وبتكاليف منخفضة.¹

2- **تخفيض التكاليف:** حيث في هذا الصدد هناك العديد من الوفورات الممكن تحقيقها من وراء استخدام التجارة الإلكترونية، ويتمثل أهمها في:

- تخفيض التكاليف الإدارية و شحن وإعلان وكذلك معلومات التصميم والتصنيع، إضافة إلى خفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية؛
- انخفاض تكاليف الفحص وإعادة تصحيح البيانات الخاطئة؛
- انخفاض تكلفة العمالة المتعلقة بتشغيل البيانات، نتيجة الاعتماد على عدد أقل من العاملين بالمقارنة بالعدد المطلوب في حالة التشغيل اليدوي للبيانات؛
- انخفاض تكلفة الاحتفاظ بالأموال السائلة، إذ أن عملية السداد والتحويل تتم بسرعة نتيجة لاعتمادها التحويل الإلكتروني للنقد؛
- تخفيض تكاليف الاتصال: إذ أن تكلفة الاتصال من خلال البريد الإلكتروني تكون أقل بكثير في حالة التلفون أو الفاكس²؛

3- **تخفيض تكاليف التخزين:** حيث أنه في ظل التسويق الإلكتروني يتم الاعتماد على نظم السحب التي تبدأ من خلال معرفة رغبة المستهلك ومتطلباته، ثم استخدام أسلوب الإنتاج في الوقت المحدد وبالتالي تخفيض المخزون إلى أقل حد ممكن.

4- **تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق:** تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين، أي تتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري مما يحسن مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجيتها في الأسواق وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق الأمر الذي يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية.³ والواقع أن الإنترنت أداة من أدوات تحقيق المساواة مما يؤثر على جميع قطاعات الأعمال، حيث أن شمولية الإنترنت جعلت المعلومات تتوافر لجميع المشاركين عبر الشبكة. وهذا الأمر من شأنه قطع الطريق أمام الذين يسعون إلى احتكار الأعمال والتسهيلات، أو إلى فرض تعريفات باهظة على الأعمال والخدمات التي يريدونها.⁴

¹ عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

² أسامة ربيع أمين سليمان، ص ص: 8.7.

³ عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

⁴ أنطوان بطرس، "التجارة الإلكترونية"، الكتاب الأربعون، العربي، 2000، ص: 189

5- زيادة الاتجاه نحو التخصص في مجال الأعمال:¹ مع نمو التجارة الإلكترونية ظهرت الشركات المتخصصة، والتي تتعامل في بعض المنتجات دون غيرها - تخصص بعض الشركات في صناعة لعب الأطفال - وبذلك يمكن تلبية رغبة أكبر قدر ممكن من رغبات واحتياجات العملاء.

6- تحسين خدمة العملاء: تساهم التجارة الإلكترونية في تحسين خدمة العملاء من خلال:

- سرعة الاستجابة لرغبات العملاء؛
- سرعة الرد على استفساراتهم؛
- تحسين العلاقة مع العملاء.

و مما لا شك فيه أن هذا سوف ينعكس على ولاء المستهلك للعلامة التجارية للمنشأة الاقتصادية وما تقدمه من سلع وخدمات.

المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية

قبل الخوض في التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية سيتم عرض الحقائق التاريخية لعلاقة تقنية المعلومات بالنظام القانوني، حيث نجد أن تقنية المعلومات خضعت منذ السبعينات لموجات متعاقبة من التشريع القانوني في مختلف فروع القانون وبدأ قانون تقنية المعلومات في الظهور مع شيوع استخدام الكمبيوتر وانخفاض تكلفته.

يعتبر أول تحدي قانوني لتقنية المعلومات هو إساءة الاستخدام على نحو يضر بمصالح الأفراد والمؤسسات في حقين، الأول وهو المسؤولية عن المساس بالأفراد والمؤسسات عند إساءة التعامل مع بياناتهم الشخصية

المخزنة في نظم الكمبيوتر على نحو يمس أسرارهم وحقهم في الخصوصية، والثاني هو المسؤولية عن الأفعال التي تمس أو تعتدي على أموال الأفراد ومصالحهم وعلى حقهم في المعلومات ذات القيمة الاقتصادية. إذن الحقيقة الأولى، أن ولادة قانون الكمبيوتر ارتبط بالبحث في المسؤولية عن أنشطة تتصل بالمعلومات ونظمها وتحديداً في الحقل الجزائي، أما الحقيقة الثانية هي أن الخصوصية وحماية البيانات تمثل الحقل الأول من حقول قانون الكمبيوتر من حيث الاهتمام التنظيمي الدولي والتي ترافقت مع الحديث حول جرائم الكمبيوتر وكما يظهر من تواريخ انطلاق التشريعات الوطنية فإنهما سارا معا من حيث التدابير التشريعية الوطنية مع أسبقية لتشريعات الخصوصية طبعا مع موجة تشريعات الحماية القانونية للبرمجيات، في حين الحقيقة الثالثة أن أكثر تشريعات قانون الكمبيوتر نضجا ووضوحا في أغراضها هي القوانين أو التدابير التشريعية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية لبرامج الكمبيوتر (وفيما بعد قواعد البيانات والدوائر المتكاملة) ويتصور أن تحقق هذه التشريعات أيضا حماية أوسع في السنوات القادمة في حقل أسماء مواقع الإنترنت والمحتوى الرقمي لمواقع الإنترنت.²

¹ أسامة ربيع أمين سليمان، مرجع سبق ذكره، ص: 9.

² يونس عرب، "قانون تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية"، مجموعة عرب للقانون، عمان، 2004، ص: 12.11.

ومن المفيد القول أن الانطلاقة الحقيقية لموجة تشريعات الخصوصية كانت في مطلع السبعينيات، وعلى امتداد الثمانينيات والتسعينيات شهدت انطلاقة الموجة الثانية والمتمثلة في قوانين جرائم الكمبيوتر، كما شهدت الثمانينيات أيضاً انطلاقة موجة ثالثة من التشريعات المتصلة بالكمبيوتر وهي موجة تشريعات حماية البرمجيات التي تمثل المصنف الأهم من بين المصنفات الرقمية ذات الصلة بالكمبيوتر¹.

إضافة إلى الحقوق القانونية الثلاث السابقة الذكر (ثلاث موجات تشريعية: تشريعات الخصوصية، قوانين جرائم الكمبيوتر، تشريعات حماية برامج الكمبيوتر أو الملكية الفكرية)، ثم حقل رابع يعتبر الوعاء الذي يضمهما جميعاً وهو حقل الأعمال الإلكترونية، إلا أنه يفصل بين حقل الأعمال الإلكترونية والحقوق الثلاث حقول أخرى خلقت تغييرات جوهرية استلزمها تقنية المعلومات. فأول الحقول التي برزت عقب الحقول الثلاث المتقدمة، قواعد الإجراءات الجنائية للاستدلال والتحقيق والإثبات وإجراءات المحاكمة المتفككة مع طبيعة الاعتداءات في الدعاوي التي تتعلق بجرائم الكمبيوتر أو الاعتداء على الخصوصية وحتى في حقل قرصنة برمجيات الحاسوب المخزنة داخل النظم أو الحملة مع الأجهزة. وتبع هذا الحقل تدابير تشريعية في ثلاث حقول أخرى كان للإنترنت وشبكة المعلومات ونماء استثمارات الخدمات التقنية الدور في توجيه الاهتمام الحقيقي لها، فمع تحول الإنترنت للاستخدام التجاري الواسع ظهرت تحديات قانونية جديدة، بعضها ذو اتصال بالتحديات سابقة الذكر وأخرى أوجبتها أنماط السلوك الجديدة التي ولدت بولادة الإنترنت، كالبيع والشراء على الشبكات وأداء الخدمة عبر الإنترنت ومن بين هذه التحديات التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، كما رافقتها موجات تشريعية بدأت في حقل ما يعرف بتنظيم الأمن المعلوماتي والمعايير التقنية وتحديداً ما يتصل بتشفير البيانات التي انطلقت في عام 1990 من فرنسا تحديداً، ثم في حقل مكافحة المحتوى غير القانوني للمعلوماتية الذي انطلق عام 1996 في أمريكا. وأخيراً الحقل الأكثر إثارة للجدل والأوسع تنظيمياً، حقل الأعمال الإلكترونية والذي قد نجد تشريعات في إطاره، كالتشريعات المتعلقة بتقنيات الأعمال المصرفية أو تلك المتعلقة بحجية الإثبات للوسائل الإلكترونية، كما نشير إلى أنه سابق بسنوات عديدة للحقول سابقة الذكر² ونجد أن دولا على المستوى التشريعي كانت قد بدأت في الاهتمام بمسائل الأعمال الإلكترونية من أواخر السبعينيات وبداية الثمانينيات لكنها لم تكن ضمن التصور الشامل للتجارة الإلكترونية التي ارتبطت بأنشطة الاستثمار عبر الإنترنت.

أما من حيث الأطر الدولية العامة فإننا نجد الجهد الأساسي والمميز بين منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وهيئات أوروبا (مجلس أوروبا، المفوضية الأوروبية، إتحاد أوروبا والبرلمان الأوروبي) والأمم المتحدة، مجموعة الدول الصناعية الثمانية، الوايو، الانترنت، منظمة التجارة الدولية وغيرها من المنظمات.³

¹ يونس عرب، "الخصوصية وأمن المعلومات بواسطة الهاتف الخليوي"، إتحاد المصارف العربية، عمان، 2001، ص، 3

² يونس عرب، "قانون تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية"، مرجع سبق ذكره، ص:11.10.

³ يونس عرب، "الخصوصية وأمن المعلومات بواسطة الهاتف الخليوي"، مرجع سبق ذكره، ص:3.

بعد عرض الحقائق التاريخية لعلاقة تقنية المعلومات بالنظام القانوني سيتم التطرق للإطار القانوني للتجارة الإلكترونية، حيث أن أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور في مجملها حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، حيث أن الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ليس في مفهوم النشاط التجاري وإنما في أدوات ممارسة التجارة الإلكترونية وطبيعة العلاقات الناشئة في ظل هذه التجارة، باعتبار أن كل نشاط من أنشطة التجارة الإلكترونية يتوسطه الكمبيوتر والإنترنت أو شبكة المعلومات.

أولاً: المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية

يتطلب تحديد المشكلات القانونية التجارة الإلكترونية تصور العملية من بدايتها حتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، وتعتبر التجارة الإلكترونية في صورتها العامة طلبات سلع أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه (السلعة أو الخدمة)، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو السلعة على الخط. حيث تكون السلعة أو الخدمة المعروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو الشراء من الزبون المتصفح للموقع وعلى الخط أيضاً، وبالتالي يمثل الموقع على شبكة الإنترنت وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثنه في حالة التجارة عبر شبكة الإنترنت. وتثير هذه المرحلة (المرحلة الأولى) المشكلات والتحديات التالية:

- توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو الخدمة (السلعة)؛
- مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية موده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية)؛
- تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية المحتوى غير المشروع للخدمات والسلع المعروضة؛
- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية ومعايير حسابها ومدى اعتبارها قيد حاد ومانع من ازدهار التجارة الإلكترونية.

نشير إلى أن هذه التحديات ترافق المراحل اللاحقة من خط نشاط التجارة الإلكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتوازي مع سائر مراحل التجارة الإلكترونية. المرحلة الثانية والمتمثلة في إبرام العقد، حيث يتلاقى الإيجاب والقبول على الخط أيضاً ويتم ذلك بصور عديدة حسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع وأشهرها العقود الإلكترونية على الويب والتعاقد بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني. وبوجه عام، بتلاقي إرادة المورد مع إرادة الزبون يبرم العقد على الخط وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين:

- توثق كل طرف من صفة وشخصية ووجود الطرف الآخر (التوثق من سلامة صفة المتعاقد). ومن بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط المتعاقدين لجهة ضمان التوثق من وجود كل منهما و ضمان أن المعلومات تتبادل بينهما حقيقة؛
 - حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد.
 - المرحلة الثالثة والمتمثلة في تنفيذ المتعاقدين لالتزاماتهما، مورد الخدمة ملزم بتنفيذ الخدمة والزبون ملزم بالوفاء بالثمن، ولهذين الالتزامين تحديات هي:
 - الالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم أو تأخره إضافة إلى مشكلة اختلاف مواصفات الاتفاق، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان التجارة التقليدية؛
 - إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقة الائتمان أو تزويد رقم البطاقة على الخط، إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة أمن المعلومات المنقولة وشهادات الجهات المتوسطة لعملية الوفاء؛
 - تحديات الأنشطة الإجرامية في ميدان إساءة استخدام بطاقات الائتمان كالاستيلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع.
- ويضاف إلى هذه التحديات، تحديات يمكن وصفهما بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه وهما:

- تحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما؛
- تحدي حماية النشاط ككل من العمليات الإجرامية لمخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات أو ما يعرف عمومًا بجرائم الكمبيوتر؛
- تحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية، إذ في بيئة الإنترنت تزول الحدود والفواصل الجغرافية وتزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء فأى قضاء يحكم المنازعات وأي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الإلكترونية¹.

ثانيًا: تحديد عام للتحديات القانونية في بيئة التجارة الإلكترونية:

- أثارت التجارة الإلكترونية جملة من التحديات والمشكلات القانونية التي تطلبت وتنطلب تنظيمًا قانونيًا في جانب منها لعدم تعرض القوانين القائمة لتنظيمها أو تتطلب إعادة تقييم للقواعد القائمة لتتواءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية، وهذه التحديات القانونية هي :

¹ يوسف أبو فارة، "التجارة الإلكترونية"، ص، ص: 45، 43 متاح على: www.yausuf-abufara.net ، تاريخ الإطلاع: 2011-02-12.

- 1- **التعاقد بالطرق الإلكترونية:** حيث تواجه التجارة الإلكترونية صعوبات من حيث اعتراف القوانين التقليدية بقانونية إبرام العقود بهذه الوسائل، ومسائل الإيجاب والقبول وميعار إبرام العقد وطريقة التعبير عن الإرادة وما يتصل بذلك من مسائل تحديد زمان ومكان إبرام العقد.
- 2- **البيانات:** تثير التجارة الإلكترونية تحدي حجية وقانونية الدليل والبيئة بصيغتها الرقمية. وفي إطارها يظهر الموضوع الأهم، التوقيع الرقمية ويرتبط به موضوع التشفير ويتصل بالإثبات مسألة الموقف القانوني من الرسائل الإلكترونية باعتبار أن عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الرسائل يضعف إمكانية الاعتراف والتنظيم الكافي للتجارة الإلكترونية على نحو مكافئ للتنظيم القانوني لوثائق التجارة الورقية التقليدية. وهذه المشكلة تُؤثر على تطبيق قوانين التجارة التقليدية في بيئة التجارة الإلكترونية على نحو يتسبب في إعاقة تطوّر التجارة الإلكترونية.
- 3- **أنظمة الدفع الإلكتروني والمال الإلكتروني والبنوك الإلكترونية :** تثير التجارة الإلكترونية تحديات في حقل الوفاء بالثمن ومقابل الخدمة، وتتصل هذه التحديات بمفهوم النقود الإلكترونية، الحوالات الإلكترونية، وآليات الدفع النقدي الإلكتروني، وما يتصل بذلك من مسائل الاعتراف بهذه الوسائل وتحديد مسؤوليات الأطراف ذوي العلاقة.
- 4- **المسؤولية القانونية للجهات الوسيطة في أنشطة التجارة الإلكترونية :** مثل مسؤولية مزودي خدمة شبكة الانترنت، ومسؤولية الجهات القائمة بخدمة التسليم المادي، ومسؤولية جهات الإعلان، ومسؤولية جهات التوثيق وإصدار الشهادات.
- 5- **البنية التحتية:** وتتعلق بالتنظيم القانوني لخدمات الاتصال وتزويد خدمة الانترنت وجهات الإشراف على التجارة الإلكترونية في الدولة المزودة لحلونها وروابطها، وما يتصل بهذا التنظيم من معايير ومواصفات وقواعد قانونية ومسؤوليات قانونية.
- 6- **حماية المستهلك وتنفيذ القانون:** وذلك فيما يتعلق بنصوص التشريعات المتصلة بحقوق وحماية المستهلك أو الجمهور خاصة أن بعضها قد يفرض ويقيم معيقات على التجارة الإلكترونية.
- 7- **الملكية الفكرية:** تحديات حماية الملكية الفكرية في بيئة التجارة الإلكترونية، وتحديدًا حماية العلامات التجارية وأسماء النطاقات ومحتوى مواقع التجارة الإلكترونية من المواد المكتوبة والمرئية والمسموعة طبعًا إضافة إلى حماية برمجيات التجارة الإلكترونية وحلولها التقنية خاصة تلك التي يجري تنزيلها عن الموقع بصورة رقمية.
- 8- **مسائل أمن المعلومات:** وتتعلق بأمن مواقع التجارة الإلكترونية ونظمها ومتطلبات أمن الشبكات من مختلف صور جرائم الكمبيوتر والانترنت.
- 9- **مسائل الخصوصية:** وتتعلق بالحقوق في حماية البيانات الشخصية.

10- **الضرائب:** وتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية في بيئة التجارة الإلكترونية.

11- **الجمارك والتعريفة:** وتنظيم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة على الخط: وتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الإلكترونية.

12- **الاختصاص والولاية القضائية والقانون الواجب التطبيق:** إن التجارة الإلكترونية باعتبارها تجارة بلا حدود تثير مشكلة الاختصاص القضائي بسبب حقيقة أن القوانين الداخلية ذات نطاق إقليمي محدد بحدود الدولة المعنية، ويتصل بالاختصاص مسألة تحديد القانون الواجب الانطباق على العقد ومشكلات تنازع القوانين إلى جانب مشكلات تنفيذ قرارات القضاء والتحكيم الأجنبية¹.

¹ يونس عرب، "منازعات التجارة الإلكترونية الاختصاص والقانون الواجب تطبيقه وطرق التفاوض البديلة"، مرجع سبق ذكره، ص ص: 5,4.

خلاصة الفصل:

على ضوء ما تم التعرض إليه في هذا الفصل والذي يخص التجارة الإلكترونية، وما تضمنه من استعراض وتحليل للجوانب المختلفة لهذه الظاهرة يمكن التوصل إلى أن هناك تنامي في الاهتمام بالتجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية، كما أن بروز ظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أهم التحديات في تاريخ البشرية واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم يؤكد الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصال باعتبارها البنية التحتية اللازمة لها، إضافة إلى وجوب توفر متطلبات قيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية التكنولوجية، ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعامل عبر شبكة الإنترنت وحقوق الملكية الفكرية، علاوة على أهمية توفر الأطارات البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات.

إضافة إلى إمكانية قياس حجم التجارة الإلكترونية وذلك نظراً لما له من أهمية بالغة لصياغة السياسات الاقتصادية و اتخاذ قرارات الاستثمار.

و في الأخير يمكن التأكيد على الأثر الإيجابي للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو الاقتصاد القومي ككل.

تمهيد:

من أبرز ملامح التغيرات في عالمنا المعاصر والتي تمثل تحديات تواجه نظم الإدارة في جميع دول العالم، ظهور مجموعة من التكتلات الاقتصادية حيث تفرض أوضاعا وسياسات جديدة تؤثر علي السياسات الاقتصادية لأي دولة، أي أن أية دولة لم تعد الآن قادرة أن تعيش في عزلة وانغلاق عن دول العالم المحيط بها وخاصة بعد العمل بالاتفاقية العامة للتعريف والتجارة المعروفة باسم الجات، كما أن التوجه الآخذ بنظام الاقتصاد الحر القائم علي سياسات السوق وخضوعها لقوى العرض والطلب الذي تتحدد بناء عليهما الأسعار لجميع السلع والخدمات، والتوجه نحو التحول من الملكية العامة إلي الملكية الخاصة (الخصخصة)، وقيام الدول بإصلاح مسار الوحدات الاقتصادية وتحرير الإدارة وتشجيع القطاع الخاص لتأدية دور يكون أكثر فاعلية في مشروعات التنمية. وأيضاً التوجه نحو الاهتمام بالتفوق العلمي والتكنولوجي، واستخدام أساليب التقنية العصرية المتطورة في إدارة منظمات الأعمال إلكترونياً وتطبيق الاتجاهات الفكرية الحديثة في الإدارة، تلك هي أهم ملامح التغيرات في عالمنا المعاصر والتي تمثل التحديات التي واجهت وما زالت تواجه مجتمعنا في المستقبل، كما أن لها تأثير واضحاً علي جميع السياسات والأنشطة المختلفة بالدولة وسوف تتوقف قدرة أي دولة من الدول في مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين علي مدى تبيينها للسياسات التي تجعلها قادرة علي مواجهة التعامل مع هذه التغيرات.

وسنحاول من خلال هذا الفصل إعطاء تعريف واضح وشامل لمفهوم مناطق التجارة الحرة وإبراز الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية في ظل هذه المناطق، من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: مدخل إلى مناطق التجارة الحرة

المبحث الثاني: أهم مناطق التجارة الحرة في العالم

المبحث الثالث: واقع التجارة الالكترونية في مناطق التجارة الحرة

المبحث الأول:مدخل إلى مناطق التجارة الحرة

يصف البعض منطقة التجارة الحرة بأنها المدخل التجاري للتكامل الاقتصادي الذي يعبر بدوره عن مصالح واضحة وفورية لكافة الأطراف، ويمكن النظر إليها على أنها نقطة البداية لتحريك المدخل الإنتاجي للتكامل الذي يركز على سوق كبيرة من أجل الاستفادة من المزايا المباشرة وغير المباشرة للتكامل الاقتصادي، وفي ظل آليات السوق الحرة وباعتبار أن زيادة التجارة تعني في النهاية زيادة الإنتاج، وعادة ما يتم تحديد فترة زمنية لتنفيذ منطقة التجارة، يتم خلالها إزالة العقبات كما هو الحال في منطقة التجارة الأوروبية الحرة، وقد تبلغ 15 عامًا كما هو الحال في كتل "النافتا" NAFTA.

المطلب الأول: أساسيات حول التكامل الاقتصادي

التكامل الاقتصادي هو سمة هامة تميز النظام الاقتصادي العالمي، حيث أصبحت تتسابق الدول المتقدمة والنامية نحو إقامة تكاملات كبرى تسعى من جرائها إلى تحقيق عدة مكاسب وأهداف ضمن سياسة مشتركة وهذا منذ الفترة التي عقيت الحرب العالمية الثانية، لذا سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم مختلف التعاريف المتعلقة بالتكامل الاقتصادي وضبط بعض المفاهيم المرتبطة به، ومختلف النظريات المفسرة للتكامل كما أن له علاقة بالعديد من المفاهيم والتي سنحاول التطرق إليها من خلال هذا المبحث.

أولاً: تعريف التكامل الاقتصادي

اختلف الباحثون في تعريفهم لمصطلح التكامل الاقتصادي فنجد:

"بالاسا" يعرفه على أنه " عملية وحالة، عملية لأنه يتضمن كافة تدابير إلغاء التمييز بين الوحدات الاقتصادية المنتمية إلى الدول التي تهدف إلى التكامل، وكونه حالة لأنه يشير إلى إلغاء مختلف صور التفرقة بين الاقتصاديات القطرية"¹.

ويرى "ميردال" أن " التكامل الاقتصادي عبارة عن مجموعة إجراءات اقتصادية واجتماعية يتم بموجبها إزالة جميع الحواجز بين الوحدات المختلفة وتؤدي إلى تحقيق تكافؤ الفرص أي جميع عناصر الإنتاج ليس فقط على المستوى الدولي وإنما على المستوى الوطني أيضاً"².

أما "عبد الرحمن تيشوري" يقول عنه أنه "عملية سياسية واقتصادية مستمرة باتجاه إقامة علاقات اندماجية متكافئة لخلق مصالح اقتصادية متبادلة وتحقيق عوائد مشتركة مناسبة من خلال الاستقلال المشترك لإمكانيات وموارد الأطراف المساهمة بغية خلق مزيد من التداخل بين هياكلها الاقتصادية لصالح تعزيز تنميتها محليا وإقليميا وبلوغ درجة من الاندماج فيما بينها تصل في صورتها إلى الوحدة الاقتصادية (كيان اقتصادي واحد)"³.

¹ عمر حسين، "التكامل أنشودة العالم المعاصر"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص 07.

² عريقات محمد حربي موسى، "التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة"، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 20، 2000.

³ عبد الرحمن تيشوري، "التكامل الاقتصادي العربي في مواجهة التحديات"، متاح على: www.rezgar.com/debet، تاريخ الإطلاع: 2011/12/04.

كما يعرفه البعض الآخر على أنه " عبارة عن كافة الإجراءات التي تتفق عليها دولتان أو أكثر لإزالة القيود على حركة التجارة وعناصر الإنتاج فيما بينها والتنسيق بين مختلف سياساتها الاقتصادية بغية تحقيق معدل نمو مرتفع"¹.

والبعض الآخر يرى أن التكامل هدفه " تحرير المبادلات التجارية وعوامل الإنتاج في إطار مؤسسي جديد ينجر عنه مجموعة جديدة توحدت بتوفر شروط أولية، من أجل منافسة الدول خارج المجموعة في السوق الدولية"². وبالتالي فالتكامل الاقتصادي يعني التنسيق الكامل بين عدد من الوحدات الاقتصادية (إثنين فأكثر)، وإزالة مظاهر التمييز القائمة فيما بينها وتكوين وحدة اقتصادية جديدة ومميزة، وهذا يؤدي إلى أن عملية الإنتاج داخل السوق الجديد والكبير لا تتميز بالترار والتشابه، بل تخطط على أساس تقسيم العمل والتخصص والاستفادة من المزايا النسبية المتوافرة في كل دولة من الدول المتكاملة، وهذا يؤدي إلى تلافي تبديد الموارد الذي ينتج عن حالة التنافس المبني على تكرار عمليات الإنتاج عند مستويات غير اقتصادية وبهذا يكون التكامل الاقتصادي يتمثل في:

- أن التكامل الاقتصادي هو صيغة من صيغ العلاقات الاقتصادية .
- أنه عملية تنسيق مستمرة ومتصلة تتضمن مجموعة من الإجراءات بهدف إزالة كافة القيود على حركة التجارة وعناصر الإنتاج فيما بين مجموعة من الدول ذات الأنظمة السياسية والاقتصادية المتجانسة.
- يتضمن عملية التنسيق بين مختلف السياسات الاقتصادية لهذه الدول بهدف تحقيق معدل نمو مرتفع.
- التكامل الاقتصادي عملية تاريخية بمعنى أنها تحتاج إلى الزمن حتى تنضج أسبابها وتكتمل عناصرها ولذا ينظر إليه على أنه عملية تدريجية.

ثانيا: أهداف التكامل الاقتصادي

تعدد أهداف التكامل الاقتصادي، فمنها السياسية ومنها الاقتصادية وذلك باعتبار أن الاقتصاد والسياسة وجهان لعملة واحدة.

1- الأهداف السياسية:

قد يكون الهدف من وراء التكامل الاقتصادي سياسيا ويحدث ذلك عندما تريد الدول تكوين اتحاد سياسي فيما بينها يشعر شعوب هذه الدول بوحدة مصالحها الاقتصادية، ويوجد أداة سياسية مشتركة للتفاوض والتشاور مما يسهل معه في النهاية تحقيق التوحيد السياسي لكن هذا يتوقف على حسب هذه الدول ودافعها الحقيقي، فقد لا تكون الغاية من التكامل إتحاد سياسي بقدر ما هو مجرد رغبة دولة كبيرة في السيطرة سياسيا على مجموعة من الدول تكون صغيرة منها، وهذا يحدث غالبا بين الدول التي تتفاوت فيما بينها اقتصاديا (دول نامية ودول متقدمة)، كما أن بعض الدول الضعيفة تلجأ إلى التكامل الاقتصادي لغرض الحد من الخطر

¹ www.Rezgar.com/ debet/ show.ard.asp.aid .

² Mourice dourouset , la mondialisation de l'économie , ellipses, Lyon , France , 1994 , p 146 .

الخارجي وفي هذه الحالة يعتبر التكامل وسيلة من وسائل الدفاع الخارجي، وفي المقابل قد تكون الرغبة في الحصول على المزيد من النفوذ الدبلوماسي في الشؤون الدولية، وزيادة قوة المجموعة لتصبح اقتصاديات هذه المجموعة محصنة من الاضطرابات، ما يعني تحقيق الأمن والسلام، وتقليص الاحتكاكات بين الدول الجيران، وبالتالي تطبيق الاتفاقيات التجارية في إطار التكامل، يحقق نوعاً من السلم ما بين تلك الدول، وهذا ما أكده وزير الخارجية الأمريكي "كورديل هال" للفترة 1943 إلى 1944 حيث أعلن قائلاً "إذا استطعنا زيادة عمليات التبادل التجاري بين الأمم، عن طريق التجارة المخفضة للحواجز الجمركية وإزالة العوائق غير الطبيعية للتجارة، سنكون قد قطعنا شوطاً طويلاً نحو إزالة الحرب نفسها" كما أكد أن الحرب العالمية الثانية لم تندلع بين الولايات المتحدة الأمريكية وأي دولة تم إبرام اتفاقيات تجارية معها باستثناءات قليلة¹.

2 - الأهداف الاقتصادية:

- تتعدد الأهداف الاقتصادية وفيما يلي أهمها :
- الحصول على مزايا الإنتاج الكبير ذي الوفرة الاقتصادية.
- تيسير الاستفادة من مهارات الفنيين والأيدي العاملة بصورة أفضل وعلى نطاق واسع.
- تسهيل عملية التنمية الاقتصادية بالاستفادة من اتساع السوق ووفرة عناصر الإنتاج ومن التخصص².
- يؤدي تنوع الإنتاج بطريقة اقتصادية إلى حماية اقتصاديات الدول الأعضاء من التقلبات والسياسات الخارجية.
- رفع مستوى رفاهية المجتمعات الأعضاء في التكامل بتخفيض أسعار السلع الاستهلاكية الناتجة عن انخفاض تكاليف الإنتاج.
- التقليل من الاعتماد على الخارج يؤدي إلى محدودية التأثير بالتقلبات الاقتصادية.
- وسيلة لزيادة كفاءة القطاع الصناعي والزراعي و توافر البنية الأساسية كشبكة الاتصالات والمواصلات لتسهيل عملية انتقال السلع والخدمات.
- تحسين المركز التنافسي للمنطقة الموحدة كلها، وتحسين ميزان مدفوعاتها للدول التي تؤلف الاتحاد، وتعد الاتحادات الاقتصادية في أحوال كثيرة من أحسن الحلول التي تستطيع الدول أن تستخدمها لتحسين وضع مدفوعاتها الخارجية³.
- توحيد سياسة المفاوضات التجارية الخارجية، فتمكن الدول من الوصول إلى شروط أحسن في الحصول على سلعها وتصريف فائض إنتاجها.

¹ موريس شيف ول، ألن وينترز، "التكامل الإقليمي والتنمية"، ترجمة كوميت للتصميم الفني، مركز معلومات قراءة الشرق الأوسط (ميريك)، مصر، 2003، ص:191.

² فكري احمد نعمان، "النظرية الاقتصادية في الإسلام"، دار القلم دبي، الطبعة الأولى، 1985، ص:470.

³ فرج شعبان، "التجارة والاستثمار البيئان كمدخلان للتكامل الاقتصادي العربي"، مذكرة ماجستير، جامعة الشلف، 2005، ص:10-09.

3 - الأهداف العسكرية:

في هذه الحالة تكون الرغبة من التكامل هي تكوين وحدة عسكرية من الدول الأعضاء فيه لمواجهة العالم الخارجي، ومن أمثلة ذلك ما نادى به بعض المفكرين الأوروبيين بعد الحرب العالمية الثانية حتى تكون وحدة لها قوتها السياسية والعسكرية تقف بذلك أمام المعسكرين الأمريكي و الروسي.

ثالثا: مشاكل الاتحادات

يصعب تحقيق الاتحاد الشامل أو الجزئي، دون وجود فترة انتقالية لها مشاكلها الخاصة ودون تحمل العديد من المصاعب والتضحيات، إذ يتعين في الفترة الانتقالية إتباع سياسة اقتصادية معينة فيتعين إزالة العوائق الجمركية بين الدول الأعضاء في الاتحاد، كما يتعين توحيد السياسات الجمركية اتجاه العالم الخارجي، وهذه تكون مثيرة للخلافات من أصحاب المنافع، كما يتعين على الاتحاد أن يعمل على توحيد النقد أو تثبيت معدلات الصرف وإباحة التحويل، فلا يمكن أن يقوم الاتحاد في ظل وحدات نقدية منفصلة وسياسات ائتمانية متباينة، وعلى العموم تواجه الاتحادات المشاكل التالية¹:

1- اختلاف المصالح الاقتصادية للمشروعات والصناعات المحلية في دول الاتحاد مع بعضها البعض من ناحية، فبعض الصناعات يجب أن تغلق أبوابها أو أن تعدل عن سياستها لأنها لم تقم إلا في ظل الحماية وزوال هذه الأخيرة يقضي عليها، كما أن السياسة العليا والمصلحة العامة قد تقتضي تشجيع بعض المشروعات وعدم تشجيع البعض الآخر.

2- المشاكل الناتجة عن اختلاف نظم التعريفية ومستويات الرسوم الجمركية في الدول المنظمة إلى الاتحاد ، فيتعين الاتفاق على تطبيق تعريفية تلائم اقتصاديات دول الاتحاد .

3- مشكلة تقييم إيرادات الجمارك بين دول الأعضاء إذ أن الدول النامية مازالت الرسوم الجمركية تمثل نسبة معتبرة من إيرادات الدولة، إلا أن هذه المشكلة يمكن حلها بعدة طرق منها أن تقسم الإيرادات بين الدول بنسبة عدد السكان فيها أو نسبة الإنتاج والاستهلاك فيها، أو بالنسبة إلى إيرادات كل منها في فترة سابقة .

4 — تفاوت مستويات الضرائب في دول الاتحاد الناجمة عن اختلاف نسب ضرائب الدخل والأرباح وصعوبة التقريب بين تلك المستويات .

5 — توحيد السياسة النقدية، ولا يقصد بها توحيد الصكوك والنقود المعدنية في دول الإتحاد وإنما يقصد بالسياسة النقدية في ظل الإتحاد توحيد النقد على أساس يحقق التوازن بين القوى الشرائية لنقد دول الإتحاد وهذا يتطلب الوصول إلى النسبة التي يتم على أساسها التحويل بين النقود الحالية والنقد الموحد الجديد، كذلك أن قيمة النقد في أي بلد يتوقف على عوامل متعددة لعل أهمها السياسات التجارية والنقدية والضريبية والاجتماعية وهذا ما يفرض دراسة تلك السياسات والعمل على توحيدها.

¹ أشرف أحمد العبدلي، "التجارة الدولية"، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الأردن، 2006، ص: 216 .

المطلب الثاني: أشكال التكامل الاقتصادي

يمكننا التفرقة بين ستة أشكال مختلفة ومتدرجة من التكامل الاقتصادي وهي: ترتيبات التجارة التفضيلية، مناطق التجارة الحرة، الإتحاد الجمركي، السوق المشتركة والوحدة الاقتصادية، التكامل الاقتصادي الشامل وهي بالتفصيل كالآتي :

أولاً: ترتيبات التجارة التفضيلية: PREFERENTIAL TRADE ARRANGEMENTS

يعتبر هذا النوع من التكامل أقل صور التكامل، حيث يتم منح بعض المزايا في صورة تخفيض محدود للرسوم الجمركية بين الأعضاء مع الاحتفاظ بالعديد من القيود في التعامل بين الأعضاء في هذه الترتيبات، ومن أشهر الترتيبات التفضيلية ما اتبعته إنجلترا¹ مع أعضاء الكومنولث والتي تم إنشاؤها سنة 1932 والذي ضم مستعمراتها سابقا وقد عرف بنظام التفضيل الإمبراطوري.

ثانياً: مناطق التجارة الحرة : FREE TRADE AREA

في هذه المرحلة يتم الاتفاق بين دولتين أو أكثر على إزالة كافة العقبات التي تقف في سبيل تنمية التجارة البينية²، وبالتالي تلتزم كل دولة من الدول الأعضاء بإزالة كافة الرسوم الجمركية وإلغاء القيود الكمية على الواردات من بقية الدول الأعضاء المشتركة في منطقة التكامل على أن تحتفظ كل هذه الدول بالتعريفات الجمركية إزاء الدول غير الأعضاء في منطقة التكامل³، وبالتالي تنطوي منطقة التجارة الحرة على تحرير التجارة البينية بين الدول الأعضاء⁴، ولذلك تقتصر في هذه المرحلة على السلع فقط، وتصل الرسوم الجمركية في هذه المرحلة إلى الصفر، ويلاحظ أنه عند تطبيق هذه المرحلة ستظهر مشكلة أساسية تلخص في كيفية تحديد والسيطرة على ما يسمى بانحراف التجارة ويقصد بذلك السلع التي يعاد استيرادها من خلال الدول الأعضاء ذات التعريفات المنخفضة بغرض استغلال فروق التعريفات، لذلك أتفق في هذا المجال على ترسيخ ما يسمى بقواعد المنشأ والتي من خلالها تتفق الدول الأعضاء على تحديد نسبة القيمة المضافة الضرورية للمنتج، لكي تجعله منتج وطني يمكن تصديره إلى الدول الأعضاء، ومن أشهر مناطق التجارة الحرة نذكر :

- منطقة التجارة الحرة الأوروبية (EFTA) (EUROPEAN FREE TRADE ASSOCIATION) والتي ضمت النمسا، فلندا، أيسلندا، النرويج، السويد، سويسرا، ليشتنشتين وذلك في عام 1960، كذلك منطقة التجارة الحرة الأمريكية الشمالية (NAFTA) (NORTH AMERICAN FREE TRADE AREA) والتي تضم الو.م.أ، المكسيك وكندا.

¹ محمود يونس، "اقتصاديات دولية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000/1999، ص: 142.

² عبد المطلب عبد الحميد، "السوق العربية المشتركة - الواقع والمستقبل في الألفية الثالثة -"، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003، ص: 27.

³ كامل بكري، "الاقتصاد الدولي - التجارة والتمويل -"، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 195.

⁴ M.Allais , la libéralisation des relations économique internationales ,Gauthier Villars , paris , p 03 .

ثالثا: الاتحاد الجمركي: CUSTOMS UNION

وفي هذه المرحلة يكون قد تم إتمام المرحلة الأولى الخاصة بمنطقة التجارة الحرة وإلغاء الرسوم الجمركية والقيود الكمية فيما بين الدول الأعضاء، ويضاف إلى ذلك أن الدول الأعضاء تلتزم في هذه المرحلة بتعريفه جمركية موحدة يتم تطبيقها على السلع المستوردة من دول العالم الخارجي¹، وهو ما يستلزم تطبيق حد أدنى لتعريفه خارجية مشتركة، ودائما يمكن أن يصبح معدل التعريفه الخارجية المشتركة غير مرتفع على المعدل السابق للتعريفات الموجودة والإتحاد الجمركي الكامل من شروطه وضع السياسات التجارية للأعضاء كمجموعة واحدة مع التخاطب في أي مفاوضات تجارية مستقبلية مع الدول الأخرى بصوت واحد، وبالتالي في هذه الحالة الدول غير الأعضاء لا تستطيع التحايل للتصدير إلى دول الإتحاد من خلال الاتفاق مع أقل الدول تشددا كما هو الحال في منطقة التجارة الحرة .

رابعا: السوق المشتركة: COMMON MARKET

تبدأ هذه المرحلة من حيث انتهت مرحلة الإتحاد الجمركي وما تم تحقيقه بالطبع في المرحلة الخاصة بمنطقة التجارة الحرة، فالسوق المشتركة تدخلنا إلى مرحلة تكامل الأسواق وتكفل تعميق وتحقيق حرية انتقال عناصر الإنتاج من رأسمال وعمل وإزالة كافة العقبات التي تعيق انتقال هذه العناصر وتجعلها تعمل بحرية تامة، وبالتالي تعتبر حرية تحرك عناصر الإنتاج من رأس مال وعمل مستوى متقدم من مستويات التكامل الاقتصادي. ومنه السوق المشتركة هي عبارة عن اتحاد جمركي مضافا إليه حرية انتقال عناصر الإنتاج من عمل ورأسمال بين الدول الأعضاء في السوق.

بهذا يمكن القول أن في هذه المرحلة تبدأ ترتيبات تنسيق السياسات الاقتصادية وتبدأ عملية تقليل التحكم والسيطرة على مستوى الاقتصاد الواحد فيما يتعلق بوضع سياسته الاقتصادية ويقوي الإتحاد نحو الالتزام بسياسات اقتصادية تتحكم بدرجة أكثر في مستوى الكيان الاقتصادي الكلي للدول الأعضاء في منطقة السوق، وعليه يمكن أن نتوقع في ظل السوق المشتركة مضاعفة الاستثمار وزيادة كفاءة استخدام عناصر الإنتاج.

خامسا: الإتحاد الاقتصادي: ECONOMIC UNION

هذه الصورة في سلسلة مراحل التكامل الاقتصادي تلي مرحلة السوق المشتركة، حيث أنه بالإضافة إلى حرية السلع والخدمات (في مرحلة منطقة التجارة الحرة)، والتعريفه الجمركية الموحدة للدول الأعضاء اتجاه العالم الخارجي (في مرحلة الإتحاد الجمركي) وحرية انتقال عناصر الإنتاج فيما بين الدول الأعضاء (في مرحلة السوق المشتركة) فهذه المرحلة تشمل أيضا الإجراءات المتعلقة بتنسيق السياسات الاقتصادية والمالية والاجتماعية

¹ زينب حسين عوض الله، الإقتصاد الدولي - العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية، الإقتصاد الدولي الخاص للأعمال، اتفاقات التجارة العالمية-، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 299.

¹ وبالتالي هذه صورة من التكامل الاقتصادي تجمع ما تتميز به السوق المشتركة وبين درجة معينة من الملائمة والتوافق بين السياسات الاقتصادية للدول المعنية وذلك إبعادا للمفاضلة التي قد تنشأ عن اختلاف تلك السياسات النقدية والمالية.²

سادسا: التكامل الاقتصادي الشامل (الاندماج الاقتصادي): ECONOMIC INTEGRATION

وهي أرقى صور التكامل الاقتصادي وأعمقها، فهي المرحلة الأخيرة التي يمكن أن يصل إليها مشروع التكامل الاقتصادي ويفترض فيها توافر بالإضافة إلى ما تقدم تبيانها في أشكال التكامل الاقتصادي السابقة، توحيد السياسات النقدية والمالية والاجتماعية بين الدول المتكاملة ويفترض كذلك إنشاء مؤسسات فوق وطنية تشرف على هذه العملية³، وفي هذه المرحلة تتفق كل دولة عضو على تقليص سلطاتها الذاتية وخضوعها لكثير من المجالات للسلطة فوق الوطنية، وهذا يعني أن التكامل الاقتصادي الشامل لا يحتاج إلا لخطوات محدودة للوصول إلى وحدة سياسية⁴.

وما يمكن قوله من خلال التحليل السابق لأشكال التكامل الاقتصادي، أنها تتميز بالمرحلة في درجة التطور والتقدم في تحقيق التكامل الاقتصادي بين دول الأعضاء في الاتفاق.

وهناك من يلخصها في أربعة أشكال رئيسية، كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (2-1): الأشكال الرئيسية للتكامل الاقتصادي

الشكل	منطقة التبادل الحر	إتحاد جمركي	سوق مشتركة	إتحاد اقتصادي
تحرير المبادلات بين الأعضاء	✓	✓	✓	✓
تعريف جمركية موحدة تجاه العالم الخارجي		✓	✓	✓
تحرير انتقال عوامل الإنتاج			✓	✓
التوحيد في السياسة الاقتصادية (المالية والنقدية)				✓

Source ; Peterh . lindert et Thomasa. Pugel , Economie internationale, economica , 10 e édition , paris , 1997 p 287.

¹ حسين عمر، التكامل أنشودة العالم المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998. ص: 08.

² محمد عبد العزيز عجمية، الاقتصاد الدولي دراسة نظرية وتطبيقية، 2000، ص: 144.

³ محمد عبد المنعم عفر، أحمد فريد مصطفى، الاقتصاد الدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1999، ص: 243.

⁴ حسين عمر، التكامل أنشودة العالم المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص: 09.

المطلب الثالث: مدخل تعريفي لمناطق التجارة الحرة

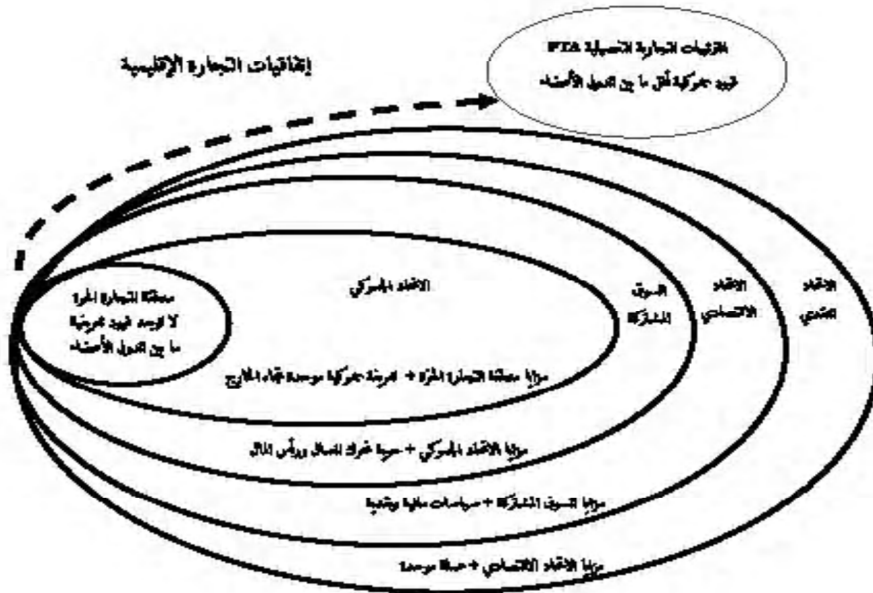
ظهرت منطقة التجارة الحرة كصورة من صور التكامل بعد أن غابت الصورة الفردية في التعاملات الاقتصادية الدولية، وحلت محلها الصورة الجماعية أو الكيانات الكبرى، وتعرف منطقة التجارة الحرة بأنها صورة من صور التكتل بين دولتين أو أكثر، وتهدف إلى إزالة كافة القيود الجمركية وغير الجمركية على التجارة في السلع والخدمات فيما بينها؛ لزيادة حجم التبادل التجاري ورفع معدلات النمو الاقتصادي.

أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة

تشكل منطقة التجارة الحرة المرحلة الثانية من مراحل التكامل الإقليمي، كما هو موضح بالشكل رقم (1-2). ورغم مزايا هذه المنطقة من حيث إزالة القيود الجمركية بين الدول الأعضاء، إلا أن هذه الدول لازالت تمارس تعريفاتها الجمركية الخاصة بما مع بقية أنحاء العالم (الدول غير الأعضاء بالمنطقة). ويشكل هذا الشكل أو المرحلة من مراحل التكامل أكثر الأشكال شيوعاً على المستوى الدولي. حيث يتضح من الشكل رقم (1-2) أن حوالي 84% من أشكال التكامل في ظل مناطق التجارة الحرة والنسب المتبقية تقع ما بين الاتحاد الجمركي والأشكال الأخرى.

ومن السمات الأخرى لمنطقة التجارة الحرة وبسبب سرعة انتشارها، هي تشابك هذه الاتفاقيات مع بعضها البعض، وذلك لتوقيع دولة معينة لأكثر من اتفاقية تجارة حرة من أكثر من طرف (كما يوضح الشكل (1-2) ¹.

الشكل رقم (1-2): مراحل التكامل الاقتصادي الإقليمي



المصدر: أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، سلسلة أهداف جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت. أبريل 2010. ص 3.

¹ أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، سلسلة أهداف جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت. أبريل 2010. ص:2.

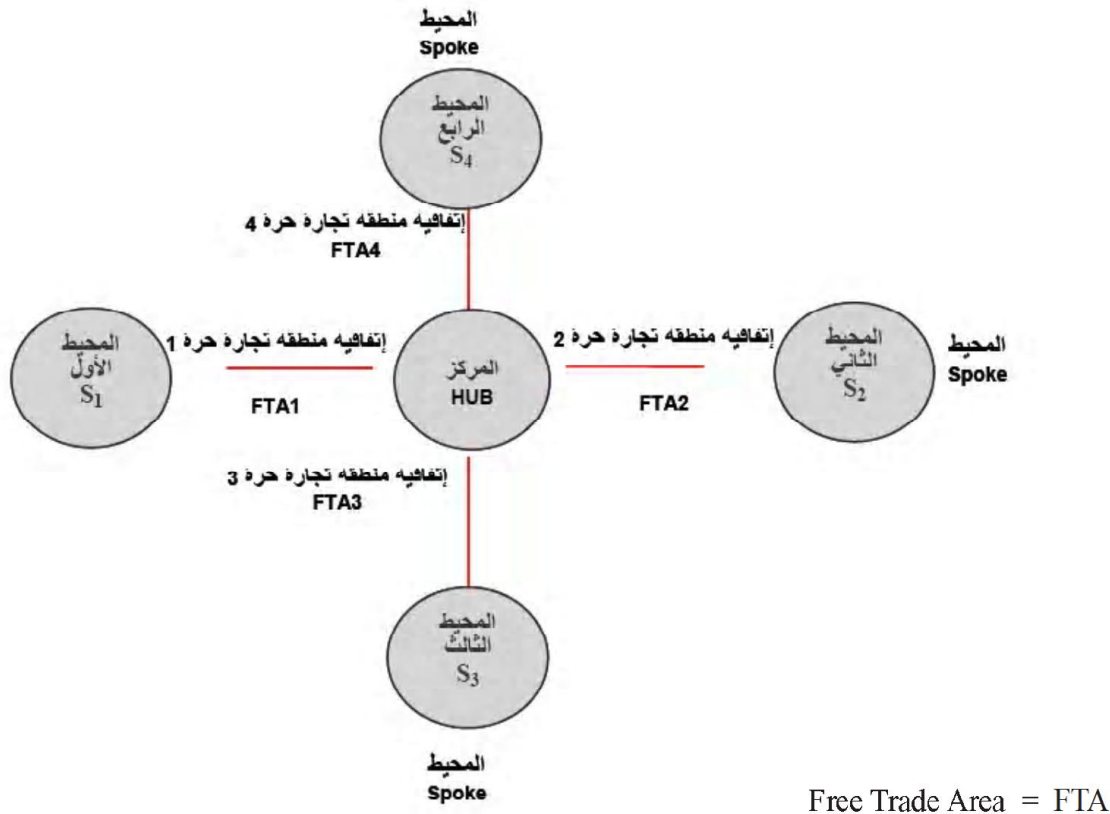
الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

و بعد إعلان منظمة التجارة العالمية منذ أوائل عام 1995، حددت المنظمة عددا من البنود الواردة في الاتفاقيات ذات العلاقة، بهدف استخدامها كمرجعية لعمل اتفاقيات مناطق التجارة الحرة. و غيرها من الاتفاقيات المرتبطة بالمراحل الأخرى من التكامل الاقتصادي. و تشمل هذه البنود على ما يلي: المادة الرابعة و العشرين و الخامسة و العشرين من اتفاقية جات لعام 1994، و المادة الخامسة من الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات، اتفاقية جات لعام 1994، و شرط التمكين (جولة طوكيو 1979)¹.

ثانيا: اتفاقيات منطقة التجارة الحرة و آلية دول المركز و المحيط

يعتبر هذا الإطار مهما لفهم أهم دواعي انتشار اتفاقيات منطقة التجارة الحرة، حيث يحتل الإقليم دور المركز رابطا عدة اتفاقيات للتجارة الحرة على أساس المعاملة التفضيلية مع كل شريك، كما يوضح الشكل رقم (2-2):

الشكل رقم (2-2): اتفاقيات مناطق التجارة الحرة : العلاقة بين المركز و المحيط



المصدر: أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، مرجع سبق ذكره.

¹ أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، مرجع سبق ذكره، ص:3.

و تبرز ظاهرة "الدولة المركز" عندما تتمتع دولة معينة بعدة اتفاقيات تجارة حرة مع دول المحيط الأخرى بشكل منفصل أو منفرد، في حين لا تتمتع دول المحيط باتفاقيات حرة في ما بينها، و تخلق هذه الظاهرة ما يعرف باسم "التميز المتعدد" حيث تنعزل دول المحيط بالشكل الذي تبرز معه إمكانية بروز ظاهرة تحول التجارة (إحلال واردات دولة عضو بالمنطقة من مصدر منخفض التكلفة خارج عضوية المنطقة إلى مصدر مرتفع التكلفة من داخل الدول الأعضاء، و يقابل تحول التجارة مفهوما إيجابيا للتكامل الاقتصادي يطلق علي "خلق التجارة" و يعني الاستيراد من الدول الأعضاء الأقل تكلفة بدلا من تلك الأكثر تكلفة من خارج الدول الأعضاء).

و تحاول دول المحيط معالجة الخلل من خلال محاولتي:

أ- الدخول في اتفاقيات ثنائية متعددة الأطراف؛

ب- تخفيض تعريفاتها الجمركية.

إلا أن قوى الضغط المحلية قد تمنع التحرير التجاري بين دول المحيط.¹

ثالثا: أسباب انتشار اتفاقيات مناطق التجارة الحرة.

أشار جون مينا رد كيتز عام 1919 إلى أن الاتحاد التجاري الحر الذي كان يشمل آنذاك كامل وسط و شرق و الجنوب الشرقي لأوروبا، و سيبيريا، و تركيا و مصر، و الند، يمكن أن يفعل في مجال السلام ما تفعل عصبة الأمم.

كما أشار ولفريد باريتو في عام 1889 إلى أن الاتحادات الجمركية و أنظمة العلاقات التجارية الأخرى تكون وسيلة لتحسين العلاقات السياسية و المحافظة على السلم ، علما بان احد أسباب الحرب الأهلية الأمريكية (1861-1865) كانت الحماية المبالغ بها على صناعات الشمال، و القيود التجارية على القطن، كما أن احد أسباب انفصال بنغلاديش عن باكستان هو هيكل التعريفات الخارجية المشتركة التي منعت الأولى من النفاذ للمدخلات الرخيصة في السوق العالمي، و تحويل التجارة لباكستان و كقاعدة يمكن القول بأنه كلما قلت أهمية اتفاقيات المناطق التجارية الحرة في تعزيز التبادل التجاري كلما قلت أهميتها في تقليل التزايدات.²

رابعا: أهمية المناطق التجارية الحرة

ترجع أهمية تلك المناطق إلى أنها تستجيب للمتغيرات الإقليمية والعالمية الجديدة التي تعلي من شأن المنافسة الاقتصادية والعولمة، بعد أن أصبح من المسلم به أنه لا تستطيع دول بمفردها مهما بلغت قوتها أن تعيش بمعزل عما يجري بها من أحداث و تغيرات متلاحقة جعلت السمكة الكبيرة تأكل السمكة الصغيرة، و تزداد أهمية تكامل المناطق في عالم تسود فيه التكتلات الكبرى مثل الاتحاد الأوروبي والآسيان و الناftا والأبيك، و من ثم فإن

¹ أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، مرجع سبق ذكره، ص:4.

² زنبقة البحيرة، "مناطق التجارة الحرة.. مدخل النمو والتكامل"، متاح على الموقع: <http://www.startimes2.com/f.aspx?t=9600481>

تاريخ الإطلاع: 2010-02-10

الدولة التي يفوقها قطار التكامل الاقتصادي في أبسط عرباته وهي منطقة التجارة الحرة تتحول إلى سوق هامشي.

وقد أوضحت الدراسات القياسية أن هذه المناطق ترتب عليها زيادة ملموسة في إنتاجية عناصر الإنتاج وحجم الاستثمار والتجارة البينية فضلاً عن تنوع النشاط الاقتصادي وزيادة معدل نمو الدخل القومي، ويرى البعض أنه إذا كان لهذه المناطق أثر إيجابي على حجم التجارة فإن لها أثراً سلبياً على تنوع التجارة، إلا أنه تبين من دراسات أخرى أن هذا الشكل من التكامل أدى إلى تنوع التجارة في حالة دول أمريكا الجنوبية والوسطى وشرق أفريقيا، أما تأثيرها على التجارة العالمية؛ فلا يوجد عليه دليل قاطع حتى الآن نظراً لضآلة حجم التجارة النسبي لهذه الدول مقارنة بحجم التجارة العالمية، وفيما يتعلق بأثرها على الرفاهية أوضحت الدراسات أنه يتراوح في حالة المجموعة الأوروبية بين 0.2% من الناتج المحلي الإجمالي في ألمانيا، و2.9% في دول المجموعة الأوروبية الجنوبية في الأجل الطويل¹.

خامساً: مقومات إقامة مناطق التجارة الحرة

يرى الخبراء والاقتصاديون ضرورة توافر عدد من المقومات الأساسية لإنشاء مناطق التجارة الحرة من أهمها حرية انتقال السلع والخدمات والملكية الفكرية وتحريرها من كافة القيود الجمركية والإجرائية، وتنوع اقتصاديات الدول الأعضاء؛ وذلك عن طريق بناء قدرات ذاتية تكنولوجية في إطار تصور إقليمي يقوم على اعتبار أن الإنتاج هو محرك التجارة مثلما يحدث في منطقة التجارة الحرة لدول أوروبا "الإفتا" EFTA وهي تضم كلاً من: أيسلندا وليتشتنستن والنرويج وسويسرا .

ومن بين المقومات أيضاً رفع المستوى الاقتصادي للدول الأقل تقدماً لمواجهة الضرر المترتب على تحرير التجارة العالمية نتيجة إعادة تقسيم العمل، وذلك عن طريق اتخاذ إجراءات تصحيحية لإعادة تأهيل العمال والنهوض بالمناطق الأقل تقدماً وهو ما حدث بالفعل في منطقة "الإفتا" الأوروبية بالنسبة لكل من أيرلندا والبرتغال وجنوب إيطاليا وأسبانيا، ويضيف الاقتصاديون مقومات أخرى من بينها تحرير التنقل وترتيب وتطوير الموانئ والمطارات؛ لتسهيل حركة السلع والخدمات ووجود آلية للتمويل والمقاصة وتسوية المدفوعات وخلق برنامج تمويل التجارة البينية مثلما فعلت دول أمريكا اللاتينية عندما أنشأت بنك "بلادكس"، وكذلك ترشيد العلاقات السياسية بين الدول الأعضاء، بحيث يكون القرار السياسي في صندوق المصالح الاقتصادية، وأن تكون التجارة البينية بعيدة عن الصراعات السياسية وتقلب أنظمة الحكم وأخيراً توافر شبكة معلومات إقليمية تجمع وتخزن وتوفر المعلومات التجارية، وتسهل الاتصال بين العملاء².

و في الأخير يمكن توضيح بعض المفاهيم المتشابهة:

¹ زنبقة البحيرة، نفس المرجع.

² زنبقة البحيرة، "مناطق التجارة الحرة.. مدخل النمو والتكامل"، مرجع سبق ذكره.

تختلف منطقة التجارة الحرة عن المنطقة الحرة متعددة الأغراض (Free Zone) التي تقوم بوظائف التخزين والتصنيع والتجهيز والتصدير وإعادة التصدير وغيرها من الأنشطة التي تزيد الاستثمار والصادرات وتجلب التكنولوجيا المتقدمة وعندما تأخذ المنطقة الحرة شكل إقامة مشروعات مشتركة متعددة الأغراض ويشترك في إقامتها عدة دول فإنها تسمى في هذه الحالة بمنطقة حرة إقليمية.

وهناك بعض مناطق التجارة الحرة الأحادية التي تقتصر على نوع معين من السلع كالسلع الزراعية بحيث يسرى عليها الإعفاء أو التخفيض الجمركي دون غيرها من السلع والخدمات، وعادة ما يطلق عليها اتفاقيات تنمية وتيسير التبادل التجاري، وخير مثال على ذلك الاتفاقية الموقعة بين الدول العربية عام 1981، والتي تضمنت التحرير الفوري والمباشر لتبادل المنتجات الزراعية والحيوانية

المبحث الثاني: أهم مناطق التجارة الحرة في العالم

تعمل منطقة التجارة الحرة على أن تصبح الدول التي تتضمنها منطقة التجارة الحرة سوقا واحدة تتيح حرية انتقال الدول بالشكل الذي يحفزها ويشجعها على التوسع في إنتاجها، من خلال إلغاء الرسوم الجمركية و القيود الكمية و الإجراءات الإدارية و كافة القيود التي تعرقل حركة انتقال السلع بين الدول المشتركة في هذا الشكل من أشكال التكامل، مع احتفاظ كل دولة من الدول ضمن منطقة التجارة الحرة برسومها الجمركية وقيودها الكمية و إجراءاتها الإدارية- إن وجدت- إزاء تجارتها مع العالم الخارجي¹.

تطوي منطقة التجارة الحرة على تحرير التجارة البينية بين الدول الأعضاء ولذلك تقتصر في هذه المرحلة على السلع فقط، وتصل الرسوم الجمركية في نهاية هذه المرحلة إلى الصفر، ويلاحظ أنه عند تطبيق تلك المرحلة ستظهر مشكلة أساسية تتلخص في كيفية التحديد و السيطرة على ما يسمى بانحراف التجارة لذلك اتفق في هذا المجال على ترسيخ ما يسمى بقواعد المنشأ و التي من خلالها تتفق الدول الأعضاء على تحديد نسبة القيمة المضافة الضرورية للمنتج لكي تجعله إنتاجا وطنيا حقيقيا يمكن تصديره إلى الدول الأعضاء.

المطلب الأول: منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية NAFTA

اتبعت المكسيك منذ نهاية الحرب العالمية الثانية سياسات تهدف إلى تحقيق نمو اقتصادي، والتصنيع المحلي لإحلال الواردات في ظل رسوم جمركية مرتفعة وعوائق غير تعريفية عديدة، كما شجعت الإنتاج المحلي بتقديم إعانات مباشرة للشركات المحلية مع الحرص على عدم استفادة الشركات الأجنبية منها، لكن بدأت المكسيك في الإصلاحات الاقتصادية منذ انضمامها للجات عام 1986 الأمر الذي مهد السبيل أمام المكسيك، كندا والولايات المتحدة الأمريكية للدخول في مفاوضات حول منطقة التجارة الحرة لشمال أمريكا NAFTA "نافتا"، في 12 أوت 1992 أعلنت الدول الثلاث عزمها الدخول في ترتيبات منطقة التجارة الحرة وبدأت المفاوضات حول إقامتها والتي بدأ سريانها في أول جانفي 1994، والتي تناولت بالإضافة إلى التحرير التصاعدي

¹ فليح حسن خلف، "اقتصاديات الوطن العربي"، مؤسسة الوراق، عمان، 2004، ص: 223.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

لتجارة السلع العديد من المجالات الهامة بينها إزالة القيود على الخدمات وتحرير سياسات الاستثمار في السلع والخدمات، وأهم الجوانب التي تطرقت لها الاتفاقية هي كالتالي¹:

- بالنسبة للتعريفات الجمركية تتم إزالتها دفعة واحدة أو بالتدرج على مدى فترة زمنية متفق عليها للسلع المختلفة تصل إلى 15 سنة، وتجدر الإشارة هنا إلى أن حوالي 50% من الصادرات الأمريكية نحو المكسيك و 70% من صادرات المكسيك نحو السوق الأمريكي أصبحت محررة تماما بمجرد دخول الاتفاقية حيز التنفيذ.

- إزالة القيود المفروضة على الاستثمار، حيث يتمتع المستثمرون من الدول الثلاث بنفس المعاملة ويتم تحويل العملات بحرية وفقا لأسعار السوق، كما تمت أيضا إزالة متطلبات الأداء مثل الحفاظ على مستويات التصدير وتحقيق التوازن التجاري، وتسمح المكسيك بإنشاء مؤسسات أجنبية.

- تحرير التجارة في الخدمات ومنح معاملة متساوية لموردي الخدمات والمتخصصين من الدول الثلاث، وتسهيل منح تراخيص عمل المتخصصين وإزالة متطلبات الإقامة والمواطنة لهذه الشريحة

- حماية حقوق الملكية الفكرية بما في ذلك حماية الإنتاج الأدبي والتسجيلات وبرامج الكمبيوتر وبراءات الاختراع للمنتجات والعمليات.

- الاتفاق على أحكام عديدة لتعزيز تدفق التجارة بين الدول الثلاث، بما في ذلك لجنة التجارة الثلاثية لحل النزاعات، ومنع الإغراق وغيرها من الأحكام المسهلة للتجارة.

- كما تم التوصل أيضا لاتفاقيات تكميلية تتناول معايير العمل ذات الصلة بالتجارة و حماية البيئة حيث تهدف الاتفاقية التكميلية للتعاون في سوق العمل، وذلك من خلال الاتفاق على أن يلتزم كل طرف بتطبيق قوانينه من خلال الإجراءات الحكومية المناسبة، أما الاتفاقية التكميلية للبيئة فتم صياغتها لتعالج مخاوف البعض من الذين أشاروا إلى أنه قد تؤدي نافتا إلى خفض المعايير البيئية أو تحويل المكسيك إلى مرتع للتلوث من قبل الشركات الأجنبية، وتهدف هذه الاتفاقية إلى إنفاذ القوانين الوطنية للبيئة وتحقيق مستوى مرتفع للحماية كالتزام دولي للأعضاء. وبهذا تعدت الاتفاقية النطاق التقليدي للاتفاقيات الإقليمية وشملت نطاقا أوسع من السياسات الوطنية مما فتح مجالات جديدة لتحرير المنتجات والعمالة، بالإضافة إلى دمج السياسات على المستوى الإقليمي.

فيما يخص أبعاد اتفاقية التجارة الحرة لأمريكا الشمالية فهي تمثل أكبر تكتل ثلاثي الأطراف في العالم حيث تضم 431700000 نسمة، حيث كندا بـ 31900000 نسمة والولايات المتحدة الأمريكية بـ 293600000 نسمة، المكسيك بـ 106200000 نسمة وذلك سنة 2004².

¹ أسامة المجدوب، "العولمة والإقليمية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 02، 2001، ص: 73.

² Jeanne marie amate-roze et des autres , image économiques du monde 2006 , armand colin , France , p76-83.

- تهدف منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها¹:
- تنشيط التجارة الإقليمية بين الدول الأعضاء وإحلال المنتجات الإقليمية محل المنتجات المستوردة مثل قيام الولايات المتحدة باستيراد عصير البرتقال المركز من المكسيك بدلا من أمريكا اللاتينية، وخاصة البرازيل.
 - زيادة معدل نمو الناتج المحلي والدخول للدول الأعضاء حيث أشارت الدراسات أنه من المنتظر زيادة حقيقية في دخل المكسيك بنحو 05% من ناتجها المحلي الإجمالي، ونحو 0,3% في الولايات المتحدة و0,87% في كندا وفيما يخص المستوى القطاعي وافقت المكسيك على تحرير قطاع الذرة، بينما وافقت الولايات المتحدة على تخفيض الحواجز التي تفرضها على التجارة في الفاكهة الطازجة والخضروات.
 - إلغاء الحواجز الجمركية وتحرير التجارة وزيادة الاستثمارات بصورة تؤدي إلى زيادة حجم التجارة الدولية للدول الأعضاء مع العالم الخارجي، وفي نفس الوقت زيادة حجم التجارة البينية فيما بين الدول الأعضاء².
 - قيام كل من الولايات المتحدة وكندا بزيادة الاستثمارات في المكسيك وهذا ما يؤدي إلى زيادة العمالة في هذه الأخيرة، وفي نفس الوقت فتح السوق المكسيكية التي كانت مغلقة أمام السلع الأمريكية.
 - رفع القدرة التنافسية لمنشآت الدول الثلاث في الأسواق العالمية مع مراعاة حماية البيئة.
 - تحقيق التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء القائم على المزايا النسبية والمزايا التنافسية لكل دولة.
 - محاولة تعزيز موقف الولايات المتحدة الأمريكية في سعيها لقيادة الاقتصاد العالمي وتنشيط التجارة العالمية ومحاربة انتشار الفساد الاقتصادي ومواجهة سياسات الحماية التجارية في أوروبا وآسيا وبالتحديد في اليابان.
 - زيادة قوة التفاوض لدول التكتل وزيادة قدرة التعامل مع التكتلات الاقتصادية العملاقة خاصة الاتحاد الأوروبي، مع تحقيق ميزة تنافسية في مواجهة الصادرات من دول تلك التكتلات وزيادة القدرة التنافسية للدخول إلى منطقة جنوب شرق آسيا بصفة خاصة التي تشهد أعلى معدلات نمو في العالم.
 - علاج مشكلات البطالة في الدول الأطراف بزيادة الطاقات الإنتاجية الجديدة و بالتالي تعظيم فرص العمل أمام الراغبين.
 - إتباع أساليب فعالة لتنفيذ الاتفاقية و حل المنازعات.
 - تقليص الأعباء الإدارية على المصدرين والمستوردين والمنتجين الذين يقومون بالتبادل في الإقليم.
- وتتمثل توجهات الناقتا في تحرير التجارة المتبادلة لحوالي 900 سلعة من التعريفات الجمركية بشكل متدرج، فالفئة (أ) من هذه السلع تتمتع بتحرير فوري ، والفئة (ب) بتحرير بعد خمسة سنوات، والفئة (ج) بعد عشر سنوات والفئة (د) بعد خمسة عشر سنة هذا مع السماح بحرية تداول السلع بين الدول الأعضاء.

¹ عبد الوهاب رميدي، "التكتلات الاقتصادية الإقليمية في عصر العولمة و تفعيل التكامل الاقتصادي في الدول النامية -دراسة تجارب مختلفة"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص: 63-64.

² أحمد سيد مصطفى، "تحديات العولمة والتخطيط الاستراتيجي"، كلية التجارة جامعة الزقازيق، القاهرة، ط 2، 1999، ص: 54.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

وقد قامت العديد من الدراسات¹ لقياس مدى الاستفادة من اتفاقية نافتا وأكدت هذه الدراسات من أن الرفاهية ستزيد في الدول الثلاث، وتتفق جميع الآراء على أن تكون المكسيك المستفيد الأكبر من الاتفاقية حيث ستدعم الاتفاقية عملية الإصلاح الاقتصادي في المكسيك وتعزز ثقة المستثمرين الأجانب بمستقبل البلاد وتطورها الاقتصادي. بالإضافة إلى أن الاتفاقية تؤدي إلى انتقال رؤوس الأموال والأفراد بحرية وهذا الوضع سيفيد المكسيك إلى حد بعيد لأنها تحتاج إلى الاستثمارات والتكنولوجيا، أما الولايات المتحدة الأمريكية فإن الاتفاقية تفتح الأبواب أمام صادراتها من السلع والخدمات إلى المكسيك وكندا، في حين تشكو كندا من التدهور النسبي لعدد سكانها بالنسبة لمساحتها مما يضع قيدا على اقتصادها.

الجدول رقم (2-2) بعض المؤشرات الاقتصادية لدول "النافتا" سنة 2007، الوحدة: مليون دولار

الواردات الخدمية	صادرات الخدمات	الواردات السلعية	الصادرات السلعية	الناتج المحلي الإجمالي	
80300	61439	389600	418974	1326376	كندا
33851	456363	2020403	1162479	13811200	الو.م.أ.
23971	17809	296275	271990	893364	المكسيك

Source ; rapport annuel , profils commerciaux , o.m.c , 2008 , p 35-111

الجدول أعلاه يعكس قوة اقتصاديات دول النافتا ومساهمتها في التجارة العالمية، أما فيما يخص التجارة البينية فنجد دائما الأعضاء هم شركاء لبعضهم البعض حيث يقع كل فيهم ضمن الشركاء الأوائل في التجارة لأحدهم، فالصادرات السلعية للو.م.أ توجع منها 21.4% نحو كندا و 11.7% نحو المكسيك، أما الواردات من كندا تمثل 15.7% و 10.6% من المكسيك، الصادرات السلعية للمكسيك توجع منها 82.2% نحو كندا، 5.3% نحو الو.م.أ ومصدر الواردات 49.8% من الو.م.أ، في حين الصادرات السلعية لكندا توجع منها 79.1% نحو الو.م.أ و 1.1% نحو المكسيك، أما الواردات 54.2% من الو.م.أ و 4.2% من المكسيك. و إن اختلفت هذه النسب إلا أنه تمثل نسبة التجارة البينية من مجموع صادرات السلع سنة 2006 في أمريكا الشمالية 53.9%².

أما عن أسباب هذا التطور في التجارة البينية بين دول الثلاثة فيعود إلى مايلي³:

- الكثير من مراكز الإنتاج في كندا هي أقرب إلى الأسواق الأمريكية من مراكز الإنتاج الأمريكية ذاتها. إذ أن معظم المدن الكندية الكبرى هي ضمن مسافة ساعة ونصف بالسيارة عن الولايات المتحدة، وبعضها

¹ عبد المطلب عبد الحميد، "اقتصاديات المشاركة الدولية - من التكتلات الاقتصادية حتى الكويز -"، مرجع سبق ذكره، ص: 110-112.

² تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا - الإسكوا -، "فضايا السياسة العامة في منطقة الإسكوا - التعاون الإقليمي وتعزيزه لتحقيق الأهداف الإنمائية للألفية"، الدورة 25، ماي 2008، ص: 6.

³ <http://investincanada.gc.ca/ara/advantage-canada/nafta-advantage.aspx> 2009/05/04

أقرب. والعديد منها، مثل: فانكوفر، ووندسور ومونتريال هي على بعد دقائق فقط. مواقع الإنتاج في كيبيك والمدينة الصناعية في أونتاريو الواقعة في جنوب غرب كندا هي على الأغلب أقرب إلى الأسواق الأمريكية الكبرى الواقعة حول نيويورك وويستن وشيكاغو من مراكز الإنتاج الأمريكية الشهيرة مثل أتلانتا عاصمة جورجيا، وراولي عاصمة كارولينا الشمالية.

- يرتبط البلدين - كندا والولايات المتحدة - بوسائل مواصلات متطورة جدا: شاحنات مناسبة وسريعة، خطوط حديدية، وشحن بحري، وخدمات جوية. ولاحتواء النمو الهائل في التبادل التجاري، فإن كندا والولايات المتحدة قد وقعتا اتفاقية للعمل المشترك لإيجاد ما يسمى "بالحدود الذكية" وقد حدد الإعلان خطة عمل تتألف من ثلاثين نقطة تقدم الدعم للتعاون الجاري العمل به الآن، وذلك من خلال تحديد ومعالجة المخاطر الأمنية.

- اتفاقية التجارة الحرة بين دول أمريكا الشمالية تمكن من الوصول إلى كامل أسواق القارة بما فيها أمريكا اللاتينية. فبعد النجاح الذي حققته اتفاقية التجارة الحرة ما بين كندا والولايات المتحدة في عام 1988، فقد توسعت الاتفاقية في عام 1994 لتضم المكسيك، وهو ما أدى إلى إيجاد أكبر منطقة تجارة حرة في العالم. وإن المنتجات المتداولة ما بين الولايات المتحدة والمكسيك تقع تحت بنود اتفاقية التجارة الحرة، كما أظهرت اتفاقية التجارة الحرة الإمكانيات الحقيقية للتجارة الكندية الأمريكية المكسيكية وأذنت بدخول حقبة جديدة من التكامل الاقتصادي، المكسيك اليوم هي رابع أكبر سوق تصدير لكندا بينما كندا هي ثاني أكبر سوق للمكسيك.

المطلب الثاني: تكتل الآسيان "إتحاد جنوب شرق آسيا" Asean

تأسست في أوت 1967 بمدينة بانكوك بتايلاند، تضم في عضويتها الفلبين، تايلاند، سنغافورة، إندونيسيا، ماليزيا، بروناي، كمبوديا، لاوس، بورما (ميانما حاليا)، الفيتنام، ومقرها بمدينة جاكرتا بأندونيسيا¹. ارتبطت نشأة رابطة الآسيان بمجموعة متغيرات إقليمية ودولية شهدتها منطقة جنوب شرق آسيا في الستينيات من القرن الماضي كان أبرزها ظهور التكتلات الاقتصادية العملاقة وبداية ظهور دول جنوب شرق آسيا كقوة اقتصادية متنامية تسعى لإيجاد دور لها على الساحة العالمية ومنافسة التكتلات الاقتصادية الأخرى، وبالرغم من أن الرابطة كانت اقتصادية بحتة إلا أن الجانب السياسي والأمني بدأ بالظهور بسبب التطورات السياسية التي عاصرتها هذه الدول مع بداية سبعينيات القرن الماضي كتنامي القوة العسكرية الفيتنامية بعد غزوها لكمبوديا، إلى جانب ظهور محدودية التواجد العسكري الأمريكي في المنطقة، لذا جاءت أهداف ومبادئ الرابطة معبرة عن هذا الإدماج بين الجانب السياسي والجانب الاقتصادي، فعلى مستوى الأهداف

¹ صلاح الدين حسن السيسى، "النظم والمنظمات الإقليمية والدولية"، دار الفكر العربي، مصر، 2007، ص: 269.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

ركزت على أهمية التعاون الاقتصادي فيما بين دول الرابطة أما على مستوى المبادئ فقد أبرزت أهمية انتشار السلام والاستقرار في المنطقة.

ظلت الآسيان منظمة إقليمية محدودة الفعالية إلى أن أخذت طريقها الجدي نحو تحقيق مزيد من الفعالية على المستويين الإقليمي والدولي، وهو ما تحقق في اجتماع بالي باندونيسيا عام 1976 بحضور رؤساء دول وحكومات الدول الخمس المؤسسة - الفلبين، تايلاند، سنغافورة، أندونيسيا ماليزيا - وفي الاجتماع الثاني في عام 1977 حيث شكل هذان الاجتماعان نقطة تحول في تاريخ الرابطة فقد فرضت القضايا السياسية و الأمنية نفسها، ومن هنا أخذت الرابطة على عاتقها مسألة تجاوز و مواجهة ما بين أعضائها من تناقضات والاتفاق على عدة مبادئ تشكل التوجهات العامة للسياسة الخارجية لدول الرابطة. ومع بداية التسعينيات من القرن الماضي اتجهت الرابطة إلى إنشاء شبكة هائلة من المؤسسات فضلا عن تدعيم العلاقات الاقتصادية والثقافية على النحو الذي جعلها أكبر أقاليم العالم الثالث ازدهاراً في عام 1992¹. تم التوقيع على إعلان سنغافورة لإنشاء منطقة التجارة الحرة لدول الآسيان، بهدف الوصول بالتعريف الجمركية إلى صفر بالمائة، وحددت أهدافها بحيث تشمل تحرير التجارة في منطقة الآسيان وصولاً إلى إسقاط الحواجز غير الجمركية وجذب الاستثمارات الأجنبية، تكيف الرابطة مع الأوضاع الاقتصادية الدولية، وإلى جانب التعاون الاقتصادي شهد التعاون السياسي والأمني تطوراً كبيراً سنة 2000 عندما عقدت الرابطة أكبر منتدى أمني في قارة آسيا بتايلاند تم من خلاله مناقشة عدة قضايا منها: صناعة الصواريخ وانتشار الأسلحة النووية والصراعات في المحيط الهادي، وقضايا أخرى متعلقة بالصراعات في المنطقة، وشاركت في هذا المنتدى بالإضافة إلى دول الرابطة دول أخرى لها اهتماماتاً أمنية كأستراليا، كندا، الصين، الهند و كوريا الجنوبية. أما عن الأعضاء الحاليين فإن الرابطة اليوم بانضمام باكستان و نيوزيلندا والصين يصبح الآسيان بذلك أكبر منطقة تجارة حرة في العالم تغطي سوقاً استهلاكياً قوامه أكثر من مليار وسبعمائة مليون نسمة، وتحقق للصين تبادلاً تجارياً يفوق المليار دولار سنوياً²، كما تسعى رابطة الآسيان كذلك إلى دعوة اليابان وكوريا الجنوبية للانضمام لاحقاً، ما يعني أنها ليست تكتل اقتصادي مغلق قاصر على دول الجنوب الآسيوي، وإنما يعد تكتلاً مفتوحاً يقبل في عضويته دولاً أخرى من جنوب شرق آسيا وهو ما يمهد السبيل إلى اتساع نطاق هذا التكتل الاقتصادي الآسيوي. وحول أهمية تكتل رابطة الآسيان، فإنه يمكن تسجيل الملاحظات التالية³:

- الدور الآسيوي يتنامى في العلاقات الاقتصادية الدولية، وعلى الأخص منذ حقبة التسعينيات من القرن الماضي. فاليابان تمثل أكبر ثاني عملاق اقتصادي في العالم بعد الو.م.أ، بل يرجح الخبراء والمحللون أن يكون

¹ صلاح الدين حسن السيسى، "النظم والمنظمات الإقليمية والدولية"، ص: 270.

² سامي عفيفي حاتم، "الاتجاهات الحديثة في الإقتصاد الدولي والتجارة الدولية - التكتلات الإقتصادية بين التنظير والتطبيق -"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 321.

³ نفس المرجع، ص: 220-224.

القرن الحادي والعشرين هو قرن آسيا بقيادة اليابان أو الصين أو كليهما. فمعدلات النمو العالمية التي لا تقل عن 8% التي يشهدها العملاق الصيني منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي لخير دليل على انطلاق هذا العملاق واحتلاله لمكانة مرموقة في الاقتصاد العالمي، وقدرته المتزايدة على لعب دور متنامي في العلاقات الاقتصادية الدولية.

- اتساع نطاق المخاوف الآسيوية في ضوء الاقتراح الأمريكي الذي طُرح في منتدى دافوس في جوان 2003 باستعداد الو.م.أ لإقامة منطقة تجارة حرة مع دول منطقة الشرق الأوسط في غضون 10 سنوات.
- تتجه دول رابطة الآسيان إلى الإسراع في تفعيل منطقة التجارة الحرة بينها في ضوء اتفاق 34 دولة في قمة كيبك الكندية في أبريل 2001 على إقامة منطقة تجارة حرة بين الأمريكيتين، وترجع مخاوف الدول الأعضاء في الآسيان من هذا التحرك الأمريكي إلى أن منطقة التجارة الحرة الأمريكية تضيق الخناق على دول القارة الآسيوية وتخلق مناخا اقتصاديا مغايراً يحد من دخول منتجاتها إلى أمريكا الجنوبية والشمالية.
- تمثل منطقة التجارة الحرة داخل حدود رابطة الآسيان أكبر تجمع اقتصادي في العالم بأسره من زاوية عدد المستهلكين، وهو الأمر الذي يسهم كثيراً في تحقيق وفورات اقتصادية كبرى من خلال تخفيض التكاليف، ويسهل حركة انتقال السلع والأشخاص داخل المنطقة ويزيد بالتالي من قدرتها التنافسية داخل تجمع الآسيان وخارجه، بل إن فتح الباب أمام عضوية كل من اليابان وكوريا الجنوبية إنما يمثل علامة بارزة على طريق توسع دائرة التجارة البينية داخل التكتل، ويحقق بذلك التوقعات القائلة بأن القرن الحادي والعشرين هو قرن القارة الآسيوية .
- لقد أصبحت رابطة دول الآسيان واحدة من الكتل الاقتصادية والتجارية المؤثرة في العالم فمن خلال العقدين الماضيين حققت الدول الخمس المؤسسة للرابطة نمواً اقتصادياً كبيراً حيث تعتبر دول الآسيان من أكبر المصدرين الخمس للسلع الزراعية على الأقل إذ أن تايلاند وفيتنام تصدران 60% من تجارة العالم من الأرز وتصدر تايلاند وماليزيا وأندونيسيا أكثر من 80% من تجارة المطاط العالمية غير أن الأزمة المالية الآسيوية عام 1997 وجهت ضربة قاسمة لاقتصاديات الآسيان حيث انخفض النمو الاقتصادي فقد كانت الرابطة تستقطب 60% من مجمل الاستثمارات المتدفقة على آسيا وذلك قبل عام 1997 وتراجعت هذه النسبة إلى 20% فقط في الوقت الراهن ومن الأهمية القول أن دول الآسيان اعتبرت خلال 30 عاماً من وجودها أنجح منظمة إقليمية لدول نامية، في حين قيمة التجارة البينية لدول الآسيان تقدر بـ 166.1 مليار دولار وهو ما يمثل نسبة 22% من التجارة البينية إلى التجارة الخارجية. أما عن رؤية الرابطة لعام 2020¹ تتضمن تطلع الرابطة لأن تكون منطقة سلام وحرية وحياد تزول فيها أسباب الصراع وتحل الخلافات

¹ محمد محمود الإمام، "تجارب التكامل العالمية ومغزاها للتكامل العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط01، 2004، ص: 286 .

بالطرق السلمية، تساهم فيها الموارد البشرية والطبيعية في التنمية والرفاهية للجميع وكمنبر تسوده الديمقراطية وأن تتحول إلى مشاركة في التنمية تنطوي على تكامل أوثق داخل الإقليم وتحقيق اندماج أمتن وتكامل اقتصادي يضيق الفجوة بين مستويات التنمية للدول الأعضاء مع التأكيد على بقاء نظام التبادل عادلا ومنفتحاً، وبلوغ تنافسية عالمية. وتعهدت بالعمل على تحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي والمالي بالتشاور حول السياسات الاقتصادية الكلية و المالية، وعلى تعزيز التعاون والتكامل الاقتصاديين وذلك من خلال : استكمال منطقة التجارة الحرة وتسريع تحرير تجارة الخدمات، إقامة منطقة الآسيان للاستثمار بحلول 2010 وتحرير تدفق رأس المال بحلول 2020، تكثيف وتوسيع نطاق التعاون، تجميع وتوسيع الروابط الإقليمية الخارجية، تعزيز نظام التجارة متعدد الأطراف، تعزيز دور قطاع الأعمال كمحرك للتنمية.

والخلاصة أن إشكالية الصلة بين التعاون الاقتصادي وتوسع الاعتماد المتبادل بين مجموعة الآسيان من جهة وقضايا الأمن وسياسته من جهة أخرى هذا هو التحدي البارز لدول الآسيان و الرأي السائد هو أن التحسن في التعاون الاقتصادي ينعكس على التعاون السياسي و الأمني إلا أن هذا الاستنتاج لا يوجد له ما يعززه في الواقع إذ أن قضايا السياسة والأمن تبقى الأقرب إضافة إلى قضية السيادة والمشاعر الوطنية كما أن متخذي القرار يهتمون ويقلقون على أمور الأمن أكثر من قلقهم على تعثر سياسات الاقتصاد والتنمية .

المطلب الثالث : منطقة التجارة الحرة لأمريكا اللاتينية- لافتا - " LAFTA "

ناقش مؤتمر اقتصادي لمنظمة الدول الأمريكية في 1957 سبل معالجة الانكماش الذي أصاب التجارة الإقليمية ، أعقبه تقدم دول القرن الجنوبي الأربع بمشروع اتفاقية تنفق مع قواعد الجات، في المقابل دعت الايكل إلى سوق مشتركة بدءا بمرحلة انتقالية مدتها عشر سنوات تزال خلالها عوائق التجارة الإقليمية، مع السماح بإبطاء الحركة بالنسبة إلى السلع الزراعية و السلع الاستهلاكية المصنعة حتى لا يتسبب خلق التجارة في إثارة قلق اقتصادية، مع وضع نظام إقليمي للمدفوعات و لم يتطرق المشروع لتطوير البنية الأساسية للإقليم أو إنشاء بنك تنمية إقليمي،¹ وعليه عقدت معاهدة مونتفيدو(أورغواي) لإنشاء منطقة التجارة الحرة لأمريكا اللاتينية.

أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة لأمريكا اللاتينية Latin American Free Trade Area "

و المعرفة باختصار باسم " لافتا " LAFTA وقد أنشئت هذه المنطقة بموجب معاهدة مونتفيدو عام 1960 وتكونت في بادئ الأمر من سبع دول هي: البرازيل، شيلي، بيرو، أوروجواي، الأرجنتين، المكسيك، بارجواي، ثم انضمت إليها كل من كولومبيا و إكوادور عام 1961 ، ثم فترويلا و بوليفيا عام 1968، و لا تهدف هذه

¹ محمد محمود الإمام، " تجارب التكامل العالمية "، مرجع سبق ذكره، ص: 362 .

المحاولة التكاملية إلى الذهاب ابعده من مجرد تكوين منطقة تجارة حرة من خلال إلغاء القيود الجمركية بين الدول الأعضاء فيها تدريجياً،¹ دون توحيدها قبل العالم الخارجي. وقد قررت الاتفاقية مراعاة ظروف الدول الأقل نمواً بمنحها معاملة تفضيلية خاصة من حيث التخفيضات والإعفاءات الجمركية و إزالة القيود الكمية مع إعانتها فنياً.²

ثانياً: الأساليب التي تبعت لتحقيق المنطقة

1- تحرير التبادل التجاري على المنتجات المصنعة:

في مقام أول، عالجت اتفاقية "منتيفيديو"، موضوع التبادل التجاري بين دول المنطقة فيما يخص المنتجات المصنعة، فقد وضعت لتحقيق ذلك برنامج لتحرير تجارة المنتجات المصنعة، ينفذ خلال فترة تمتد إلى 12 سنة ابتداءً من سنة 1961. ويقوم هذا البرنامج على تخفيض الرسوم الجمركية و الرسوم الأخرى و القيود الكمية على السلع المستوردة من المنطقة بنسبة تساوي ما لا يقل عن 8 في المائة سنوياً وفي غضون هذه الفترة تقوم الدول الأعضاء تدريجياً بإزالة هذه الحواجز، بغية تحريرها في نهاية فترة الانتقال كلياً وبذلك سيشمل هذا التخفيض في البداية (نسبة 25 في المائة) من المنتجات المصنعة المتبادلة بين دول المنطقة، خلال السنوات الثلاث الأولى ونسبة 50) في المائة (التخفيض الكامل على المنتجات التي تشكل (50 في المائة) خلال الست سنوات الأولى وإلى 75 في المائة خلال التسع سنوات الأولى. وفي خلال السنوات الثلاثة الأخيرة، ستعفى جميع هذه المنتجات من كافة القيود المختلفة المفروضة على تجارة هذه المنتجات. وقد تم استثناء بعض السلع من هذه التخفيضات المشار إليها إذا كانت هذه الأخيرة تؤدي إلى نتائج سلبية بالنسبة لصناعة هذه السلع المنتجة محلياً، والتي تعتبر ذات أهمية خاصة بالنسبة لإحدى الدول الأعضاء على أن تكون هذه الاستثناءات ذات طابع مؤقت وإذا استمرت أكثر من عام، يجب الدخول في مفاوضات لإلغائها نهائياً.³

2- تحقيق التكامل الصناعي الإقليمي:

نصت اتفاقية "منتيفيديو" على تشكيل "اتفاقيات للتكامل الصناعي"، وهي عبارة عن اتفاق يتم بين طرفين أو أكثر من الأطراف الأعضاء لتحرير تجارتها في صناعات معينة بحيث تكون عمليات التحرير قاصرة على الأطراف التي تنظم إلى هذه الاتفاقيات ويمكن بالتالي استثناء أية دولة عضو منها متى رغبت في ذلك. وتعقد من قبل ممثلين عن المشروعات الصناعية (القطاع الخاص المحلي و الأجنبي) في إطار مفاوضات قطاعية للوصول إلى مقترحات تخفيض التعريفات و صياغة الاتفاقيات التكاملية وتقديمها إلى سكرتارية المجلس

¹ سامي عفيفي حاتم، "التكتلات الاقتصادية بين التنظير والتطبيق"، مرجع سبق ذكره، ص: 291.

² إيمان عطية ناصف، "مبادئ الاقتصاد الدولي"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2006، ص: 220.

³ حواشكية محمد هشام، "التكتلات الاقتصادية الدولية"، المطبوعات الجامعية، حلب، سورية، 1972، ص: 360.

المشرف على المنطقة لإقرارها، وتهدف هذه الاتفاقيات العمل على منع بقية الدول الأعضاء القيام بإنتاج نفس السلعة التي خصصت للبلد المعني، كأسلوب لتحسين كفاية التوزيع ومنع الازدواج في الاستثمارات¹.

ثالثاً: التجارة البينية لدول اللافنا

لقد حدث تفاوت في أهمية التجارة البينية لدول اللافنا و الذي يمكن إبرازه من خلال التحليل التالي² :
تتأثر حركة التجارة البينية كثيراً بوزن الدول الثلاث الأكبر، التي كانت تستحوذ على 45% من الصادرات في 1960، ارتفعت إلى 57% في أواخر السبعينات، وإلى 62% في منتصف الثمانينات، بينما تراجع نصيبها من الواردات من 53% إلى حوالي 47%، و كان وزن البرازيل أكثر تأثيراً حيث كان يتم معها أكثر من نصف تجارة الدول الثلاث معاً، رغم أن صادراتها البينية أصبحت بحدود 10% من جملة صادراتها، بينما وارداتها البينية حوالي 12% من جملة وارداتها مقابل هذا فإن نسبة الصادرات البينية للأرجنتين تقارب 20% من جملة صادراتها، بينما ارتفعت نسبة وارداتها البينية من حوالي 20% إلى أكثر من 30%، وتوضح أهمية السوق الإقليمية لهذه الدول من أنها استوعبت 96% من صادرات الأرجنتين من وسائل النقل، 87% من صادراتها من المنتجات الكيماوية و 60% من صادرات البرازيل من السيارات، و 90% من صادرات الآلات الكهربائية من كولومبيا، و الواقع أن النمو الذي شهدته التجارة خلال العقد الأول من حياة الرابطة لا يعزى -إليها بقدر ما يعزى إلى سياسات الدول المعنية ذاتها فخلال السنوات 1961-1970 زادت الصادرات الكلية للإقليم بنسبة 45% بينما زادت الصادرات البينية بنسبة 162%، وزادت الصادرات الصناعية الكلية 208% و البينية منها 380%، لذلك ارتفع نصيب المنتجات الصناعية من جملة الصادرات البينية من 23,2% في 1961 إلى 42,4% في 1970، و ارتفعت هذه النسبة للبرازيل من أقل من 35% إلى 70%، وتمثل التدفقات التجارية التي ترتبت على اتفاقيات التام الصناعي حوالي 7,3% من الصادرات الصناعية البينية، وبناء عليه فإن إسهامها لم يتجاوز 0,4% من جملة التجارة البينية.

المطلب الرابع: المنطقة الأوروبية للتجارة الحرة (EFTA)

تعتبر منطقة التجارة الحرة الأوروبية من بين أهم نماذج مناطق التجارة الحرة في العالم، إذ يمكن اعتبارها تجربة مهمة بالنسبة للدول العربية و التي يمكن الاستفادة منها.

أولاً: نشأة منطقة التجارة الحرة الأوروبية

أسفرت نهاية الحرب العالمية الثانية وما تمخضت عنه من نتائج و تداعيات، عن ظهور حاجة ملحة لمبادرة دولية لإعادة بث الروح مرة أخرى في الاقتصاديات الأوروبية المنهكة، لتكون بمثابة تجسيد عملي لحالة التصالح بين فرنسا و ألمانيا من جانب، و تطرح خطوة أولى اتجه نظام أوروبي جديد من جانب آخر

¹ عبد الوهاب حميد رشيد، "الدور التكاملي للمشروعات العربية المشتركة"، الطموحات والآراء، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1985، ص 5.

² محمد محمود الإمام، تجارب التكامل العالمية، مرجع سبق ذكره، ص: 366-367.

في ظل هذا المناخ خرج اقتراح توحيد السيطرة على إنتاج الفحم و الحديد في أوروبا، اللذين كانا يمثلان الركيزة الأساسية لاقتصاد أي دولة في الخمسينات، على ألا تتم هذه السيطرة بالطرق التقليدية عن طريق الاتفاقيات الثنائية بين الحكومات، و لكن من خلال سلطة مشتركة تكون قرارها ملزمة لهذه الحكومات.

نتيجة لهذه المبادرة وقعت كل من بلجيكا و فرنسا و ألمانيا و إيطاليا و هولندا و لكسمبورغ في 18 أبريل 1951 معاهدة إنشاء الجماعة الأوروبية للفحم و الصلب إلى سوق أوروبية مشتركة في هاتين السلعتين الإستراتيجيتين تحت مسؤولية السلطة العليا التي حولت صلاحيات متسعة النطاق لوضع القواعد الملزمة، بالإضافة إلى الصلاحيات الإدارية اللازمة لتحقيق هذا الهدف.

وفي 25 مارس 1957، أي بعد مرور ست سنوات على إنشاء السوق الأوروبية للفحم والصلب، أبرمت نفس الدول الست معاهدتين جديدتين في العاصمة الإيطالية روما، الأولى: لإنشاء الجماعة الأوروبية للطاقة النووية لنشر الاستخدام السلمي للطاقة النووية، و الثانية: لإنشاء الجماعة الاقتصادية الأوروبية، التي تعدت مجرد تحرير التجارة بين الأعضاء لتلزمهم بتحقيق مزيد من التعاون و التكامل الاقتصادي خلال فترة زمنية محددة، واستشرفت الاتفاقية خلق سوق أوروبية مشتركة و تطبيق سياسات موحدة.

و لقد اتخذت المملكة المتحدة موقف المتخوف من التجمع الأوروبي الجديد خشية أن يفقدها انضمامها إليه جانباً من سيادتها المطلقة على سياستها الاقتصادية، وركزت اهتمامها على إنشاء منطقة أوروبية للتجارة الحرة، و نتيجة لذلك خرجت إلى النور منطقة التجارة الحرة الأوروبية (EFTA)¹.

ثانياً: تعريف منطقة التجارة الحرة الأوروبية

أقيمت منطقة التجارة الحرة الأوروبية بين سبع دول أوروبية هي إنجلترا و البرتغال و النمسا و سويسرا و النرويج و الدانمرك و السويد بعد توقيع معاهدة ستوكهولم في 4 جانفي 1960 ليبدأ تنفيذها اعتباراً من 3 ماي 1960

و لم تتضمن هذه الاتفاقية إقامة تعريف موحدة فيما بين الدول السبعة و العالم الخارجي و لكن تظل لكل دولة أنظمتها الجمركية الخاصة بها²، ثم انضمت فنلندا في 1961 و استكملت عضويتها في 1986، بينما انضمت أيسلندا في عام 1970، و تقوم على:

- إلغاء الضرائب الجمركية على منتجات الدول الأعضاء
- احتفاظ كل دولة بتعريفاتها الجمركية في تعاملاتها مع دول الاتحاد
- إلغاء القيود الإدارية من نظام الحصص و غيره على الصادرات و الواردات
- التحرير التدريجي لتبادل المنتجات الصناعية أما الزراعية و السمكية فتستثنى من هذه المعاهدة
- عدم المنافسة بين دول المعاهدة عن طريق إعانات التصدير و غيرها من أساليب المنافسة

¹ أسامة المحجوب، "العولمة و الإقليمية: مستقبل العالم العربي في التجارة الدولية"، مرجع سبق ذكره، ص: 57-58.

² إيمان عطية ناصف، مرجع سبق ذكره، ص: 220.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

- حق إقامة المشروعات لرعايا أية دولة أخرى عضو في المعاهدة
- حق انسحاب أية دولة من المعاهدة بشرط إعلان ذلك قبل الانسحاب بسنة كاملة

ثالثاً: أهداف المنطقة

كان الهدف من إنشاء المنطقة الأوروبية للتجارة الحرة هو إيجاد صيغة للتعاون بين هذه الدول يحقق بها الأهداف التالية:¹

- إعادة الوحدة إلى الدول الأوروبية في المجال التجاري عن طريق إنشاء قاعدة التجارة الحرة بينها وبين كل الدول الأوروبية.

- إمكان الوصول إلى صيغة مناسبة للتعاون بين الدول الأعضاء في السوق الأوروبية المشتركة و الدول الأعضاء في المنطقة الأوروبية للتجارة الحرة عن طريق الاتفاق في المستقبل على أسلوب صيغة هذا التعاون كمجموعة من الدول.

- التخفيف من الحواجز التجارية، وتيسير إنشاء تكامل اقتصادي وثيق بين دول منظمة التعاون الاقتصادي الأوروبي بصفة خاصة، من أجل المساهمة في تحقيق زيادة معدلات النمو وضمان المنافسة وزيادة الإنتاجية وتحسين مستوى المعيشة وتحقيق الاستقرار وتنمية التجارة.²

رابعاً: الأساليب التي اتبعت لتحقيق هذه الأهداف

تتمثل الأساليب التي اتبعت من اجل تحقيق الأهداف المذكورة سابقاً فيما يلي³:

- **تحرير التجارة:** عن طريق حرية انتقال السلع المنتجة داخل دول منطقة التجارة الحرة، وقد استتنت الاتفاقية من ذلك المنتجات التالية:

-الإنتاج الزراعي ،بسبب اعتماد دول معينة من داخل المنطقة على الصادرات الزراعية بالذات الدانمرك و البرتغال ، لتحقيق قدر من الاستقرار في الإنتاج الزراعي و المحافظة على دخول المزارعين ومع ذلك فلم تستبعد اتفاقية إنشاء منطقة التجارة الحرة إمكانية دخول بعض الدول الأعضاء في اتفاقيات ثنائية لتبادل المنتجات الزراعية ،إلا أنه في هذه الحالة ،اشتراطت الاتفاقية إخطار بقية دول المنطقة على أن يمتد اثر هذه المعاملة التفضيلية على بقية الدول الأعضاء.

-استثناء الأسماك وبقية منتجات البحار من حرية تداول السلع المنتجة من الدول الأعضاء بناء على طلب الترويج.

- إلغاء التعريفات الجمركية بين الدول الأعضاء:

¹ صبحي تادرس قريصة ،"مدحت محمد العقاد ،النقود و البنوك و العلاقات الاقتصادية الدولية" ،دار النهضة العربية بيروت، لبنان1983، ص: 430.

² فليح حسن خلف ، مرجع سبق ذكره ،ص:248 .

³ صبحي تادرس قريصة ،مدحت محمد العقاد،مرجع سبق ذكره ، ص:431، 430.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

على أن يتم الإلغاء بالنسبة للتعريفات الجمركية على الواردات على مراحل ينتهي في شهر جانفي 1970 ، ومع ذلك فقد أجازت الاتفاقية استثناء بعض الدول من أحكام هذه القاعدة نظرا لظروفها الخاصة، وطبقا لذلك تم استثناء كل من:

- البرتغال بسبب تخلف صناعتها نسبيا عن بقية الدول الأعضاء في المنطقة ولذلك وافق على الإبقاء على تعريفاتها الجمركية بالنسبة للصناعة حتى نهاية عام 1979.

- الموافقة على أن تقوم أيسلندا بتخفيض تعريفاتها الجمركية على الواردات من دول المنطقة بمقدار 30 في المائة على أن تلغي هذه التعريفات كلية عام 1980 .

- هذا وكان قد تم استثناء كل من فنلندا و النرويج من هذه التخفيضات لفترة إلا أنه تم إلغاء التعريفات على الواردات من دول " المنطقة " في عام 1967 بالنسبة لفنلندا، و في عام 1970 بالنسبة للنرويج.

- ما حققته المنطقة في مجال التجارة الدولية:

بعد إنشاء منطقة التجارة الحرة الأوروبية توسعت تجارة دول الأعضاء فيما بينها وفيما بين دول العالم وذلك وفقا للتحليل التالي¹ :

- تمت صادرات دول منطقة التجارة الحرة إلى دول العالم بسرعة أكبر خلال الفترة (1959-1969) عنها خلال الفترة (1950-1959) إذا كان 10 بليون دولار أمريكي في 1950 ارتفع إلى 18 بليون دولار في 1959 ثم 38 بليون في 1969 .

- أما فيما يتعلق بصادرات دول منطقة التجارة الحرة فيما بينها بعضها البعض نجد أن هذه السنوي - الصادرات نمت خلال الفترة من (1959 - 1969) حيث بلغ متوسط المعدل لنمو الصادرات 11 في المائة مقابل 6,5 في المائة خلال الفترة من (1950 إلى 1959) (و بالأرقام المطلقة من 2 بليون دولار أمريكي في 1950، إلى 3,5 بليون في 1959، 10 بليون في 1969 هذا بالرغم من أنه خلال الفترتين كان معدل النمو في تجارة دول أعضاء المنطقة اقل من المتوسط العالمي للزيادة.

كذلك يلاحظ أن الانجازات التي تمت بالنسبة للدول الأعضاء كانت في الفترة الثانية أحسن منها في الفترة الأولى.

ابتداء من عام 1959 حققت كل الدول الأعضاء منطقة التجارة الحرة (باستثناء الدانمرك و المملكة المتحدة) زيادة في معدل صادراتها تربو عن متوسط معدل الزيادة العالمي حيث بلغ معدل الزيادة في المتوسط 3,8 في المائة خلال الفترة (1950-1959) ، 9,7 في المائة إبان الفترة 1959-1969 وهذا المعدل يقل عن معدل الزيادة في الصادرات الإجمالية لدول أوروبا الغربية و خاصة لدول السوق الأوروبية المشتركة.

¹ صبحي تادرس قريصة ،مدحت محمد العقاد،مرجع سبق ذكره ،ص:432 .

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

- يمكن أن نعزي جزءاً من الزيادة في التبادل التجاري بين دول منطقة التجارة الحرة إلى زيادة المنافسة بين المنتجات الصناعية لدول المنطقة الحرة وذلك نتيجة لإلغاء الحواجز الجمركية فيما بين دول المنطقة ، كما أن حوالي ربع زيادة الكلية في التبادل التجاري بين الدول أعضاء منطقة التجارة الحرة إبان الفترة-1959 - 1969 إنما يرجع إلى إنشاء المنطقة ذاتها ، بينما يرجع أكثر من نصف هذه الزيادة إلى تحويل التجارة من الدول غير الأعضاء إلى الدول أعضاء المنطقة.

وتكمن أسباب نجاح التجربة الأوروبية والتي يمكن أن تأخذها الدول العربية بعين الاعتبار في مجموعه من العوامل أهمها:

- الالتزامات القانونية التي قطعتها الدول الأوروبية على نفسها عند انضمامها إلى المجموعة الاقتصادية الأوروبية ، وباشرت بخطوات وإجراءات متواصلة للوفاء بالالتزامات المترتبة عليها.
- تم تشكيل مجموعه كبيرة من اللجان الفنية المتخصصة واستطاعت وضع برامج ساعدت في تجاوز الاختلافات و الفروقات الاقتصادية والفنية التي تواجه كل دولة ، وعملت على توحيد المرجعيات الفنية مثل المواصفات والمقاييس والمعايير الصحية والنقل والتجارة والاستثمار وقواعد المنشأ لدول الاتحاد الأوروبي ، والتي شكلت نقطه دفع رئيسية ساعدت على الوصول إلى الهدف المنشود.
- شكلت الإرادة السياسية الرسمية والشعبية أهم عناصر تحقيق الوحدة الاقتصادية، وهذا ما نفتقر إليه نحن في كافة مراحل التعاون العربي الاقتصادي المشترك.

المبحث الثالث: تحديات التجارة الالكترونية في مناطق التجارة الحرة

لقد احدث التطور الذي شهده العالم، مع دخوله القرن الواحد و العشرون ثورة معلوماتية أطلق عليها الثورة الصناعية الثالثة أو الموجة البشرية الثالثة، و يتوقع أن تقود هذه الثورة المعلوماتية إلى قيام اقتصاد جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات، يختلف في نوعيته و بنيته و آلياته و نظرياته عن الاقتصاد التقليدي مما يؤدي إلى إضافة قطاع اقتصادي جديد بجانب القطاعات الاقتصادية التقليدية: الزراعية و الصناعية و الخدمية، و توقعت دراسات قامت بها منظمة التعاون الاقتصادي أن يهيمن هذا الاقتصاد الجديد (اقتصاد المعلومات) على نحو 80 % من حجم النشاط الاقتصادي الإجمالي بحلول عام 2012.

المطلب الأول: واقع التجارة الالكترونية في البيئة العالمية

شهد عقد التسعينيات من القرن العشرين و إلى الآن تطورات هامة و متلاحقة في نمط التجارة العالمية و أساليبها و في مقدمتها التجارة الالكترونية استفادة من التطور الهائل في الأساليب الحديثة و التطبيقات التكنولوجية في وسائل الاتصالات.

حيث تشير الإحصائيات في شأن التجارة الالكترونية إلى أن حجم سوق التجارة الالكترونية على مستوى العالم يعرف نموا مطردا، فحسب ما ورد في تقرير التجارة الالكترونية لسنة 2002 و الذي يصدره مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية التابع للأمم المتحدة فقد بلغ حجم التجارة الالكترونية لسنة 2002 حوالي 2293 مليار دولار، بينما قدرت في سنة 2004 ب 6201 مليار دولار، أما في سنة 2007 فقد تجاوزت ما قيمته 1.9 تريليون دولار أمريكي مما شكل نموا سنويا مركبا بنسبة 76% على مدى السنوات الخمس الماضية، الأمر الذي يدل على أن التجارة الالكترونية أخذت تلعب دورا متزايدا في منظومة التجارة العالمية، و قد استحوذت الولايات المتحدة بمفردها على مركز الصدارة من حيث نصيبها من إجمالي حجم التجارة الالكترونية العالمية بنسبة 55% بينما تمثل ارويا و آسيا ما نسبته 25% و بقية العالم النسبة الباقية و قدرها 20% مما يدل على الدور و الثقل الذي يمثله الاقتصاد الأمريكي للتجارة العالمية، كما شهدت السنوات الأخيرة تطورات هامة و متلاحقة في نمط التجارة العالمية و أساليبها بحيث يمكن رصد أن أهم التطورات التي شهدت الأسواق العالمية هي انتشار التجارة الالكترونية بصورة لم يسبق لها مثل منذ بدء الاستفادة من التطور الهائل في الأساليب العالمية و التطبيقات التكنولوجية في وسائل الاتصالات¹، و يتوقع أن تصل في سنة 2012 إلى أكثر من 150000 مليار دولار، غير أن الدول المتقدمة تسيطر على أكبر نسبة منها و خاصة أمريكا الشمالية التي كانت تسيطر على أكثر من 70 % منها سنة 2008.

¹ أيمن النحراوي، "لوجيستيات التجارة الدولية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009، ص158.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

أولاً: استخدام الانترنت على المستوى العالمي

أصبح استعمال الانترنت يتوسع و لو بوتيرة بطيئة، ففي عام 2009 كان حوالي 26 % من سكان العالم أو 1,6 مليار نسمة ممن يستعملون الانترنت و تبقى النسبة في البلدان المتقدمة أعلى بكثير منها في الدول النامية، حيث لا يزال أربعة من كل خمسة أشخاص مستبعدين من فوائد الدخول على خط الانترنت، و الجدول التالي يوضح عدد مستخدمي الانترنت في العالم لسنة 2010 كما يلي:

الجدول (2-3): عدد مستخدمي الانترنت في العالم لسنة 2010

مناطق العالم	عدد السكان لسنة 2010	عدد مستخدمي الانترنت لسنة 2000	عدد مستخدمي الانترنت لسنة 2010	نسبة المستخدمين من إجمالي السكان لسنة 2010	نسبة التطور ما بين 2000-2010
إفريقيا	1.013.779.050	4.514.400	110.931.700	10,9 %	2.357,3 %
آسيا	3.834.792.852	114.304.000	825.094.396	21,5 %	621,8 %
أوروبا	813.319.511	105.096.093	475.069.448	58,4 %	352 %
الشرق الأوسط	212.336.924	3.284.800	63.240.946	29,8 %	1.825,3 %
أمريكا الشمالية	344.124.450	108.096.800	266.224.500	77,4 %	146,3 %
أمريكا اللاتينية	592.556.972	18.068.919	204.689.836	34,5 %	1.032,8 %
أستراليا	34.700.201	7.620.480	21.263.990	61,3 %	179 %
مجموع العالم	6.845.609.960	360.985.492	1.966.514.816	28,7 %	444,8 %

Source : internet world stats(usage and population statistics)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن هناك تفاوت واضح في انتشار الإنترنت عبر مناطق العالم، فنجد أن نسبة مستخدمي الإنترنت في إفريقيا لا يتجاوز 10.9% من مجموع السكان، و 21.5% في آسيا، و 29.8% في الشرق الأوسط، و هذا رغم أن ارتفاع هذه النسبة من سنة 2000 إلى 2010 بلغ نسباً مرتفعة جداً فوصلت 2.3573% في إفريقيا، و 1.82253% في الشرق الأوسط، و هذه المؤشرات لا تقارن مع مؤشرات الدول المتقدمة الذي يتجاوز متوسط استعمال الإنترنت فيها 60% من مجموع السكان. و هذا إن دل على شيء فإنما

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

يدل على أن العولمة المروج لها التي تسمح بانتقال تكنولوجيا الاتصال ليست إلا شعارات، و أن الدول المتقدمة لم تسمح بالانتقال السهل و الكامل.

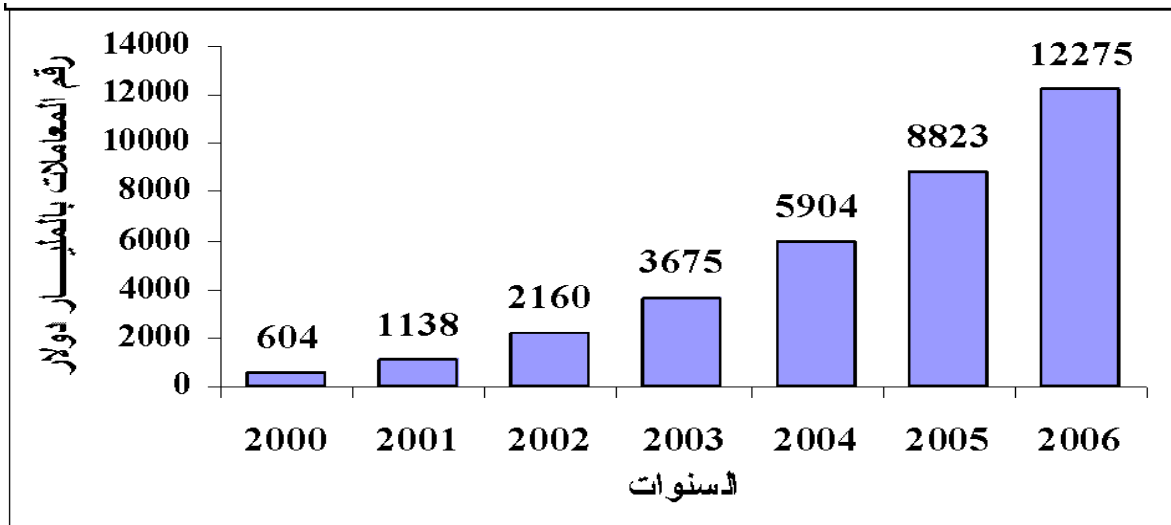
ثانيا: حجم التجارة الالكترونية في البيئة العالمية

إن تطور التجارة الالكترونية و خاصة عن طريق الانترنت فاق كل التصورات ، حيث لوحظ أن هناك تفاوت كبير بين الأرقام الصادرة أو المنشورة من جهات و دراسات مختلفة حول حجم التجارة الالكترونية خلال الفترة الزمنية الحالية، و قد أدى هذا التفاوت في الأرقام إلى عدم وجود رقم محدد حول حجم التجارة الالكترونية سواء كان في الماضي أو الحاضر أو المستقبل، ، حيث بلغ حجم الإنفاق العالمي عليها حوالي 81مليار دولار، في حين تشير آخر الإحصائيات أن حجم التجارة الالكترونية العالمية بلغ 8 تريليون يورو عام 2010، كما أشارت بعض التقديرات أن قيمة تجارة السلع و الخدمات الكترونيا على شبكة الانترنت قد بلغت ما قيمته 800 بليون دولار في عام 2007 ، بينما وصلت العوائد المختلفة لهذه التجارة إلى حوالي 3 بليون يورو.

و قد أشارت العديد من الدراسات التي أجريت من قبل هيئات متعددة تابعة للاتحاد الأوروبي إلى أن المعاملات التجارية التي تتم خلال التجارة الالكترونية تنمو بمعدلات كبيرة جدا و أن أكثر من 120 دولة على مستوى العالم أصبحت تستخدم الانترنت على نطاق كبير و أن هناك أكثر من 25 مليون شركة مضيضة للانترنت، و من المتوقع أن يزيد معدل النمو في الاقتصاد الرقمي للدول المتقدمة في السنوات القادمة.

تمثل التجارة الإلكترونية و درجة انتشارها منعكسا واضحا عن مدى توسع ظاهرة العولمة' حيث يعبر انتشارها في أي دولة عن مقدرة واضحة للمتعاملين في ذلك البلد على الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة و استعمالها أحسن استعمال من اجل رفع مردودية أعمالهم و تخفيض تكاليفها. و سنحاول استعراض انتشار التجارة الإلكترونية و توزيعها عبر العالم من خلال الشكلين الموليين:

الشكل (2-3): نمو التجارة الإلكترونية ما بين الشركات عبر العالم من 2000 إلى 2006:

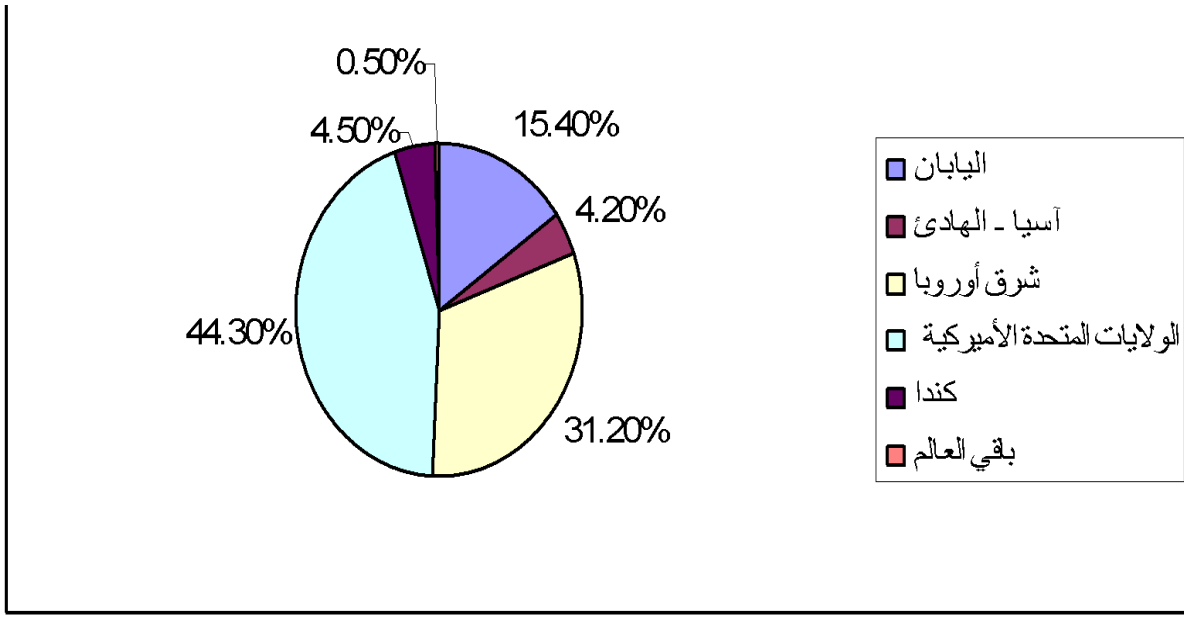


المصدر: بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب: أثر التكنولوجيا الإعلام و الإتصال في دفع عجلة التنمية. مجلة الباحث، عدد 07 / 2009-2010 . ص254.

من خلال الشكل (2-3) نلاحظ أن حجم التجارة الإلكترونية العالمية في زيادة مضطردة منذ سنة 2000 حيث كانت 604 مليار دولار إلى غاية سنة 2006 أين وصلت 12275 مليار دولار، أي أنها تضاعفت بأكثر من 20 مرة، و هذا ما يدل على التوسع في استخدام تكنولوجيا الاتصال بين المتعاملين الاقتصاديين في مختلف مناطق العالم. و بالنسبة للتجارة الإلكترونية بين الشركات و الزبائن فتعتبر قليلة جدا مقارنة مع التجارة الإلكترونية بين الشركات. حيث في سنة 2001 : 74 مليار دولار، لتصل سنة 2004 : 452 مليار دولار، و رغم هذا الارتفاع فإن نسبتها تتراوح بين 7% و 8% من إجمالي التجارة الإلكترونية.¹

¹ بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، "أثر التكنولوجيا الإعلام و الإتصال في دفع عجلة التنمية"، مجلة الباحث، عدد 07 / 2009-2010 ص247

الشكل (2-4): التجارة الإلكترونية العالمية الموجهة لعام 2003



المصدر: التكنولوجيا و العولمة Trade and globalization.. www.globalisation101.org. P 07

أما بالنسبة لتوزيع التجارة الإلكترونية عبر مناطق العالم، فنلاحظ من الشكل (2-4) أن الدول المتقدمة تستحوذ على أكثر من 95% من حجم التجارة الإلكترونية، في حين أن العالم النامي (آسيا و المحيط الهادي، إفريقيا و الشرق الأوسط، و أمريكا الجنوبية) لا يتعامل إلكترونياً إلا بنسبة لا تتجاوز 5% من إجمالي المعاملات الإلكترونية العالمية.

و من هنا نلاحظ أن العولمة التجارية و توفير التكنولوجيا اللازمة للقيام بالتجارة الإلكترونية لمختلف مناطق العالم، غير محققة بالشكل اللازم، و هذا يعني قصور ظاهرة العولمة في تعميم الاستفادة من مزاياها في المجال التجاري عبر الدول النامية و المتخلفة.

المطلب الثاني: الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية في مناطق التجارة الحرة

تعتبر الثورة العلمية والتكنولوجية ميزة بارزة للعصر الراهن وللنظام الاقتصادي العالمي الجديد، كما أصبحت في العقدين الأخيرين تمثل قوة دفع لتيارات العولمة وما يترتب عليها من إعادة تأسيس العمل الدولي بالتوازي مع اتساع المبادلات الدولية، وتدفقات التجارة والاستثمار والتكنولوجيا... ومن أهم العوامل التي ساعدت على انتشار العولمة ثورة المعلومات والاتصالات التي أتاحت استخدام الكمبيوتر في شبكة الاتصالات العالمية (الإنترنت) مما سهل التجارة في السلع وتزايدت تجارة الخدمات وتسارعت حركة انتقال رؤوس الأموال¹، وسهلت انتقال السلع والخدمات والأفراد والمعلومات، وجعلت قطاع الخدمات أولى مراتب

¹ محمد صفوت قابل، مرجع سبق ذكره، ص: 32.

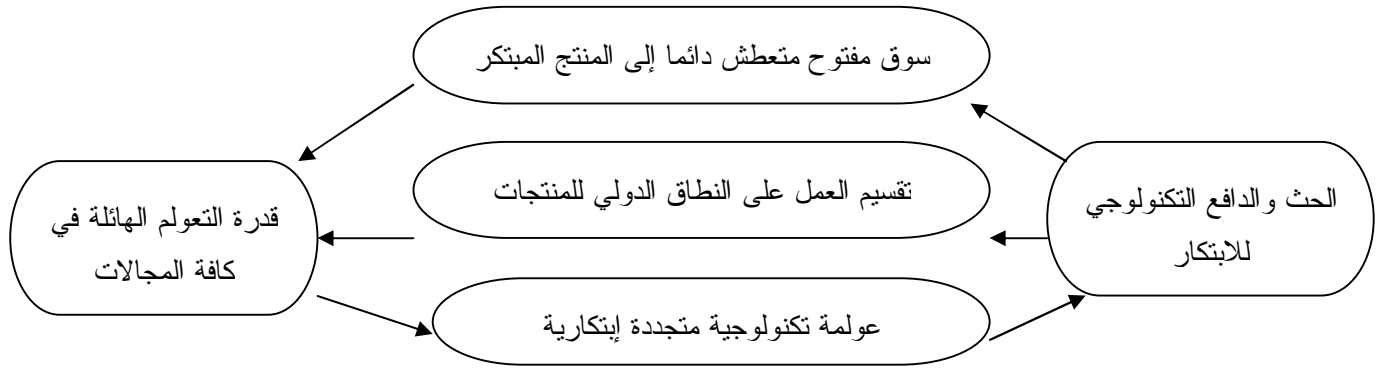
الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

القطاعات الاقتصادية حيث يحتل الآن نصيبا أكبر من النشاط الاقتصادي ويعتبر من أهم العناصر الأساسية للعولمة الاقتصادية نتيجة التطور المذهل لقطاع الإعلام والاتصال.

فالعولمة كالثورة العلمية والتكنولوجية تشير إلى كل التطورات التي من شأنها ربط العالم وتوحيده وبالتالي إلغاء فكرة المكان ومفهوم الزمان، والعولمة كالثورة العلمية والمعلوماتية تتضمن أيضا توصيل المعلومات والخدمات الفورية إلى كل أرجاء المعمورة وبسرعة الضوء، وذلك عبر التجارة الإلكترونية¹، هذا ما أدى إلى ترابط أجزاء العالم المختلفة وربط الأنشطة الاقتصادية المتفرقة جغرافيا.

أمام هذا فقد رأى البعض أن العولمة بذلك سلسلة مترابطة من العمليات التكنولوجية التي تتم بهدف تحرير الأسواق، وتمكين الملكية الخاصة للأصول و تمهيش و تكميش سيطرة الدولة البيروقراطية على النشاط الاقتصادي²، وقد دعمت هذه التكنولوجيا قدرة المشروعات على التعولم. وهذا كما يوضحه الشكل أدناه، حيث نجد في هذا الشكل منظومة تكنولوجية تدافعية، كل فاعل رئيسي فيها يدفع الآخر ويحركه ويحثه من أجل الوصول إلى مجموعة من الأهداف الكلية الخاصة والعامة والشاملة والمتكاملة.

الشكل رقم (2-5): دور التكنولوجيا في زيادة قدرة المشروعات على التعولم



المصدر: محسن أحمد الخضيرى، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وأصبحت ثورة المعلومات هي الوجه المكمل للعولمة ألها مؤشر من مؤشرات المعلوماتية. بمعنى أن آلية المعلوماتية هي آلية العولمة وبالذات في مجال البحث والتطوير³ و العلم كما تشير بعض المعطيات أصبح قوة منتجة وأصبح المحور الذي تدور حوله كل الحقائق الحياتية، هذا ما يجعل الشركات تستثمر في ميدان البحث العلمي لأن المعرفة العلمية تضاعفت كما ونوعا، من هنا نستطيع القول أن الثورة العلمية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدت إلى تعميق عالمية الاقتصاد وتحول العالم إلى قرية واحدة، لذا أصبحت العولمة تقوم

¹ عبد الخالق عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص: 61.

² محسن أحمد الخضيرى، مرجع سبق ذكره، ص: 46.

³ محمد سيد أحمد، "حول إشكالية العولمة"، مجلة السياسية الدولية، العدد 161، المجلد 40، جويلية 2005، ص: 38.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

على توحيد كافة المستويات الاقتصادية والتمويلية والتكنولوجية وتيسير الاتصال السريع بين مختلف الدول، كما تهدف إلى عدم ترك أي بقعة في العالم معزولة عن سيرورة الاقتصاد العالمي.

من جهة أخرى أدى التطور العلمي والتكنولوجي إلى استحداث أنشطة تجارية متمثلة في تبادل التكنولوجيا مع تعاضم أهمية الخدمات في العلاقات الاقتصادية الدولية، وتعاضم أيضا نشاط الشركات العابرة للقارات وتوسعها بصفقتها المنتج الرئيسي للسلع والخدمات في التجارة الدولية.

و عليه يمكن إبراز الفوائد المتحصلة من التجارة الإلكترونية على المستوى القومي في الآتي:¹

-دعم التجارة الخارجية:

توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين. ويظهر أثر التجارة الإلكترونية أكثر وضوحا في تجارة الخدمات بين الدول مما يؤدي بدوره إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال.

- حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة مهمة تقدر بنحو 60% من إجمالي الإنتاج العالمي، وبالرغم من ذلك فإن حجمه لا يتجاوز 20% من التجارة الدولية، وربما يعود ذلك إلى أن أداء كثير من الخدمات يتطلب وسيلة اتصال وكذلك القرب الجغرافي بين المستهلكين والمنتجين. ولكن مع ظهور تقنية المعلومات الحديثة فقد هيأت التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وسيلة الاتصال المفقودة بين المستهلك والمنتج، وبذلك ساهمت في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات.

- وقد أثبتت إحدى الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الإنترنت بمقدار 10% في الدول الأجنبية يؤدي إلى نمو صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية بمقدار 1.7% و 1.1% على التوالي.

و على هذا الأساس يوضح الجدول التالي دور التجارة الالكترونية في تنمية صادرات وواردات بعض مناطق التجارة الحرة في العالم كالآتي:

¹ عابد بن عابد العبدلي"، مرجع سبق ذكره، ص:25.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

الجدول(2-4): صادرات و واردات بعض مناطق التجارة الحرة (مليون دينار)

الواردات	الصادرات	الاتفاقيات
1382.1	860.7	منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى
322.9	294.3	منطقة التجارة الحرة بين الأردن و أمريكا
1104.7	58.0	الشراكة الأردنية الأوروبية
0.011	0.664	منطقة التجارة الحرة بين الأردن و رابطة دول الأوروبية) (الإفتا)
0.586	0.772	منطقة التجارة الحرة بين الأردن و سنغافورة

المصدر: النشرة الالكترونية، السياسة التجارية الخارجية الأردنية، العدد14، المملكة الأردنية الهاشمية، الربع الثاني 2009 .

- دعم التنمية الاقتصادية:

تمثل المشروعات المتوسطة والصغيرة محورا أساسا في التنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية. وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة. بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية. وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

- كما يشير أحد الاقتصاديين إلى أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية فيما بين قطاعات الأعمال يمكن أن يؤدي إلى زيادة دائمة في مستوى الناتج بمتوسط 5 % في اقتصاديات الدول المتقدمة على مدى السنوات العشر القادمة، مما يعني زيادة في نمو الناتج القومي الإجمالي بنسبة 0.25 % في السنة، وتذكر وزارة التجارة الأمريكية أن التجارة الإلكترونية وقطاع تقنية المعلومات كليهما قد أسهما بحوالي 30 % من نمو الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 1995-1998م.

- دعم التوظيف:

تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة، ومن ناحية أخرى توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، و العاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية. بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها.

- دعم القطاعات التكنولوجية:

يتيح انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الإنترنت.

المطلب الثالث: التشريعات الدولية و الإقليمية في مجال التجارة الالكترونية

تثير التجارة الالكترونية الكثير من المشكلات ذات الطبيعة القانونية نظرا لما قد تسببه من ارتكاب للجرائم من خلال أطرافها أو احدها بارتكاب جرائم تزوير أو سرقة أو تحايل أو غير ذلك، وما يهمننا في هذا المجال التنظيم القانوني الدولي (غير الجنائي) للتجارة الالكترونية، والمقصود بالتنظيم القانوني الدولي هو القرارات الدولية التي عاجلت مسألة التجارة الالكترونية سواء الأمم المتحدة أم منظمة التجارة العالمية أم الاتحاد الأوروبي ويدخل ضمن هذا التنظيم القانوني مشاريع القوانين التي قامت البلدان بوضعها بغية تنظيم تلك التجارة.

ولذلك، فإننا نجد من الأجدى أن نتناول التنظيم القانوني الدولي (غير الجنائي) وفق قرارات منظمة الأمم المتحدة، ومن ثم منظمة التجارة العالمية، والاتحاد الإفريقي، تلخيصا لرؤية دولية متخصصة وإقليمية لإضفاء إحاطة شاملة على المعالجة الدولية لعمل التجارة الالكترونية مما يساعد على فهم تلك الرؤية وفق أحكام القانون الدولي العام.

أولا: على الصعيد العالمي:

1- مشروع منظمة الأمم المتحدة لقانون التجارة الالكترونية:

وافقت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي والتي يطلق عليها (الاونسيترال) أو نموذج لمشروع قانون موحد للتجارة الالكترونية في 1996/12/16، وعلى الرغم من أن مشروع القانون لم يعرف (التجارة الالكترونية) واكتفى بتعريف تبادل المعلومات الالكترونية ومن ضمنها التجارة الالكترونية فقد عرف تبادل المعلومات بأنها النقل الالكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات، وقد رأت اللجنة إن هذا التعريف، يغطي كل استعمال المعلومات الالكترونية في التجارة والتي أطلق عليها بالتجارة الالكترونية، وبناء على ذلك، يعد من وسائل الاتصال التي تغطي التجارة الالكترونية، والتي يسعان فيها بالوسائل الالكترونية النقل من كومبيوتر لكومبيوتر لمعطيات تجارية وفقا لنظام عرض موحد (شكل موحد) ونقل الرسائل الالكترونية باستعمال قواعد عامة أو قواعد قياسية والنقل بالطريق الالكتروني كاستخدام الانترنت ويلاحظ أن مشروع قانون (Uncitral) للأمم المتحدة له سلبيات وإيجابيات يمكن بيانها بخصوص موضوع التجارة الالكترونية.

وبالنسبة للسلبيات الملاحظة في هذا المشروع انه لم يعط تعريفا عاما للتجارة الالكترونية خاصة وان التجارة الالكترونية لم يحدد لها الفقه تعريفا واضحا ودقيقا ولذلك كان من الأولى إعطاء تعريف عام للتجارة

الالكترونية حتى يمكن الاسترشاد به في العمل ضمن التجارة الالكترونية مما يعني أن عدم وجود تعريف زاد صعوبة في الأمر.

فضلا عن ذلك، أن مشروع القانون توسع جدا في أساليب التعامل الخاص بالتجارة الالكترونية أي انه تناول تفعيل وسائل التجارة الالكترونية بصورة واسعة وواضحة وعرفها وبالتالي فان المشروع جاء بتعريف الوسائل دون تعريف التجارة الالكترونية نفسها.

أما بالنسبة لاجبايات هذا المشروع فيمكن تلخيصها بالاتي:

أولاً: إن مشروع قانون الأمم المتحدة للتجارة الالكترونية يجوز الأخذ به واحدا من الأمثلة على التعاون الدولي في وضع إطار قانوني دولي مشترك، بغية العمل على تنظيم التجارة الالكترونية بما يساعد الدول على الأخذ بهذا القانون والاسترشاد به في وضع القوانين الوطنية الخاصة بالتجارة الالكترونية ويسمح لإطلاع الدول على الرؤية الدولية التي يجب أن تكون متناسبة مع اهتمامات الدول.

ثانياً: إن القانون النموذجي للأمم المتحدة يضع قواعد محددة بشأن التجارة الالكترونية والتوقيع الالكتروني، إذ يتجه هذا المشروع إلى إثبات صحة المستندات المستخدمة في معاملات التجارة الالكترونية من الناحية القانونية الدولية، مما يساعد على العمل على إعطاء فرصة واضحة لأدراك أهمية تلك المستندات في ظل غياب التشريعات الوطنية والإقليمية اللازمة في عملية تقنين التجارة الالكترونية.

والملاحظ انه ومن نص مشروع قانون الأمم المتحدة فانه يسري على أي نوع من المعلومات في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية، وقد بين المشروع أن المقصود بالأنشطة تفسيرا واسعا بحيث يشمل المسائل الناشئة عن جميع العلاقات ذات الطابع التجاري سواء كانت تعاقدية أو لم تكن، وتشمل العلاقات ذات الطابع التجاري أوردتها القانون على سبيل المثال المعاملة التجارية لتوريد البضائع والسلع والخدمات، التمثيل التجاري، منح التراخيص وغيرها، ومهما يكن من أمر فإننا نرى أن قانون الاونسيترال يعد خطوة مهمة نحو التعاون الدولي بين الدول في وضع اتفاق دولي (اتفاقية شارعة) تعد احد مصادر القانون الدولي والعمل على إقامة تشريع دولي يعمل على تنظيم التجارة الالكترونية، فلقد جاءت لجنة الاونسيترال لتضع مشروع قانون التجارة الالكترونية انطلاقا من إدراك أهميتها بوصفها تختلف عن غيرها في حاجتها إلى قواعد موحدة عالمية إذ يسجل لها الريادة في هذا المجال، من اجل توحيد القواعد القانونية التي تنظم التجارة الالكترونية.

إن قيام منظمة الأمم المتحدة بالقيام بوضع مشروع قانون للتجارة الالكترونية سوف يسهم في العمل ضمن تقنين القواعد التي تعالج مسألة التجارة الالكترونية من الناحية غير الجنائية، إذ أن الناحية الجنائية تبقى

ضمن النطاق الوطني للدول، تعمل بالاسترشاد بمشروع الاونسيترال لكن مع الأخذ بما يلاءم مصلحتها وحماية مصالح الأطراف وبالأخص المستهلك في التجارة الالكترونية¹.

2- منظمة التجارة العالمية والتجارة الالكترونية:

بالنسبة لدور منظمة التجارة العالمية وموقفها من التجارة الالكترونية، فقد أصدرت هذه المنظمة في مطلع عام 1998 الدراسة الخاصة حول التجارة الالكترونية بعنوان (آليات التجارة الالكترونية وما يتعلق بمباشرتها استخدام الانترنت) إذ توصلت في هذه الدراسة إلى اعتبار التجارة الالكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها الاتفاقية الدولية الخاصة بالتجارة في الخدمات، أما بالنسبة لتحديد موقفها الرسمي فضلا عن الدراسة أنفة الذكر فقد بينت في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي المنعقد في أوتاوا في 1998، إذ أشار مدير المنظمة (Reggiro Renoto) إلى أن منظمة التجارة العالمية لا تسعى لوضع قواعد جديدة خاصة بالتجارة الالكترونية، إنما تسعى إلى استخدام التنظيم القانوني القائم والمحدد ضمن اتفاقية الـ (Gatts) الخاصة بالتجارة، وقد كان لمنظمة التجارة العالمية عقد اتفاقية عالمية ضمت ثلاث اتفاقيات رئيسية: الأولى كانت عام 1995 وهي (28) اتفاقية عالمية تؤطرها ثلاث اتفاقيات الأولى (الاتفاقية العامة للتعرفة والتجارة) (جات Gaat) والثانية الاتفاقية للتجارة والخدمات (26) (Gats) والتي جرى وضعها لمواجهة النشاط التجاري المستجد في ميدان خدمات النقل والخدمات المالية والاتصالات والخدمات التقنية والاستشارية والاتفاقية الثالثة، اتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية Trips، والتي تتعلق بمسائل حقوق المؤلف والعلامات والأسرار التجارية وبراءات الاختراع والقواعد العامة المتصلة بالملكية الفكرية وعلاقتها بالتجارة العالمية.

ويأتي دور منظمة التجارة العالمية كون التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من إنتاج وتوزيع وبيع المنتجات بوسائل الكترونية، فنظرا للتطور المتسارع الذي طرأ على مفهوم التجارة ظهرت العديد من المعالجات الفقهية وصولا إلى التعريف القانوني بغية التنظيم الدولي بواسطة المنظمات الدولية والمتخصصة التي واكبت عمل التجارة الالكترونية، ويأتي تدخل منظمة التجارة العالمية أمرا طبيعيا يحاول أن يعطي بعدا اقتصاديا دوليا لمفهوم التجارة الالكترونية من خلال الاتفاقيات الدولية أو المؤتمرات الدولية أو الإقليمية ذات البعد الدولي من اجل إيصال فكرة التجارة الالكترونية ضمن مفاهيم أساسية أو تشريع قواعد جديدة للمعالجة، إلا إن ما يلاحظ على أن المنظمة لم تحتاج إلى إيجاد قواعد تشريعية للتجارة الالكترونية، بل صنفت التجارة الالكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها الاتفاقية الخاصة بالخدمات، وسواء كانت منظمة التجارة قد أدت دورا فاعلا أم لا في تحديد مضمون التجارة الالكترونية، إلا أنها لم

¹ زياد عبد الوهاب النعيمي، "التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية"، متاح على الموقع:

<http://www.elaph.com/Web/opinion/2011/10/688612.html>، تاريخ الإطلاع: 2010-03-15.

تورد لها تعريف عام شامل ولم تورد وسائل مباشرة أو الكترونية، بل اكتفت بالإحالة إلى المفاهيم الأساسية للاتفاقيات المبرمة ذات الشأن لامتداد النشاط إليها بوصفها أي (التجارة الالكترونية) جزءاً لا يتجزأ من تلك الأنشطة التجارية¹.

3- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):

كرست المنظمة أعمالها في عام 1998 بشكل رئيس للتجارة الالكترونية ، منطلقة من قناعة عبرت عنها اجتزتها مرارا مفادها أن التجارة الالكترونية تتطلب حلولاً دولية في مرحلة تنظيمها لان الحلول المتباينة لا تتفق مع الطبيعة الكونية لهذا النمط من الأعمال ، ولان التباين قد يقيم حدوداً لا تقبلها التجارة الالكترونية ، ومن ابرز أنشطة هذه المنظمة في ميدان التجارة الالكترونية المؤتمر العالمي للتجارة الالكترونية الذي عقد في الفترة من 7-9 أكتوبر 1998 في مدينة أوتاوا ، وبعد أوسع مؤتمر في هذا الإطار ، حيث حضره نحو ألف مندوب يمثلون الدول الأعضاء في المنظمة وشارك عنها الوزراء وكبار المسؤولين عن التجارة والاقتصاد في هذه الدول ، وممثلون عن 12 دولة ليست عضواً في المنظمة ، و12 منظمة دولية ، وممثلو الاتحادات النوعية التجارية والصناعية ، وممثلو مجموعات المستهلكين ، والمنظمات غير الحكومية الاقتصادية والاجتماعية . وقد ناقش المؤتمر على مدى يومين مسائل بناء الثقة لدى الزبائن والمستخدمين ، وتحديد معايير وقواعد حماية الخصوصية والبيانات الشخصية المخزنة في النظم والتبادلة بين شبكات المعلومات ، ومسائل امن المعلومات التجارية على الخط وسياسات التشفير لمعلومات وبيانات القطاعين الخاص والعام ، ومسائل حماية المستهلك وتحديد قواعد الاختصاص القضائي وحل المنازعات وحقوق الإعلان على الانترنت والحماية من الأنشطة غير القانونية والزائفة ، وتناول المؤتمر المسائل التي من شأنها أن تجعل التجارة الالكترونية ، عبر تنظيمها القانوني المحكم ، مشابهة تماماً للتجارة التقليدية وما تركز ضمنها من قواعد كفلت قبولها والثقة فيها ، وتناول المؤتمر مسائل الدفع النقدي والتحويلات المالية عبر شبكات الاتصال والانترنت وحماية وسائل الدفع الالكتروني ومسائل العقود الالكترونية والتوقيعات الالكترونية والسياسات الضريبية المتصلة بالتجارة الالكترونية ودور القطاعين العام والخاص في تنظيم أعمال التجارة الالكترونية ، وتوقف المشاركون في المؤتمر أمام المتطلبات التقنية للتجارة الالكترونية والخطط والاستراتيجيات اللازمة إتباعها في ميدان صناعة التقنية والاتصال وضمان البنية التحتية الآمنة لهذه الأنماط من الأنشطة المستجدة ، وعرج المشاركون على مسائل تعظيم منافع التجارة الالكترونية وتجاوز مشكلاتها عبر الاستراتيجيات الوطنية الشاملة لحماية المعلومات وضمان سلامة وامن الأنشطة التجارية ، والتنظيم القانوني لمشكلات التسليم المادي للبضائع والتنفيذ المادي للخدمات غير التقنية .

¹ زياد عبد الوهاب النعيمي، "التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية"، مرجع سبق ذكره.

وقد خلص المؤتمر إلى إقرار عدد من الآليات وتحديد مناطق الاهتمام القانوني الرئيسية ، وشملت التوصيات تكليف المنظمة نفسها بوضع خطط العمل وتكليف المنظمات غير الحكومية والحكومية الدولية لإجراء الدراسات ووضع التصورات وذلك لجهة إنفاذ الإعلانات الصادرة عن المؤتمر بشأن حماية الخصوصية وامن الشبكات وحماية المستهلك و الوثوقية في التجارة الالكترونية وإتباع السياسات الضريبية التي تمنع أية قيود أو أعباء على النشاط التجاري الالكتروني¹.

ثانيا: على الصعيد الإقليمي وصعيد الهيئات المتخصصة

1- منظمة التعاون الآسيوية لمنطقة الباسيفيك (APEC)

في عام 1998 تأسست منظمة التعاون الاقتصادي لمنطقة آسيا- الباسيفك أمام شعور هذه الدول بالدور الاقتصادي المتعاظم للمنطقة وأهمية التكتل الاقتصادي لمواجهة تحديات النمو والمنافسة الاقتصادية، وتضم في عضويتها 21 دولة حتى نهاية عام 1999 وفي عام 1997 اتفق قادة الدول الأعضاء في المنظمة على وضع خطة عمل للتجارة الالكترونية تكفل تحقيق الدول الأعضاء لمتطلباتها وإيجاد إطار قانوني موحد لهذه الغاية ، و في عام 1998 وتحديدا في مؤتمر المنظمة المنعقد في كوالالامبور اصدر الأعضاء تصريحا يتضمن الدعوة لإطلاق النشاط التجاري الالكتروني في المنطقة وتطوير صيغ التعاون التقني وبناء البنية التحتية للتجارة الالكترونية والاستثمار في هذا القطاع .

2- منظمة التجارة الحرة الأمريكية - نافتا :

اتفاق التجارة الحرة لدول أمريكا أوجد إطارا من الخبراء للعمل على إعداد مشروع خاص بالتجارة الالكترونية للدول الأطراف ، وقد عمل الخبراء على كافة مسائل التجارة الالكترونية مركزة جهودها على الاستثمار المشترك في هذه الميادين والإطار القانوني الموحد للدول الأعضاء ، وقد ناقش الأعضاء وثيقة البرنامج النهائي للتجارة الالكترونية في لقائهم أواخر عام 1999 ، وقد جري تقييم تنفيذ الخطط والتوصيات في نهاية عام 2000 وتم إيكال عدد من المهام التنفيذية للجان ومجالى المنظمة لتنفيذها في العام 2001 .

3- غرفة التجارة الدولية (ICC) :

غرفة التجارة العالمية منظمة عالمية متخصصة تهدف إلى وضع قواعد قانونية موحدة في ميادين العمل التجاري عبر ما يعرف بنشرات الغرفة وتركز على توحيد القواعد ذات العلاقة بالأنشطة القانونية القائمة عبر الحدود وبين الدول ولها قطاع آخر من النشاط والعمل يتمثل بالقيام بأنشطة فض المنازعات التجارية

¹ ناصر خليل ، " التجارة و التسويق الالكتروني" ، مرجع سبق ذكره، ص ص: 60-64.

الدولية عن طريق التحكيم ، وتضم غرفة أو محكمة التحكيم التابعة للمنظمة في عضويتها 63 دولة وتضم الغرفة في عضويتها أيضا أكثر من 7000 عضوا من الشركات والمنظمات من أكثر من 130 دولة ، وأما في ميدان التجارة الالكترونية ، فقد كان للغرفة دور قيادي ورائد في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المشار إليه أعلاه ، وذلك عبر تقديم الأدلة الإرشادية ونماذج القوانين والدراسات البحثية التي كان لها الدور الأكبر في تعميق مسائل البحث في المؤتمر والدور الأكبر في صياغة نتائجه وتوصياته ، ويعد دليل التجارة الالكترونية الصادر عن الغرفة أحد أهم الأدلة الشاملة التي تتيح مساعدة فاعلة في ميدان الأنشطة التشريعية والتنظيمية اللازمة للتجارة الالكترونية . وقد تعزز هذا الدليل بصدور العديد من الأدلة الأكثر تخصصا والمكملة له كالدليل الخاص بالأنشطة الإعلانية على الانترنت¹.

ثالثا: التدابير التشريعية على المستوى المحلي:

1- الولايات المتحدة الأمريكية:

في عام 1997 أطلق الرئيس الأمريكي خطة العمل الخاصة بالتجارة الالكترونية ، وتضمنت الخطة مبادئ رئيسية خمسة هي :- إسناد قيادة التجارة الالكترونية للقطاع الخاص ، وتجنب الحكومة وضع القيود أمام الاستثمار والأنشطة الإبداعية في ميدان التجارة الالكترونية ، وللحكومة دور في كفالة وحماية الملكية الفكرية والخصوصية وامن الشبكات والمعلومات والشفافية والسرعة في حل المنازعات ، وعلى الحكومة دور في البناء الفاعل للوسائل التقنية ووسائل الاتصال ، والانترنت بيئة عالمية وإطارها القانوني يتعين أن يكون عالميا وتحديدًا بالنسبة للاختصاص القضائي .

وسندا لهذه المبادئ تضمنت الخطة تسع توصيات رئيسية متصلة بالجوانب القانونية والتنظيمية للتجارة الالكترونية ، وتمثل هذه التوصيات ، بعدم فرض أية ضرائب أو تعريفات على أنشطة التجارة الالكترونية وإيجاد نظام قانوني مرن للدفع النقدي يراعي سرعة التطور التقني لوسائل الدفع ، وتعديل القواعد القانونية التجارية بالنسبة للعقود التجارية والتوقيعات الالكترونية وقواعد الدفع والتبادل المالي ، حماية الملكية الفكرية وضمان حقوق المعلنين والمستثمرين المعنوية فيما ينشر الكترونيا وبخصوص الحلول التقنية والبرمجيات ذات العلاقة ، حماية الخصوصية بحظر جمع البيانات الخاصة إلا وفق القواعد التي تكفل حماية أصحابها وصحة البيانات والحق في تعديلها ومعرفة أوجه استخدامها ومعالجتها ، وحماية امن المعلومات وامن الشبكات وخلق معايير تشفير مقبولة ، وإزالة كافة القيود أمام صناعة التقنية والاتصالات ، وتشجيع التنظيم الخاص من قبل القطاعات الصناعية التقنية بشأن القيود المفروضة على المحتوى المنشور ضمن القطاعات العاملة على الانترنت ، وإيجاد معايير تقنية لأعمال الانترنت مستندة للسوق وليس إلى معايير حكومية مفروضة .

¹ ناصر خليل ، " التجارة و التسويق الالكتروني" ، مرجع سبق ذكره، ص:65-69.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

وتنفيذا لهذه الخطة جرى إقرار العديد من التشريعات المنظمة لأعمال التجارة الالكترونية أو المتصلة بها سواء على مستوى الولايات أو المستوى الفدرالي آخرها القانون الخاص بحجية التوقيع الالكترونية ومعايير قبول هذه التوقيعات كبنية في الإثبات، هذا بالرغم من أن النظام القانوني للولايات المتحدة الأمريكية يتضمن عشرات التشريعات المنظمة لشؤون التقنية والكمبيوتر والشبكات¹.

2- الإتحاد الأوروبي:

بالنسبة للاتحاد الأوروبي، فهو تنظيم إقليمي أوروبي يحرص على التعامل مع التجارة الالكترونية ضمن تطوراتها التقنية، ولذلك فإن الاتحاد الأوروبي ومنذ العام 2000 بدأ التوجه نحو إدراج تعريف للتجارة الالكترونية، إذ عرف توجيه البرلمان والمجلس الأوروبي رقم 7/97 الصادرة في مايو عام 1997 في شأن حماية المستهلكين في مجال العقود عن بعد في مادتها الثانية العقد عن بعد بأنه (كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام البيع أو لتقديم خدمات عن بعد نظمه المورد الذي يستخدم، لهذا العقد، تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد وتنفيذه)، كما عرف هذا التوجيه تقنية الاتصال عن بعد بأنه (كل وسيلة دون وجود مادي وزمني للمورد والمستهلك، يمكن أن تستخدم لإبرام العقد بين طرفيه)، ويلاحظ أن أبرز الأمثلة التي أوردها التوجيه لتقنيات الاتصال منها المطبوعات غير المعنونة والخطابات والدعاية والحاسبة والمراسلات الالكترونية.

أما توجيه البرلمان والمجلس الأوروبي رقم 31/2000 الصادر في الثامن من حزيران من العام 2000 بشأن بعض الجوانب القانونية لخدمات شركة المعلومات وبصفة خاصة للتجارة الالكترونية في السوق الوطنية والذي يطلق عليه (توجيه التجارة الالكترونية) في المادة الثانية، الاتصال التجاري بأنه كل شكل من أشكال الاتصال يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة، بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهمة منظمة، وفضلا عن ذلك، فقد أشار هذا التوجيه إلى ضرورة أن تقوم الدول الأعضاء بالسماح لأنظمتها القانونية بإبرام العقود بالطرق الالكترونية، بحيث لا تمثل هذه الأنظمة عائقا لاستعمال العقود الالكترونية ولا تحد من أثرها وفعاليتها مجرد أنها تتم بالطرق الالكترونية. ويلاحظ أن الإتحاد الأوروبي، ومن خلال هذين القرارين أو ما يطلق عليهم (التوجيهين) قد أعطوا تعريفا للاتصال التجاري أي التجارة الالكترونية، وهذا التعريف إنما يحاول إن يعطي توصيفا قانونيا للتجارة الالكترونية، خاصة وان الدول الأوروبية تشهد التجارة الالكترونية ولذلك فقد حاولت الدول الأوروبية وضع تعريف للتجارة الالكترونية لتحديدها وتنظيمها وبممكننا أن نقدم دولة (فرنسا) بوصفها احد أعضاء الإتحاد الأوروبي المؤسسين، إذ أشار التقرير الذي قدمه لورنتر عام 1998 لوزير الاقتصاد الفرنسي إلى التجارة

¹ ناصر خليل، "التجارة و التسويق الالكتروني"، مرجع سبق ذكره، ص: 69.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة

الالكترونية وعرفها بأنها (باختصار مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية، بين المشروعات بعضها البعض، وبين المشروعات والافراد، وبين المشروعات والإدارة) ويلاحظ على هذا التعريف الفرنسي انه قد توسع في تعريف التجارة الالكترونية لتشمل مجمل الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات والمعاملات المتعلقة بالبضائع والتجهيزات أو بضائع الاستهلاك التجاري، وكذلك يشمل الخدمات مثل خدمة المعلومات والخدمات المالية والقانونية¹.

¹ زياد عبد الوهاب النعيمي، "التنظيم الدولي للتجارة الالكترونية"، مرجع سبق ذكره.

خلاصة الفصل:

على ضوء ما تم التطرق إليه في هذا الفصل و ما تضمنه من استعراض لمناطق التجارة الحرة و الأهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية في ظل هذه المناطق، يمكن التوصل إلى أن منطقة التجارة الحرة هي المدخل التجاري للتكامل الاقتصادي الذي يعبر بدوره عن مصالح واضحة و فورية لكافة الأطراف، و يمكن النظر إليها على أنها نقطة البداية لتحريك المدخل الإنتاجي للتكامل الذي يركز على سوق كبيرة من اجل الاستفادة من المزايا المباشرة و غير المباشرة للتكامل الاقتصادي، و في ظل آليات السوق الحرة و باعتبار أن زيادة التجارة تعني في النهاية زيادة الإنتاج، و عادة ما يتم تحديد فترة زمنية لتنفيذ منطقة التجارة، يتم خلالها إزالة العقبات كما هو الحال في منطقة التجارة الأوروبية الحرة، و قد تبلغ 15 عاما كما هو الحال في تكتل النافتا. و بناء على ما سبق يمكن القول أن تجارة السلع المنظورة من خلال التجارة الالكترونية تدعم مناطق التجارة الحرة ما دامت قوانين و لوائح تلك المناطق تسمح بذلك، لذلك يجب التركيز على هذه اللوائح لان التجارة الالكترونية هي أداة ميسرة، أما الخدمات المقدمة عبر التجارة الالكترونية فلا حاجة بها لمناطق التجارة سواء كانت حرة أم مقيدة لأنه يسهل التفاوض بشأنها و نقلها بشكل الكتروني كليا.

تمهيد:

لا تزال التجارة الإلكترونية في البلدان العربية تخطو خطواتها الأولى، وهي في كثير من الحالات لم تتخط النطاق التجريبي والبحثي ولم تتجاوز الإطار النظري إلى التطبيق الديناميكي الفعال، ومن البديهي أن نتوقع أن انتشار التجارة الإلكترونية سيدعم التعاون الاقتصادي العربي في المنطقة الحرة العربية، ذلك أن هذه المنطقة التي بدأت أولى خطواتها في 1998/1/1، وتم استكمال إجراءاتها عام 2008، لن تستطيع أن تتجاهل التقنيات الحديثة والتجارة الإلكترونية التي ستكون قد استكملت سيطرتها على التجارة العالمية قبل عام 2008 .

ولكن انتشار التجارة الإلكترونية في البلدان العربية مسألة لا تحكمها الرغبات، ولا تتوقف فقط على مدى انتشار التجارة الإلكترونية في البيئة العالمية، بل إن انتشارها وتجزؤها في البلدان العربية يتطلب جملة من الشروط غير متوفرة حالياً، ولا يمكن أن تتوفر تلقائياً، ما لم تضعها الحكومات العربية في برامجها الرسمية، وما لم يتحقق دعم مادي ومعنوي كبير لهذا التوجه.

ولذلك فإن العرب مدعوون اليوم إلى استكشاف الفرص الحقيقية التي يمكن فعلاً أن يستفيدوا منها في سياق هذه التحولات الاقتصادية الاجتماعية العميقة، وخاصة في إطلاق القوى الكامنة في المجتمع العربي، وتطوير ورفع مستوى الإنتاجية وخلق نمو اقتصادي ومهن جديدة، والوصول إلى بناء بيئة فعالة ومنفتحة وقادرة على المنافسة والإبداع، إلا أن أهم الاحتمالات المطروحة أمام البلدان العربية اليوم، تتلخص في الاستفادة من مميزات الاقتصاد الإلكتروني في تعزيز التعاون الاقتصادي العربي، وتحقيق الأمانة العربية القديمة المتجددة في بناء كتلة اقتصادي عربي قوي وفعال ومؤثر في الاقتصاد العالمي.

و سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق الى التجارة الإلكترونية و دورها في تنمية التعاون العربي في ظل منطقة التجارة الحرة العربية من خلال أربعة مباحث:

المبحث الأول: التطور التاريخي لآليات التكامل الاقتصادي العربي

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية

المبحث الثالث: أساليب تفعيل التجارة الإلكترونية العربية، تحدياتها و معوقاتها

المبحث الأول: التطور التاريخي لآليات التكامل الاقتصادي العربي

إنَّ ما عانته أغلب الدول العربية من ويلات الاستعمار، الذي دمر اقتصادياتها، وقسمها إلى دويلات بعدما كانت مجتمعة حتى العهد العثماني، حيث كانت المنطقة العربية آنذاك بمثابة وحدة ينتقل العرب داخلها وتنتقل منتجاتهم دون قيد وشرط، جعلها تفكر في إعادة لم شملها الذي كان قائما منذ العصور الإسلامية الأولى، وأدركت الدول العربية المستقلة بعد الحرب العالمية الثانية، أن استقلالها السياسي غير كاف، بل يجب تحقيق استقلالها الاقتصادي، ولن يتحقق لها ذلك إلا بتضافر جهودها مجتمعة، ومن ثمة بدأت تظهر محاولات كثيرة لتدعيم العلاقات الاقتصادية العربية، بهدف حل المشكلات التي كانت تعاني منها دول المنطقة العربية خاصة في المجال الاقتصادي.

المطلب الأول: مداخل التكامل الاقتصادي العربي

إن التكامل الاقتصادي العربي يتحقق من خلال مجموعة متكاملة من المداخل بالإضافة إلى ربط شبكات الإنترنت العربية، مع ضمان حرية انتقال الأشخاص ورؤوس الأموال بين الدول العربية. و فيما يلي عرض لأهم هذه المداخل:

أولاً: مدخل التبادل التجاري

يعتبر هذا المدخل للتكامل من أهم المداخل على وجه العموم، فالمرحلة الأولى من التكامل وهي مرحلة منطقة التجارة الحرة تنص في قواعدها على إزالة الحواجز الجمركية وتحرير التجارة فيما بين بلدان منطقة التكامل، وقد اخذ هذا المدخل أهمية أيضا في المزايا التي يتيحها هذا التحرير للتجارة ، من توفير السلع والخدمات للبلدان الأعضاء بأقل التكاليف وبأسعار معقولة نظرا للتخصيص الجيد للموارد والكفاءة العالية للإنتاج.

ثانياً: مدخل المشروعات المشتركة

تعد المشروعات المشتركة احد المداخل الهامة والضرورية لدفع عملية التكامل العربي، وتتبع أهمية المشروعات العربية المشتركة كمدخل للتكامل الاقتصادي العربي من عدة عوامل، فمن جهة أنها من الناحية السياسية لا تثير القدر الكبير من الخلافات السياسية، ومن الناحية الاقتصادية تعمل المشروعات المشتركة على استثمار الأموال العربية داخل الدول العربية في مشروعات إنتاجية في شتى القطاعات، قد لا يكون بمقدور الدولة منفردة القيام بها، وبالتالي تعمق هذه المشروعات المشتركة مبدأ الاعتماد المتبادل والمنافع المتبادلة.

وقد اهتم الصندوق العربي للإئتماء الاقتصادي والاجتماعي بالمشروعات المشتركة لأنه رأى أن التكامل الاقتصادي العربي لا يتحقق إلا بتحرير التبادل التجاري فقط وذلك راجع لمحدودية القدرات الإنتاجية للبلدان العربية، وبالتالي لا بد من توسيع القاعدة الإنتاجية العربية بزيادة حجم الإنتاج وتنويع المنتجات لتنمية التبادل

التجاري، والمشروعات الاقتصادية المشتركة ستحقق فرصا اكبر للتبادل التجاري، نظرا لأنها ستجمع بين الموارد المالية والمشروعات المشتركة العربية مما يحقق قدرات أكثر على زيادة النتاج وتنويعه. وقد حظيت المشروعات المشتركة باهتمام كبير نظرا لدورها الفعال في خدمة التكامل الاقتصادي العربي، وقد زاد الاهتمام بها بعد سنة 1973 نتيجة تحسن أسعار النفط ووجود الفائض المالية، بحيث زاد عددها وأصبحت تمثل خطوة أساسية في بناء التكامل الاقتصادي العربي.

ثالثا: مدخل الاستثمار العربي البيئي

يعتبر هذا المدخل من الوسائل الهامة التي تؤدي إلى تحقيق التكامل الاقتصادي العربي، وقد أبرمت اتفاقيات عديدة على المستوى العربي لتنظيم هذا المدخل ومن بينها:¹

- اتفاقية استثمار رؤوس الأموال العربي وانتقالها بين البلدان العربي، صادقت عليها في 1972/02/20 ثمان دول عربي وهي: سوريا، السودان، مصر، الكويت، الأردن، الإمارات العربية، اليمن.

- اتفاقية المؤسسة العربية لضمان الاستثمار والتي عقدت بموافقة كل من مجلس الوحدة الاقتصادية العربية والمجلس الاقتصادي الجامعة العربية، ودخلت حيز التنفيذ في 1974/04/01.

- الاتفاقية الموحدة لاستثمار رؤوس الأموال في البلدان العربية المبرمة في نطاق الجامعة العربية، وقد ظهر جليا خاصة مع بداية التسعينات ومن خلال برامج الإصلاح الاقتصادي وإعادة الهيكلة وبرامج الخوصصة التي انتهجتها الدول العربية، حيث أعطيت فرصة أكبر للقطاع الخاص وأصبح يملك المشاريع ويقوم بالاستثمار، مما أعطى دفع للاستثمارات العربية البينية، ذلك لان إجمالي القيمة السوقية للأوراق المالية المدرجة في جميع الأسواق العربية مازالت اقل من القيمة السوقية للأوراق المالية المدرجة بأسواق بعض الدول منفردة في آسيا وأمريكا اللاتينية.

ويمكن القول انه إذا تم إيجاد سوق عربية مالية متكاملة، فمن شأن ذلك أن يجعل الدول العربية تتعامل مع مقترضين آخرين خارج الحدود الإقليمية لكل دولة، مما يساعد على انتقال رؤوس الأموال العربية فيما بينها ويجنب هروبا نحو الخارج، وقد يساعد هذا على إيجاد تكامل مالي عربي يعمق التعاون الاقتصادي العربي بشكل أكبر ويدفع بالتكامل العربي نحو الأمام.

رابعا: مدخل التعاون في مجال الأسواق المالية العربية

أصبح في الوقت الراهن من الضروري على الدول العربية تنسيق جهودها لتفعيل التعاون الاقتصادي العربي في مجال أسواق رأس المال، وتحديد الأوراق المالية والذي يؤدي إلى دفع جهود الدول العربية إلى تحرير حركة رأس المال العربي، مما يساعدها على إقامة سوق عربية مشتركة وهو الهدف المنشود، كما يؤدي التنسيق والتعاون فيما بين الدول العربية المستثمرة في الخارج نحو الدول العربية، وذلك لان الأسواق المالية العربية

¹ بوزيد قدور، "التكامل الاقتصادي العربي"، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1999، ص: 241.

الموجودة حاليا ليست كلها بنفس الدرجة من التطور، فالبعض منها مازال في بداية طريقه ويقتصر في تعامله مع عدد محدود من المتعاملين، ومما ساعد على انسياب الأموال العربية نحو الأسواق المالية الغربية هو ضيق بعض الأسواق المالية العربية من ناحية هامش السماح للمواطنين العرب من قطر معين بالاستثمار في الأسواق المالية لقطر آخر، وأيضا عدم تنوع أدوات الاستثمار ووسائله في الأسواق المالية العربية القائمة ومحدودية حجمها، وبالتالي ضيق قاعدة أسواق المال الاستثمارية وانخفاض الطاقة الاستيعابية لكل منها.¹

إن التعاون في مجال الأسواق المالية بين الدول العربية يتطلب تحسين مستوى هذه الأسواق ومحاولة تطويرها لتحسين مركزها التنافسي بين الأسواق المالية الدولية حتى تصبح قادرة على جلب الأموال العربية للاستثمار داخلها، ولهذا لا بد من إحداث إصلاحات تشريعية تؤدي إلى استكمال الأجهزة المؤسسية للسوق في كل دولة إعطاء حرية لانتقال رؤوس الأموال العربية والقيم المنقولة ما بين أسواق المال العربية، وتوفير حد أدنى من الشفافية في البيانات وتوفير الضمانات والحماية اللازمة، إلى جانب توفير سبل اتصالات سريعة وكفئة حتى يتم التعاون فيما بين الدول العربية في إطار السوق المالي على أحسن وجه، كما تحتاج الأسواق المالية العربية إلى تحسين مركزها التنافسي بين الأسواق الدولية.

المطلب الثاني: محاولات التكامل الاقتصادي العربي

لقد مر التكامل الاقتصادي العربي بالعديد من التجارب التي حاولت تحقيقه:

أولاً: معاهدة الدفاع المشترك ومشروع الوحدة الاقتصادية العربية

لقد أصبحت إقامة وحدة اقتصادية عربية بالنسبة للدول العربية المستقلة بعد الحرب العالمية الثانية مطلباً لا بدليل له نظراً للضعف الاقتصادي الذي كانت تعاني منه تلك الدول، فقد كانت تأمل في إعادة بناء اقتصادياتها ولكن لم يكن في مقدورها عمل ذلك منفردة.

1 - معاهدة الدفاع المشترك والتعاون الاقتصادي بين دول الجامعة العربية : قبل الحديث عن هذه المعاهدة التي انبثقت عن جامعة الدول العربية، لا بد من الإشارة إلى نشأة الجامعة العربية، فبعد التوقيع على بروتوكول الإسكندرية بتاريخ 1944/10/09 بدأت مسيرة العمل العربي المشترك حيث تم إنشاء جامعة الدول العربية في 20 مارس 1945²، وكان الهدف من هذه الجامعة هو تقوية العلاقات بين الدول العربية على أساس احترام استقلالها وسيادتها، وفي 19 أبريل 1950 قامت دول الجامعة العربية بإبرام معاهدة الدفاع المشترك والتعاون الاقتصادي العربي.³

وجاء فيما يخص الجانب الاقتصادي ما يلي

¹ عبد المنعم سيد علي، "نحو سوق عربية كأداة جذب الاستثمارات العربية المستثمرة في الخارج"، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، 1998، ص: 182.

² رشيد عبد الوهاب حميد، "التكامل الاقتصادي العربي"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1977، ص: 129.

³ علي شفيق، "مجلس التعاون الخليجي من منظور العلاقات الدولية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1989، ص: 101.

- تعاون الدول الأعضاء في المجالات الاقتصادية
- إنشاء مجلس اقتصادي يتكون من وزراء الأقطار المتعاقدين المختصين بالشؤون الاقتصادية أو من يمثلونهم ليقتراح على حكومات البلدان العربية ما يراه كفيلا بتحقيق الأهداف.
- و في سنة 1953 تم إبرام اتفاقية لتسهيل التبادل التجاري و شملت هذه الاتفاقية جملة من الاتفاقيات الجماعية المنظمة لمدخل تحرير التجارة بين البلدان العربية ،وجاء في نفس السنة إبرام اتفاقيات تسديد المعاملات التجارية وانتقال الأشخاص ورؤوس الأموال إلى جانب عدة اتفاقيات ثنائية أخرى.
- 2- **اتفاقية الوحدة الاقتصادية:** بعد التطورات الاقتصادية التي استحدثت في منتصف الخمسينات ،أتضح للدول العربية أن إقامة وحدة اقتصادية ضرورة تفرضها طبيعة هذه التطورات ،ومن ثم اتجهت إلى أسلوب آخر للعمل الاقتصادي المشترك والمتمثل في الأسلوب المتعدد الأطراف في إقامة هذه الوحدة، ويتعلق الأمر ب:¹
 - اتفاقية الوحدة الاقتصادية العربية بهدف تحقيق الوحدة الاقتصادية بصورة شمولية وعلى مراحل تدريجية.
 - اتفاقية الصندوق العربي للإئتماء الاقتصادي والاجتماعي بهدف تحقيق التكامل المالي.
 - اتفاقية صندوق النقد العربي بهدف تحقيق التكامل النقدي.
- استهدفت اتفاقية الوحدة الاقتصادية إقامة وحدة اقتصادية كاملة بين الدول العربية على أن يتم ذلك وفق مسار مرحلي وبكيفية تؤدي بها إلى النجاح، وهذه الاتفاقية تعبر عن تبني الدول العربية المعنية للمرحلية والتدرج كأسلوب لتحقيق عملية التكامل الاقتصادي ولو في ابسط صورة، ويتضح ذلك جليا من خلال ما اقره الاتحاد الاقتصادي العربي، ومن بين ما تضمنه من توصيات:²
 - وجوب إقامة منطقة جمركية حرة،
 - توحيد سياسة الاستيراد والتصدير والأنظمة المتعلقة بهما،
 - إلزامية توحيد أنظمة التجارة الخارجية،
 - عقد الاتفاقيات التجارية واتفاقيات المدفوعات مع البلدان الأخرى بصورة مشتركة،
 - الإسراع في توحيد التشريعات الاقتصادية والاجتماعية،
 - توحيد التشريعات الجبائية والمالية النقدية.

ثانيا: السوق العربية المشتركة

ولدت فكرة السوق العربية المشتركة عام 1957 باتفاقية للوحدة الاقتصادية بين دول الجامعة العربية، وقد وقعت هذه الاتفاقية كل من مصر، لبنان، الأردن في 12/12/1953، كما صادقت عليها كل من السعودية، سوريا، العراق، وصادقت عليها الكويت عام 1962، وقد صدر القرار رقم 17 في دورة انعقاد المجلس الثاني

¹ حسين عمر، " الجات والخصخصة "، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1997، ص: 51.

² عبد الحميد الإبراهيمي، " أبعاد الاندماج المصرفي واحتمالات المستقبل"، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986، ص:

بتاريخ 13/08/1964 والقاضي بإنشاء السوق العربية المشتركة كخطوة نحو تحقيق الوحدة الاقتصادية الكاملة، وأصبحت اتفاقية السوق العربية المشتركة سارية المفعول ابتداء من 01 جانفي 1965، وقد نصت هذه الاتفاقية على إعفاء عدد من السلع الزراعية والحيوانية والثروات الطبيعية من الرسوم الجمركية، كما خفضت الرسوم الجمركية على عدد من السلع الصناعية بنسبة 25% بشرط أن تكون عربية المنشأ، وكانت أهداف السوق العربية المشتركة تتمثل في ما يلي:

- حرية انتقال الأشخاص ورؤوس الأموال
 - حرية الإقامة والعمل وممارسة النشاط الاقتصادي
 - حرية النقل والعبور
 - حرية تبادل المنتجات والبضائع الوطنية والأجنبية
- و لتحقيق هذه الأهداف، كان على الدول الأعضاء أن تعمل على توحيد التشريعات والنظم الاقتصادية والمالية فيما بينها والتنسيق بين حكوماتها في كافة المجالات المؤسسية والتنظيمية وهو ما لم يتحقق حتى اليوم¹.

ثالثا: اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية 1981

تشكل اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، الإطار القانوني الرئيسي لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، أبرمت هذه الاتفاقية عام 1981 ودخلت حيز التنفيذ 1983 بعد مصادقة أكثر من ست دول عربية عليها، قامت هذه الاتفاقية على عدة مبادئ أهمها:

- الربط بين الجوانب الإنتاجية والتبادلية والخدمية والتدرج الانتقائي في تحرير التبادل التجاري من القيود والرسوم المفروضة،
- التوزيع العادل للمنافع والتكاليف بين أطراف العلاقات التبادلية،
- توفير عدد من الحواجز المالية وغيرها لتيسير تنفيذ أحكام الاتفاقية في مجالات الإنتاج والتبادل والخدمات، وإنشاء سوق سلعية عربية مشتركة لعدد من السلع يجري انتقاؤها سنويا وفقا للأولويات والضوابط (حجم التاج والتبادل والطبيعة الإستراتيجية للسلع، منتجات المشاريع المشتركة ونسبة المكون العربي فيها) .

¹ تواتي بن علي فاطمة " واقع وآفاق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في ظل التحولات الاقتصادية العالمية" مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة الشلف، 2006، ص: 121.

المطلب الثالث: ماهية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

تعتبر منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى من أهم الإنجازات على مستوى العمل العربي الاقتصادي المشترك لإسهامها في الجهود المبذولة لإقامة سوق عربية مشتركة، و فيما يلي عرض لأهم المفاهيم المتعلقة بها.

أولاً: تعريف منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

تختلف منطقة التجارة الحرة العربية عن برامج التعاون العربي الاقتصادي السابقة كونها حققت برنامجاً تنفيذياً يحدد الواجبات وعلى أساس واقعي من قبل عدد من الدول العربية منذ البداية، كما أنها تميزت ببرنامج زمني يحدد الالتزامات الناشئة عنها، ففي منطقة التجارة الحرة تلغى جميع التعريفات الجمركية على التجارة بين الأقطار الأعضاء، غير أن كل قطر يحتفظ بمعدلاته التعريفية خاصة مع العالم الخارجي. تكمن أهمية منطقة التجارة الحرة العربية إضافة إلى زيادة حجم التبادل وتنويعه في:

- تساعد منطقة التجارة الحرة على التعاون في مكافحة الجرائم الاقتصادية والاجتماعية والتعاون في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية، وزيادة القدرة على التعامل مع التكتلات الاقتصادية الكبرى الأخرى في العالم¹
- تخلق مجالاً ومناخاً مناسباً في تحقيق التعاون في علاج مشكلات البيئة ومنع التلوث في تلك الدول،
- زيادة القدرة على التصدي لمنافسة السلع والخدمات المستوردة داخل منطقة التكتل الاقتصادي،
- زيادة القدرة على النفاذ إلى أسواق الدول الأخرى غير الأعضاء، ومواجهة السياسات الحمائية التي تضعها الدول الأخرى.

ثانياً: إعلان منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

انطلاقاً من أهداف اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية لتحرير التبادل التجاري بينها، وتنفيذاً لقرار القمة العربية المنعقدة في القاهرة خلال الفترة 21-23 يونيو 1996 بتكليف المجلس الاقتصادي والاجتماعي باتخاذ ما يلزم نحو الإسراع في إقامة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى وفقاً لبرنامج عمل وجدول زمني يتم الاتفاق عليهما، اتخذ المجلس الاقتصادي والاجتماعي في دورته 59 قراره رقم 1317 بتاريخ 19 | 12 | 1997 بشأن الإعلان عن منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال عشر سنوات ابتداء من 1 جانفي 1998 والموافقة كذلك على برنامج العمل والجدول الزمني. وتعد اتفاقية التجارة الحرة العربية أهم المحاولات الحديثة لتحقيق التكامل الاقتصادي بين الدول العربية، وقد وقعت عليها 14 دولة عربية، هي الأردن، الإمارات والبحرين، تونس، السعودية وسوريا والعراق، سلطنة عمان، قطر، الكويت، لبنان،

¹ بشار عباس " دور الاقتصاد الالكتروني في التنمية والتعاون الاقتصادي العربي " من موقع الانترنت: <http://www.dahsha.com/uploads/IqtisadTanmyya.doc> تاريخ الاطلاع: 2011-05-17

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

ليبيا ، مصر ، المغرب ، ولم توقع عليها 8 دول هي الجزائر ، جيبوتي ، جزر القمر ، السودان و موريتانيا، اليمن ، فلسطين والصومال¹.

و بالفعل بدأ العمل بمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى منذ أوائل عام 2008 و بالاعتماد على تخفيض بالتعريف الجمركية (10 %) سنويا، تم رفعها إلى (20 %) في السنتين الأخيرتين لتقليص الفترة اللازمة لتحرير التجارة البينية العربية إلى ثماني سنوات بدلا من عشر سنوات، و قد بلغ عدد الدول الأعضاء حتى نهاية عام 2009 ثماني عشر دولة عربية و لم يتبقى سوى جزر القمر، و الصومال، و موريتانيا خارج العضوية. و يوضح الجدول رقم (1-3) اتفاقيات مناطق التجارة الحرة الموقعة بين الدول العربية و دول أخرى حسب آخر إحصاءات متوفرة في موقع منظمة التجارة العالمية.

¹ نزيه عبد المقصود محمد مبروك. "التكامل الاقتصادي العربي وتحديات العولمة مع رؤية إسلامية". دار الفكر الجامعي. الإسكندرية. ط1. 2006. ص:64.

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

جدول رقم (3-1): عضوية الدول العربية في اتفاقيات مناطق التجارة الحرة لغاية أوائل عام 2010

الدولة	مجال الاتفاقية: سلع أو خدمات	تاريخ إعلان المنظمة	مرجعية الاتفاقية	تاريخ بدء العمل بالاتفاقية
مصر EC	السلع	2004/09/30	المادة 24 من الجات	2004/01/01
الأردن EC	السلع	2002/12/17	المادة 24 من الجات	2002/05/01
لبنان EC	السلع	2003/05/26	المادة 24 من الجات	2003/03/01
المغرب EC	السلع	2000/10/13	المادة 24 من الجات	2000/03/01
سوريا EC	السلع	1977/07/15	المادة 24 من الجات	1977/07/01
تونس	السلع	1999/01/15	المادة 24 من الجات	1998/03/01
مصر EFTA	السلع	2007/07/17	المادة 24 من الجات	2007/08/01
الأردن	السلع	2002/01/17	المادة 24 من الجات	2002/01/01
لبنان EFTA	السلع	2006/12/22	المادة 24 من الجات	2007/01/01
المغرب EFTA	السلع	2000/01/20	المادة 24 من الجات	1999/12/01
السلطة الفلسطينية EFTA	السلع	1999/07/23	المادة 24 من الجات	1999/07/01
تونس EFTA	السلع	2005/06/03	المادة 24 من الجات	2005/06/01
مصر - تركيا	السلع	2007/10/05	المادة 24 من الجات	2007/03/01
الأردن - سنغافورة	السلع	2006/07/07	المادة 24 من الجات	2005/08/22
منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى	السلع	2006/10/03	المادة 24 من الجات	1998/01/01
تركيا - المغرب	السلع	2006/02/10	المادة 24 من الجات	2006/01/01
تركيا - السلطة الفلسطينية	السلع	2005/09/01	المادة 24 من الجات	2005/06/01
تركيا - سوريا	السلع	2007/02/15	المادة 24 من الجات	2007/01/01
تركيا - تونس	السلع	2005/09/01	المادة 24 من الجات	2005/07/01
البحرين - الولايات المتحدة	السلع و الخدمات	2006/09/08	المادة 24، المادة 5 من الجات	2006/08/01
الأردن - الولايات المتحدة	السلع و الخدمات	2002/01/15	المادة 24، المادة 5 من الجات	2001/12/17
المغرب - الولايات المتحدة	السلع و الخدمات	2005/12/30	المادة 24، المادة 5 من الجات	2006/01/01
عمان - الولايات المتحدة	السلع و الخدمات	2009/01/30	المادة 24، المادة 5 من الجات	2009/01/01

المصدر: مجمعة من WTO web site

ثالثا: فوائد منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

تمثل الفوائد والمكاسب فيما يلي:¹

1- توسيع حجم السوق الداخلية : يؤدي إقامة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى ،بما تتيحه من فتح للأسواق العربية على بعضها البعض ،إلى توسيع حجم السوق الداخلية،ذلك انه قبل إقامة مشروع الشراكة ،يكون حجم السوق محدودا ومقيدا بالدرجة الأولى بالقوة الشرائية المحلية التي تكون من الصغر بحيث لا تسمح بإقامة المشروع على أساس الحجم الأمثل ،أي المشاريع ذات الحجم الكبير التي تتميز باقتصادات الحجم وبانخفاض مستوى تكلفة الإنتاج ،بمعنى أن توسيع السوق الوطنية يصبح شاملا لأسواق جميع الدول العربية المشاركة ،مما يؤدي إلى زيادة حجم الطلب الفعال وزيادة القدرة الإنتاجية للمشاريع القائمة التي تستطيع الآن تشغيل كامل طاقتها، وتخفيض مستوى التكلفة الحدية والتكلفة المتوسطة للإنتاج، و عليه فان اتساع حجم السوق بما يوفره من إمكانيات لإدخال التقنيات الجديدة ،يعمل على زيادة إنتاجية العمل والتشجيع على نقل التكنولوجيا في فروع الإنتاج القائمة والفروع الإنتاجية الجديدة،وبالتالي يساهم بصورة فعالة في زيادة معدلات النمو ورفع مستوى المعيشة.

2- إمكانية مضاعفة القدرات العربية: يؤدي توسيع السوق الداخلية بنتيجة انفتاح الأسواق على بعضها البعض، إلى إمكانية مضاعفة القدرات والإمكانيات العربية المجتمعة، المادية والمالية والبشرية والتكنولوجية، التي تتجاوز كثيرا القدرات المنفردة لأي من هذه الدول كل على حدا، وعليه فان تعاضم هذه القدرات يساعد على إقامة العديد من الصناعات الجديدة، وتحقيق زيادات ملموسة في الإنتاج ونمو حجم المبادلات التجارية البينية، وبالتالي زيادة حجم التجارة العربية مع الدول الأجنبية.

3- توفير الاستقرار الاقتصادي: إن حسن تنفيذ بنود اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى،ومما يمكن أن يوفره ذلك من الاستقرار الاقتصادي على مستوى الوطن العربي، في ظل الظروف الدولية المستجدة، واحتمال تعرض العالم إلى أزمات اقتصادية، سيعمل على جعل المنطقة العربية،منطقة جاذبة للاستثمارات ويشجع على عودة جزء من الرساميل العربية العاملة في الخارج، بل وعودة إعداد متزايدة من العلماء العرب العاملين في الخارج للمساهمة في تطوير جهود البحث العلمي العربي، و المساهمة في حل مشكلات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمنطقة العربية، و ما من شك أن مثل هذه التوقعات التي تنمى تحقيقها مرتبطة بمقدار الجهود التي ستبذلها الأنظمة العربية بل والقطاع الخاص العربية لتنفيذ برنامج هذه الاتفاقية بصورة جدية،بل والارتقاء بها إلى مستوى الاتحاد الجمركي والسوق المشتركة وصولا لاحقا إلى الوحدة الاقتصادية العربية.

¹ عصام الزعيم،"منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى أهميتها للاندماج والإثراء الاقتصادي -موقفا -متطلبات نجاحها وتطويرها"، من الموقع:

4- إمكانية تطوير الاقتصاديات العربية وتنويع القاعدة الإنتاجية: بفضل تعاضد القدرات المشتركة وتنوع الموارد الطبيعية، ويحقق توفر مثل هذه المقومات، في حالة توفر برامج تنمية مشتركة، إلى زيادة إطار التشابك والترابط بين فروع الإنتاج قطريا وإقليميا، وتحسين مستوى استثمار الموارد، و تحقيق الوفورات الاقتصادية، هذا إلى جانب أن انفتاح الأسواق على بعضها البعض، سيعزز من إمكانات التخصص وفقا لمبدأ الميزة النسبية خاصة وان الالتزام بهذا المبدأ لازال محدودا في الوطن العربي، ومقيدا بتطبيق سياسات الحماية ذات الأجل الطويل، ولقد أدى هذا الأخير إلى قيام بعض الأقطار العربية بإنتاج سلع ليس لها أية ميزة مقارنة، أي إنتاجها بتكلفة مرتفعة تتجاوز بصورة واضحة أسعار السلع المشابهة المستوردة من الخارج.

رابعا: مقومات قيام منطقة التجارة الحرة

تحتاج قيام منطقة للتجارة الحرة، إلى أن تستند على مجموعة من المرتكزات والتي يمكن اعتبارها مقومات أساسية، يعتمد عليها التكتل الاقتصادي في مرحلة إنشائه، وهي لازمة لنجاحه وتعمل على تفعيل الجهود التكاملية وتضمن لها الاستمرار بفعالية في المستقبل القريب والبعيد، ويمكن إبراز تلك المقومات من خلال التحليل التالي:¹

1- تنوع الاقتصاديات المكونة للتكتل الاقتصادي: ذلك لان تنوع الإنتاج وارتفاع كفاءة الإنتاج يؤديان إلى تخصيص الموارد في الاتجاه الذي يعمل على الإنتاج من اجل التصدير، وبالتالي زيادة الدخل الوطني للدول الأعضاء، وتزايد قدراتها على جلب الاستثمارات الأجنبية وإقامة المشاريع الإنتاجية للتصدير، وبالتالي ترسيخ مبدأ الاعتماد المتبادل بين الدول الأعضاء، ومن ثم تحول الاقتصاديات المكونة للتكتل الاقتصادي إلى اقتصاديات تكاملية، وهو ما يؤدي إلى زيادة حجم ومعدلات التجارة البينية للدول الأعضاء.

2- حرية تدفق السلع والخدمات وانتقال الملكية الفكرية: هنا التحرير الكامل لكافة السلع والخدمات دون اختيار مجموعة من السلع، وإلا تفقد منطقة التجارة الحرة أهم مقومات قيامها، ناهيك عن الاختيار لسلعة معينة دون الأخرى، مسألة تتعارض مع اتفاقية الجات واليات عمل منظمة التجارة العالمية، وهو ما يقتضي توافر المقوم الخاص بالتحرير الشامل لكافة السلع والخدمات، في نطاق منطقة للتجارة الحرة كإحدى مقومات قيامها واستمرارها.

3- تحرير خدمات النقل والترانزيت وحرية استخدام الموانئ والمطارات: وهذا المقوم يدعم المقوم الخاص بضرورة تحرير تدفق السلع والخدمات، حيث من الضروري أن تتعهد الدول المكونة للتكتل الاقتصادي في شكل منطقة تجارة حرة شاملة، بتوفير التسهيلات اللازمة التي تعمل على تسهيل حركة النقل والترانزيت داخل ارض كل دولة من الدول الأعضاء، والتي تعمل على نقل السلع بسهولة ويسر لتحقيق هدف انسياب وتدفق

¹ عبد المطلب عبد الحميد، "السوق العربية المشتركة- الواقع والآفاق في الألفية الثالثة"- الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003، ص:

السلع المتداولة في نطاق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، وبالتالي يؤدي ذلك إلى زيادة حجم التجارة البينية، وهو ما يؤدي إلى نجاح واستمرار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في تحقيق أهدافها.

4- توافر آليات تمويلية على درجة عالية من الكفاءة ونظام متكامل للمقاصة وتسوية المدفوعات: والتي تعتبر مسألة ضرورية لتمويل التجارة البينية، وما ينتج عنها من ضرورة تسوية المدفوعات وإجراء المقاصة بين معاملات الدول الأعضاء في التكتل الاقتصادي، وبالتالي إتاحة نظام الائتمان التجاري بين الدول الأعضاء على درجة عالية من الكفاءة لتحقيق الهدف الرئيسي من قيام منطقة التجارة الحرة، وهو زيادة حجم التجارة البينية وزيادة معدلاتها بين الدول الأعضاء.

5- كفالة تعويض الدول الأقل تقدما في التكتل الاقتصادي: التي توفر الأموال اللازمة لتعويض انخفاض الإيرادات العامة الناتج من انخفاض حصيلة الجمارك.

6- اتجاه القرارات السياسية إلى خدمة المصالح الاقتصادية: في كل دولة من دول التكتل الاقتصادي، ويرتبط ذلك بتوفير السياسة التي تؤدي إلى زيادة حجم التجارة البينية بين الدول الأعضاء، وذلك يتطلب نوعا من التوافق السياسي والانسجام بين دول التكتل الاقتصادي.

7- وجود شبكة متكاملة للمعلومات بين دول التكتل الاقتصادي: وذلك بانسجام التكنولوجيا ونظم المعلومات العالمية، حتى يتوفر لدى كافة الدول الأعضاء كل المعلومات الضرورية عن الأسواق وفرص التصدير والاستثمار في كل دولة، وكذا المعلومات والبيانات الضرورية عن التطورات والمؤشرات الاقتصادية، والأنشطة الاقتصادية المختلفة، والمواصفات القياسية وفرص البيع والشراء.

خامسا: الشروط الاقتصادية لإقامة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

يتوقف قيام ونجاح واستمرار واستكمال منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى على مجموعة من الشروط الاقتصادية أهمها:¹

1- توافر نظام اقتصادي يقوم على آليات السوق والحرية الاقتصادية: ويلاحظ في هذا المجال أن الدول العربية الأعضاء في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى تتقارب نظمها الاقتصادية في الوقت الحاضر ومستقبلا، وتتبنى معظمها عمليات التحول إلى آليات السوق والحرية الاقتصادية، وإن كانت بمستويات تطبيقية متفاوتة، إلا أنها حققت نجاحات كبيرة وخطوات هامة نحو الحرية الاقتصادية والتحول لآليات السوق، وهذا يساعد إلى حد كبير في إزالة أحد أهم المعوقات التي اعترضت قيام تكتل اقتصادي عربي وقيام منطقة تجارة حرة عربية في فترات سابقة.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، "السوق العربية المشتركة"، مرجع سبق ذكره، ص: 153.

2- توفر إنتاج سلعي قابل للتداول والتجارة البينية: ونعني بذلك أن تمتلك الدول العربية الأعضاء في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى قواعد إنتاجية، زراعية وصناعية تنتج كميات من السلع تفوق حاجات الطلب المحلي لكل دولة، وان تتمتع هذه السلع بالجودة وبأسعار تنافسية.

3- أن تبدأ منطقة التجارة الحرة العربية من مستوى تبادل مرتفع بين الدول الأعضاء:

حيث أن الهدف الرئيسي هو تعظيم المصالح الاقتصادية وزيادة معدلات النمو الاقتصادي للدول الأعضاء التي يحول ضيق السوق دون تحقيق أهدافها الاقتصادية، وذلك بإزالة الحواجز أمام عمليات التبادل التجاري فيما بينها، والتي تكون قد وصلت إلى درجة تصبح فيها هذه الحواجز عائقا هاما أمام النمو الاقتصادي لتلك الدول ومصالحها الاقتصادية، ويصبح مطلب تحرير التجارة وإقامة منطقة تجارة حرة فيما بينها ضرورة اقتصادية لتوسيع السوق أمام إنتاجها السلعي ورفع كفاءة تخصيص الموارد من خلال التخصص الإنتاجي، وتقسيم العمل وفق المزايا النسبية والتنافسية التي تتمتع بها كل دولة عضو في منطقة التجارة الحرة، في ظل أن نسبة التجارة العربية البينية لا تتجاوز 10% من إجمالي التجارة العربية الخارجية في أفضل الأحوال.

و من هنا يصعب قبول فرضية وجود مصالح اقتصادية بين الدول العربية تفرض عليها إقامة منطقة تجارة حرة فيما بينها، و بالتالي تحتاج إلى فترة زمنية أطول لتزداد نسبة التجارة العربية البينية إلى معدلات أعلى، ومن ثم تطالب بإقامة منطقة تجارة حرة عربية وهذا الشرط يحتاج إلى جهود كبير لتحقيقه.

4- تقارب مستويات التطور الاقتصادي: حيث أن عملية التكامل الاقتصادي في جوهرها، هي إعادة تخصيص الموارد وفقا لمستويات التطور الاقتصادي بين الدول الأعضاء في التكامل، وتتم إعادة تخصيص الموارد لصالح الطرف الأكثر تطورا، أي أن الدول الأكثر تطورا تجني مكاسب أكبر من عملية التكامل الاقتصادي، وهذا يجعل الدول الأقل تطورا تعزف عن الدخول في مثل هذا التكتل الاقتصادي لم ينص على معاملة خاصة للدول اقل تطورا في مجموعة التكامل، أو تحدد لها برامج تنمية اقتصادية تتحمل جزءا من تكاليفها الدول الأكثر استفادة من عملية التكامل الاقتصادي، وهذا ما تم في إطار السوق الأوروبية المشتركة.

و عليه فإن الشروط الاقتصادية متوافرة في معظمها لإقامة منطقة التجارة الحرة العربية، إلا أن هذا لا يجب أن يحجب الرؤية عن وجود الكثير من المعوقات والعوامل المضادة لإقامة هذه المنطقة، وتتركز اغلب تلك المعوقات في النواحي الإجرائية والبيروقراطية، والسياسات الاقتصادية التي تحكمها النظرة المالية والجزئية وضعف البنية الأساسية، وانخفاض مستوى الخدمات المصاحبة للتجارة العربية البينية، مثل خدمات النقل البري والبحري والخدمات المالية والمصرفية والتأمينية والاتصالات، وخدمات التسويق والمعلومات، وتعقيدات الإجراءات الحدودية والجمركية والترانزيت، وهو ما يحتاج إلى بذل جهود كبير في هذا المجال لتوفير تلك الخدمات.

المطلب الرابع: البرنامج التنفيذي لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

وافق المجلس في نفس القرار، على البرنامج التنفيذي لإقامة المنطقة الحرة، متضمناً الأسس والقواعد والآليات التنفيذية، والبرنامج الزمني للتخفيض في الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل المفروضة على كافة السلع العربية، ذات المنشأ الوطني، المتبادلة بين الدول العربية الأعضاء في منطقة التجارة الحرة العربية، وصولاً لإزالتها بالكامل في نهاية العشر سنوات (تم مؤخراً الاتفاق على تخفيضها إلى 7 سنوات)، والتي تعتبر بمثابة فترة انتقالية، تقوم الدول الأعضاء خلالها بتكييف أوضاعها، لتتواءم مع متطلبات وشروط إقامة هذه المنطقة.

أولاً: القواعد والأسس

- يعتمد البرنامج التنفيذي في إنشاء منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، خلال عشر سنوات (خفضت إلى 7 سنوات) اعتباراً من 1/1/1998، على أهم القواعد والأسس التالية:¹
- يعتبر هذا البرنامج، إطاراً لتفعيل اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، لإقامة منطقة تجارة حرة عربية كبرى؛
 - تعامل السلع العربية التي تدخل التبادل وفقاً لهذا البرنامج، معاملة السلع الوطنية في الدول الأطراف فيما يتعلق بقواعد المنشأ، والمواصفات والمقاييس، واشتراطات الوقاية الصحية والأمنية والرسوم والضرائب المحلية؛
 - تراعى الأحكام والقواعد الدولية، فيما يتعلق بالأسس الفنية لإجراءات الوقاية ومواجهة حالات الدعم، وإجراءات معالجة خلل ميزان المدفوعات الناجم عن تطبيق البرنامج .
 - الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل، التي سوف ينطبق عليها الإعفاء التدريجي هي السارية في كل دولة طرف بتاريخ 1/1/1998م، وتكون هذه الرسوم قاعدة الاحتساب؛
 - يجوز لأي بلدين عربيين أو أكثر من أطراف الاتفاقية، الاتفاق فيما بينها على تبادل الإعفاءات بما يسبق الجدول الزمني للبرنامج؛²
 - تتم مراجعة نصف سنوية لتطبيق هذا البرنامج من قبل المجلس الاقتصادي والاجتماعي.

ثانياً: تحرير التبادل التجاري بين الدول الأطراف

- يعتمد البرنامج التنفيذي في تحرير التبادل التجاري بين الدول الأطراف على ما يلي:
- تحرير كافة السلع العربية المتبادلة بين الدول الأطراف وفقاً لمبدأ التحرير التدريجي الذي يطبق بدءاً من تاريخ 1/1/1998، وذلك بتخفيض الرسوم الجمركية والرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل للتعريف، بنسبة سنوية

¹ تواتي بن علي فاطمة. "مستقبل منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في ظل التحديات الاقتصادية الإقليمية والعالمية". مقال منشور في مجلة الباحث . جامعة ورقلة . العدد06 . 2008. ص:187.

² البنك الأهلي المصري. النشرة الاقتصادية، العدد الرابع 2004. ص:65.

متساوية على أن يتم إنجاز التحرير الكامل لكافة السلع العربية مع نهاية الفترة المحدودة لإقامة منطقة التجارة العربية الكبرى بتاريخ 2007/12/31، ويمكن باتفاق الدول الأطراف أثناء تنفيذ البرنامج وضع أي سلع تحت التحرير الفوري، كما ينطبق التحرير المتدرج على قوائم السلع العربية التالية:¹

- السلع الزراعية والحيوانية والمواد الخام المعدنية وغير المعدنية، وفقاً لأحكام الفقرتين 1 و2 من المادة السادسة من أحكام اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية؛

- السلع العربية التي أقر إعفائها المجلس الاقتصادي والاجتماعي قبل تاريخ نفاذ الاتفاقية.

وكان مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة في الدورة العادية 13 التي انعقدت في عمان بالمملكة الأردنية الهاشمية خلال الفترة 27 و28 مارس 2001، قد كلف المجلس الاقتصادي والاجتماعي في قراره رقم 212، بدراسة الإسراع في تخفيض معدلات التعريفات الجمركية بين الدول العربية، وإمكان إزالتها نهائياً عام 2005، وبناءً عليه، اتخذ المجلس الاقتصادي والاجتماعي في الدورة العادية التاسعة والستون المنعقدة في القاهرة خلال الفترة 11 - 14 فبراير 2002، قراراً رقم 1431 يقضي بتخفيض الرسوم الجمركية والرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل سنوياً على النحو التالي:

10 % ابتداءً من 2003/1/1؛

20 % ابتداءً من 2004/1/1؛

20 % ابتداءً من 2005/1/1.

وتعرف الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل، بحسب اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري، بأنها الرسوم التي تفرضها الدولة بمقتضى التعريفات الجمركية على السلع المستوردة، وكذلك الرسوم على الضرائب الأخرى التي تفرضها على السلع المستوردة، ولا تخضع لها منتجات الدولة الطرف نفسها أيّاً كان اسم هذه الرسوم والضرائب.

تحدد مواسم الإنتاج (الرزنامة الزراعية)، لعدد من السلع الزراعية العربية، التي لا تتمتع خلالها هذه السلع بالإعفاءات والتخفيضات من الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل، وينتهي العمل بهذا التحديد في موعد أقصاه تاريخ الانتهاء من تنفيذ البرنامج (عدلت فترة الانتهاء بالعمل بالرزنامة الزراعية العربية المشتركة لنتهي عام 2005 بدلاً من عام 2007)، وتحدد الدول العربية السلع الزراعية التي ترغب في إدراجها ضمن الرزنامة الزراعية، وترفع إلى المجلس الاقتصادي والاجتماعي للإطلاع عليها.

ثالثاً: القيود غير الجمركية

لا تخضع السلع العربية المتبادلة في إطار البرنامج، إلى أي قيود جمركية تحت أي مسمى كان، وتعرف القيود الجمركية بحسب اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، بأنها "التدابير والإجراءات التي

¹ نزيه عبد المقصود محمد مبروك. مرجع سبق ذكره، ص: 65.

قد تتخذها الدولة الطرف، للتحكم بالواردات لغير الأغراض التنظيمية أو الإحصائية، وتشمل على وجه الخصوص، القيود الكمية والإدارية التي تفرض على الاستيراد"

رابعاً: قواعد المنشأ

يشترط لاعتبار السلع عربية، لأغراض تطبيق هذا البرنامج أن تتوافر فيها قواعد المنشأ التي يقرها المجلس الاقتصادي والاجتماعي، وقد تمت الموافقة على القواعد العامة لمنشأ السلعة العربية في الدورة الستين للمجلس الاقتصادي والاجتماعي (القرار رقم 1336 بتاريخ 1997/9/17)، وتنفيذاً لنص المادة التاسعة من اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، والذي يتضمن الآتي: "يشترط لاعتبار السلع عربية لأغراض هذه الاتفاقية أن تتوافر فيها قواعد المنشأ التي يقرها المجلس، وألا تقل القيمة المضافة الناشئة عن إنتاجها في الدولة الطرف عن 40% من القيمة النهائية للسلعة عند إتمام إنتاجها"¹.

خامساً: تبادل المعلومات والبيانات

تتعهد الدول الأطراف، بتطبيق مبدأ الشفافية وإخطار المجلس الاقتصادي والاجتماعي بالمعلومات، والإجراءات واللوائح الخاصة بالتبادل التجاري، بما يكفل حسن تنفيذ الاتفاقية والبرنامج التنفيذي لها.

سادساً: ارتباط تحرير التجارة وتأثره بعدد من النشاطات الاقتصادية الأخرى

يتم التشاور بين الدول الأطراف، حول الخدمات وبالذات المرتبطة بالتجارة والتعاون التكنولوجي والبحث العلمي، وتنسيق النظم والتشريعات والسياسات التجارية، وحماية حقوق الملكية الفكرية.

سابعاً: تسوية المنازعات

يتم تشكيل لجنة لتسوية المنازعات، في كافة القضايا المرتبطة بتطبيق اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، وكذلك أي خلاف حول تطبيق هذا البرنامج.

هذه الأخيرة، سوف تكون موضوع المطلب الموالي.

ثامناً : إجراءات الانضمام والالتزامات المتعلقة بالعضوية

والتي تتلخص في النقاط التالية:

1- الدول المنضمة:

بلغ عدد الدول التي انضمت لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى 17 دولة عربية، وتشمل كلاً من: المملكة الأردنية الهاشمية، دولة الإمارات العربية المتحدة، مملكة البحرين، الجمهورية التونسية، المملكة العربية السعودية، الجمهورية العربية السورية، جمهورية العراق، سلطنة عمان، دولة قطر، دولة الكويت، الجمهورية اللبنانية،

¹ "مجموعة القوانين والنظم والأحكام الإدارية ذات التطبيق العام، التي يطبقها أي عضو لتحديد بلد منشأ السلعة، على شرط أن تكون" قواعد المنشأ "هذه لا تتعلق بالنظم التجارية التعاقدية أو المستقلة ذاتياً التي تؤدي إلى منح أفضليات تعريفية تجاوز ما ينتج من تطبيق اتفاقية" الجات " . 1994 ولمزيد من التفصيل ارجع إلي : بن داودية وهيبية . أثر قواعد المنشأ علي التجارة الخارجية لدول شمال أفريقيا . مجلة شمال إفريقيا . جامعة الشلف . العدد 6 . ص: 98 .

الجماهيرية الليبية، جمهورية مصر العربية، المملكة المغربية، جمهورية السودان، دولة فلسطين واليمن وذلك بعد إيداعها لهيكل التعريف الجمركية الساري لديها حتى 1997/12/31م، وموافقة مجلس وزرائها على البرنامج التنفيذي، والتوجيهات الصادرة بذلك إلى كافة منافذها الجمركية، بتطبيق التخفيض الجمركي بنسبة 10% على السلع العربية

2- الدول التي بصدد الانضمام:

أما الدول التي لا تزال بصدد استكمال إجراءات الانضمام لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، وكانت قد أعلنت رغبتها بالانضمام، ومن المتوقع أن يتم انضمامها قريباً حيث تقدمت بطلبات الانضمام إلى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، وتم الترحيب بها من قبل المجلس الاقتصادي والاجتماعي لجامعة الدول العربية، فتضم كل من: الجزائر، جيبوتي، الصومال، وجزر القمر.

أما الدول التي انضمت إلى اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري، فقد بلغت تسعة عشر دولة¹ تشمل جميع الدول العربية باستثناء الجزائر، التي تقوم حالياً بإجراءات الانضمام وجيبوتي وجزر القمر. أما عن الجزائر² حالياً فقد ورد في مركز تنمية الصادرات السعودية من مصلحة الجمارك بأن الجمهورية الجزائرية الديمقراطية قد انضمت فعلياً إلى المنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى بالقرار رقم (1762) وتاريخ 2009/2/12م، وذلك اعتباراً من تاريخ 1 مارس 2009م الموافق 1430/3/4هـ، لبدء الدول العربية الأعضاء في المنطقة بتنفيذ الإعفاءات الممنوحة للسلع الجزائرية المصدرة إلى الدول العربية الأعضاء في إطار منطقة التجارة الحرة العربية، وبانضمام الجزائر للمنطقة فإن الصادرات السعودية ستعفى من الرسوم الجمركية

3- الالتزامات المتعلقة بالعضوية

يمكن تقسيم التزامات الدول العربية إلى ثلاثة أصناف رئيسية:³

- **الرسوم الجمركية:** إلغاء الرسوم الجمركية في غضون عشر سنوات بواقع 10% سنوياً، اعتباراً من عام 1998، ويستثنى من ذلك السلع الواردة في البرنامج الزراعي العربي المشترك، والسلع الممنوعة لأسباب دينية وأمنية وصحية.

- **الضرائب:** إلغاء الضرائب ذات الأثر المماثل خلال الفترة المذكورة أعلاه وبالنسبة نفسها، ويتعلق الأمر بالرسوم التي تفوق مبالغها قيمة الخدمات المقدمة للسلع المستوردة، كالرسوم المبالغ فيها المفروضة على تفريغ أو تحميل البضائع في الموانئ، وكذلك الضرائب التكميلية على الواردات دون خدمة محددة ومباشرة،

¹ اللجنة الاقتصادية لغربي آسيا: "الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العوامة والتكامل الإقليمي في دول منطقة الإسكوا 2005" العدد الرابع،

الأمم المتحدة 2006. <http://www.1stmediterranean.com/actufr/archives/resultat.php?id=744>.

² أنظر: http://www.sedc.org.sa/viewnews.asp?news_type=1#705

³ نواقي بن علي فاطمة. مرجع سبق ذكره. ص 189.

كالضرائب على الدفاع، وحسب البرنامج التنفيذي، يتعين دمج جميع هذه الرسوم ذات الأثر المماثل في هيكل التعريفية الجمركية، بهدف إخضاعها للتخفيض

- **القيود الكمية:** وعلى خلاف الصنفين المذكورين الخاضعين للخفض التدريجي، يجب إزالة هذه القيود فوراً، وهي الحواجز غير الجمركية التي تمنع دخول السلع العربية والإجراءات النقدية المختلفة، كالرقابة على التحويلات، وتعقيدات فتح الاعتمادات المصرفية، وتعدد الجهات الإدارية المانحة لتراخيص الاستيراد، أضف إلى ذلك التعقيدات الحدودية والمبالغة في المواصفات القياسية، وبالتالي فإن المنطقة الحرة تفترض سريان إلغاء الرسوم الجمركية والقيود الكمية، على تجارة جميع أنواع السلع دون استثناء، وقد وافقت دول الخليج الستة على هذا المبدأ. وقدمت البلدان الأخرى قائمة بالسلع التي لا ترغب بتحريرها.

وحسب تقارير لجنة التنفيذ والمتابعة، يتضح أن عدد السلع المستثناة بلغ 832 سلعة، وهذا يؤدي إلى التقليل من مصداقية المنطقة وتراجع دورها في تنمية التجارة البينية، كما أن استثناء سلعة معينة من قبل دولة ما، يعطي الحق لدول أخرى في استثناء سلع مماثلة، وبالتالي تتسع دائرة الاستثناءات.

ولكن؛ حتى لا تنقلب الاستثناءات إلى قاعدة عامة تؤدي إلى فشل المنطقة الحرة، تم وضع ضوابط تحكم الاستثناءات، واشترط أن تقدم الدولة المعنية، المبررات المقنعة من الناحية الاقتصادية، وألا تتجاوز مدة الاستثناء أربع سنوات، وألا تزيد قيمة السلع المستثناة على 15% من قيمة الصادرات إلى البلدان الأعضاء في المنطقة.

ومن ناحية أخرى؛ فإن الالتزامات المذكورة تقتصر على السلع المنتجة في الدول الأعضاء في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، وهذا أمر متعارف عليه بالمناطق الحرة في العالم، لأن سريان التحرير على بضائع ذات منشأ أجنبي، يقود إلى التهرب الضريبي، كأن تستورد دولة عربية تطبق أسعاراً جمركية منخفضة على سلعة من بلد أجنبي وتعيد تصديرها لدولة عربية أخرى تطبق أسعاراً جمركية.

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

جدول رقم (2-3) : مواقف الدول العربية تجاه تنفيذ منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

الدولة	البدء المنافذ الجمركية بحسب المذكرة	إيداع إيداع هياكل التعريف	إيداع الرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل	تطبيق قواعد النشأ العامة	الريزنامة الزراعية	الاستثناءات	اتخاذ القرار من الجهات الرسمية
الأردن	1998/03/09	*	*	*	*	*	*
الإمارات	1998/03/16	*	لا يوجد	*	لا يوجد	لا يوجد	*
البحرين	1998/02/08	*		*	لا يوجد	لا يوجد	*
تونس	1998/02/06	*		*	*	*	*
الجزائر***	*
جيبوتي
السعودية	/11/03	*	لا يوجد	*....
السودان	2005/01/01	*			(*)		*
سوريا**	1998/08/01	*	*	*	*	*	*
الصومال		*					
العراق**	1998/03/04	*	*	*	*		*
سلطنة عمان	1998/05/09	*	لا يوجد	*	*	لا يوجد	*
فلسطين					(*)		
قطر	1998/06/13	*	لا يوجد	*	*	*	*
جزر القمر
الكويت	1997	*	لا يوجد	*	*	لا يوجد	*
لبنان	1999/12/31	*	*	*	*	*	*
ليبيا	1999/02/16	*	*	*	*		+*
مصر	1998/02/11	*	*	*	*	*	*
المغرب	1998/01/13	*	*	*	*	*	*
موريتانيا							
اليمن							

المصدر: جامعة الدول العربية الإدارة العامة للشؤون الاقتصادية، دورات المجلس الاقتصادي والاجتماعي التاسعة والستون و69 والسبعون70.

ملاحظات:- الدول المظللة غير أعضاء في منطقة التجارة الحرة بعدم انضمامها بعد إلى اتفاقية تسيير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية.

- () تعني أن الدولة لم تنفذ بعد التخفيض المدرج بنسبة 10% من الرسوم الجمركية والضرائب المماثلة.
- *+ تعني قرار اللجنة الشعبية رقم 20 لسنة 1998 بالموافقة على إعلان منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.
- إيداع التعريفة ليس وفق النظام المنسق المتفق عليه.
- *** أعلنت الجزائر أنها بصدد الانتهاء من الإجراءات اللازمة للانضمام إلى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.

طلبت موريتانيا مؤخرًا تجديد موعد لإيداع وثيقة تصديقها على اتفاقية تسيير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية.

- تقوم كل من المملكة الأردنية وجمهورية العراق بإبلاغ المنافذ الجمركية سنويًا بتخفيض نسبة سنوية 10% على التعريفات الجمركية.

المطلب الخامس : نتائج تنفيذ اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

من خلال دراسة تطور حجم التجارة العربية خلال هذه الفترة، سوف نتعرف على أثر تطبيق اتفاقية إقامة منطقة التجارة الحرة على حجم التجارة البينية.

أولاً: التجارة الخارجية للدول العربية

تراجعت الصادرات الإجمالية للدول العربية بصورة حادة عام 2009، حيث بلغت قيمتها حوالي 726 مليار دولار مقارنة مع نحو 1,068 مليار دولار عام 2008، أي بانخفاض نسبته 32% في المائة في المتوسط و قد تجاوزت نسبة انخفاض الصادرات العربية نسبة انخفاض الصادرات العالمية التي بلغت 22,6 في المائة عام 2009، مما أدى إلى تراجع حصة الصادرات العربية في الصادرات العالمية من 6,7 في المائة عام 2008 إلى 5,9 في المائة 2009 .

- و على صعيد أداء الواردات الإجمالية العربية، فقد تراجعت أيضا و لكن بنسبة اقل من تراجع الصادرات الإجمالية العربية، إذ بلغ إجمالي الواردات العربية نحو 603 مليار دولار عام 2009 مقارنة بحوالي 705 مليار دولار عام 2008، أي بانخفاض نسبته 14,4 في المائة في المتوسط، و قد تأثرت الواردات الإجمالية العربية بتباطؤ النشاط الاقتصادي في الدول العربية من جراء تأثيرات الأزمة العالمية، غير أن الإجراءات و البرامج المالية التحفيزية لدعم الاقتصاد في مواجهة الآثار السلبية للآزمة عملت على تخفيف حدة تراجع الواردات العربية، و قد ارتفعت حصة الواردات العربية في الواردات العالمية من 4,3 في المائة عام 2008 إلى 4,8 في المائة عام 2009. والجدول التالي يبين التجارة الخارجية العربية الإجمالية¹:

¹ الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية،

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

- جدول رقم (3-3) : التجارة الخارجية العربية الإجمالية 2005_2009

معدل التغير السنوي للفترة (2008-2005) (%)	معدل التغير السنوي (%)					القيمة (مليار دولار)					
	*2009	2008	2007	2006	2005	*2009	2008	2007	2006	2005	
23.3	32.0	32.3	16.6	21.7	38.3	726.1	1,067.8	807.4	692.5	569.0	الصادرات العربية
26.3	14.4	31.7	33.6	14.5	20.2	603.3	705.0	535.3	400.8	350.2	الواردات العربية
15.2	22.6	15.9	13.8	16.0	13.5	12,348.2	15,962.8	13,768.1	12,100.8	10,434.0	الصادرات العالمية
15.0	23.1	15.3	14.8	14.8	13.4	12,471.0	16,223.9	14,072.1	12,252.7	10,675.4	الواردات العالمية
						5.9	6.7	5.9	5.7	5.5	وزن الصادرات العربية في الصادرات العالمية (%)
						4.8	4.3	3.8	3.3	3.3	وزن الواردات العربية في الواردات العالمية (%)

المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.

- * تقديرات أولية.

- المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية،

- ثانيا: التجارة البينية العربية:

أدى تراجع أسعار النفط العالمية و تباطؤ النشاط الاقتصادي في الدول العربية في أعقاب الأزمة المالية و الاقتصادية العالمية إلى انخفاض متوسط قيمة التجارة البينية عني عام 2009 بنسبة 19,6 في المائة لتبلغ نحو 71,1 مليار دولار و ذلك مقارنة بقيمة 88,4 مليار دولار عام 2008، و انخفضت قيمة الصادرات البينية بنسبة 19,7 في المائة، كما سجلت قيمة الواردات أيضا انخفاضا بنسبة 19,5 في المائة، و الجدول التالي يوضح ذلك¹:

- الجدول (3-4): أداء التجارة العربية البينية 2005-2009

معدل التغير السنوي للفترة (2008-2005) %	معدل التغير السنوي (%)					القيمة (مليار دولار)					
	2009	2008	2007	2006	2005	(2)2009	2008	2007	2006	2005	
24.2	19.6	30.8	20.4	21.5	36.5	71.1	88.4	67.6	56.1	46.2	متوسط التجارة البينية العربية (1)
24.4	19.7	31.1	21.0	21.5	33.8	74.7	93.0	71.0	58.6	48.3	الصادرات البينية العربية
23.9	19.5	30.6	19.8	21.6	39.7	67.5	83.8	64.2	53.6	44.1	الواردات البينية العربية

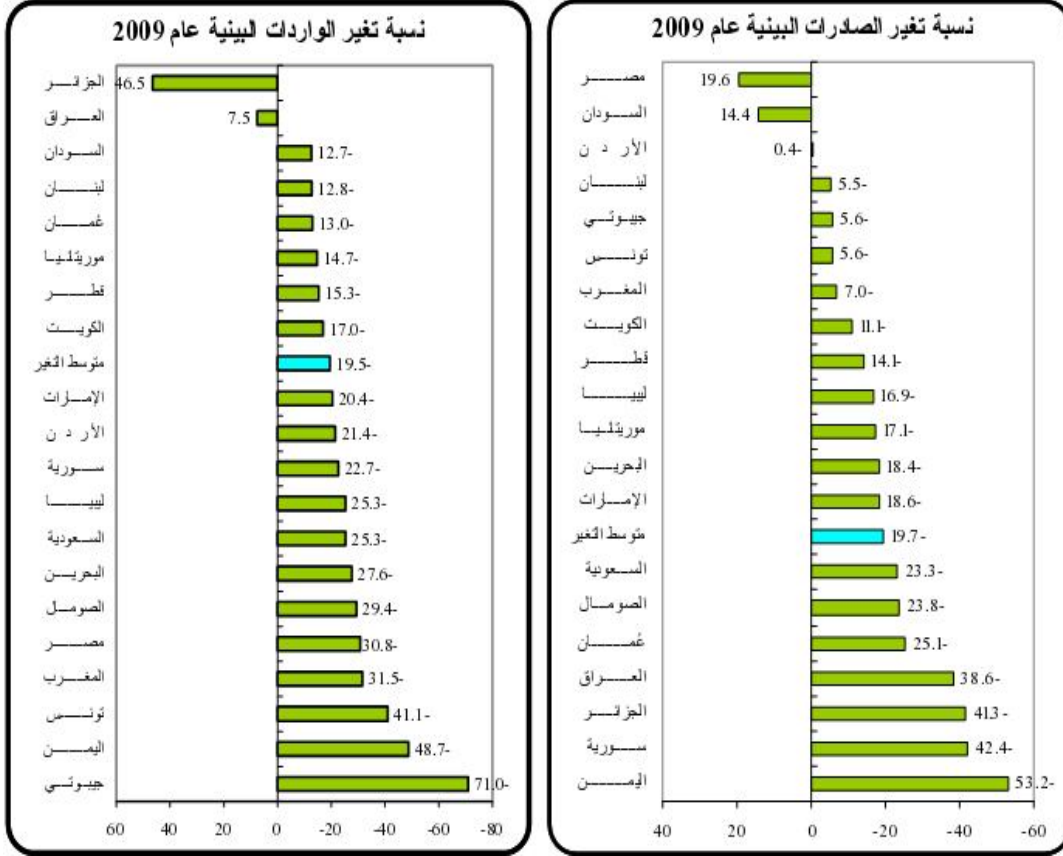
المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.

¹ الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية،

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

- و على صعيد أداء الدول فرادى، سجلت جميع الدول العربية انخفاضا في صادراتها البينية، باستثناء مصر و السودان، حيث تراوحت نسب الانخفاض بين 0,4 في المائة بالنسبة للأردن و 53,2 في المائة بالنسبة لليمن، و الشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 3-1: التغير في التجارة البينية العربية عام 2009



المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.

و في المقابل سجلت قيمة صادرات مصر إلى الدول العربية زياد ملحوظة بنسبة 19,6 في المائة لتبلغ نحو 8,3 مليار دولار عام 2009، و استمرت أيضا قيمة صادرات السودان إلى الدول العربية في النمو لتبلغ نسبة 14,4 في المائة خلال الفترة نفسها.

و في جانب الواردات البينية، فقد تراجعت قيمتها في جميع الدول العربية، باستثناء الجزائر و العراق، و لقد تراوحت نسب التراجع بين 12,7 في المائة بالنسبة للسودان و 71 في المائة بالنسبة لجيبوتي، يعزى تراجع التبادل التجاري بين اليمن و الدول العربية من جانبي الواردات و الصادرات إلى الأوضاع الأمنية الصعبة التي يمر بها اليمن، و من جهة أخرى قفزت واردات الجزائر من الدول العربية بنسبة 46,5 في المائة، في حين ارتفعت واردات العراق من الدول العربية بنسبة 7,5 في المائة عام 2009، و يلاحظ أن الجزائر التي انضمت إلى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال عام 2008، قامت بإزالة جميع الرسوم الجمركية على السلع العربية المنشأ بداية من عام 2009، مما أسهم كثيرا في تنشيط حركة التجارة بين الجزائر و الدول العربية.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد المعطيات المهمة التي تمر عبرها أساليب الأداء الاقتصادي في الوطن العربي، وأصبحت هذه التجارة قضية البقاء لكل من يتطلع نحو التطور الاقتصادي، ومن منطلق مواكبة عالم الاقتصاد الجديد بدأت دول العالم العربي معانقة هذه التجارة النامية لما لها من فوائد على القطاع العام والخاص، وبالرغم من كل التطورات التي يشهدها العالم العربي في سياق التجارة الإلكترونية إلا أنه مازال لا يشكل أكثر من 2% وبذلك زاد حجم الفجوة بين الوطن العربي ودول العالم الغربي وأصبحت الأعمال و التجارة الإلكترونية ضرورة لسد هذه الفجوة والبقاء والاستمرار في عالم الاقتصاد الجديد.

ونظراً للارتفاع الكبير في حجم التجارة الإلكترونية العالمي خلال السنوات الست الماضية وتحول نظام السوق بشكل كبير إلى التجارة الإلكترونية، فهذا يتطلب دراسة أسباب تأخر التجارة الإلكترونية في وطننا العربي ووضع الحلول الناجعة والسريعة لتفعيل هذه التجارة.

و سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف على واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الشبكي العربي

إن تعزيز التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الشبكي العربي موضوع جدير بالاهتمام، لذلك كانت التنمية التكنولوجية محورا رئيسيا في إستراتيجية التكامل الاقتصادي العربي، وكان إنشاء الاتحاد العربي لتكنولوجيا المعلومات تحت مظلة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية لتجمع المختصين سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي، وكانت التوصية بإعداد دراسة جدوى لمشروع إقامة أكاديمية عربية للتجارة الإلكترونية هي بعض نتائج أعمال الدورة الثالثة والسبعين للمجلس.

إننا إزاء عالم جديد تحكمه شبكات المعلومات، خاصة في المجال الاقتصادي نتيجة لتوسع قدرة الحاسبات الآلية، وازدياد سرعة التشغيل، والاندماج بين الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال، حتى أصبح الاقتصاد الشبكي القائم على شبكات المعلومات حقيقة واقعة ليس فحسب باعتباره أداة لممارسة التجارة التقليدية بوسائل إلكترونية، بل أيضاً باعتباره أداة إنتاج وتوزيع وتسويق وترويج على نطاق واسع.

و توجيه النظر إلى بعض الإحصاءات المتاحة يوضح الانتشار السريع لاستخدام شبكة الإنترنت كأداة للتجارة العالمية وإتاحة المعلومات على نطاق واسع، حيث تشير بعض تقارير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي Undp إلى وجود أكثر من 1.5 مليار موقع على شبكة المعلومات الدولية، وهي تتزايد بمعدلات متسارعة، لذلك يتضاعف حجم الاتصالات عبر الإنترنت ويتزايد عدد مستخدميه في العالم من 50 مليون شخص عام 1997 إلى 288 مليون شخص عام 1999، ونحو 700 مليون شخص في نهاية 2001.

وفي إطار عولمة التجارة والاستثمار أصبح تقدم الأمم في عصر المعلومات يتوقف على مدى تواصلها وارتباطها عبر أنظمة الاتصالات وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

هذه الأهمية المتنامية دفعت مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية في أحد تقاريره للتأكيد على أهمية التبادل الإلكتروني بين الكيانات الاقتصادية، وإلا تضاعف نصيبها في التجارة الدولية، فحجم التجارة الإلكترونية يتزايد بمعدلات عالية.

لذا يمكن القول بأن الاقتصاد الشبكي ليس مجرد تطور أحدثته تكنولوجيا الاتصالات، ولكنه يعبر عن ثورة بكل معاني الكلمة ستكون لها آثارا سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية بالغة العمق. أمام هذه الأهمية، وذلك الاهتمام لم يكن من الممكن لمجلس الوحدة الاقتصادية العربية أن يغض الطرف عن هذه الثورة العلمية الهائلة، أو أن يتجاهل هذه التطورات المستجدة التي تؤثر على بيئة الأعمال والاستثمار، وما يمكن أن ينعكس عنها إيجابا وسلبا على المنطقة العربية في عصر الاقتصاد الشبكي. فالحديث عن التجارة الإلكترونية ليس مجرد استشراق للمستقبل وإنما هو محاولة لمواكبة واقع قائم ومتنامي.

و الواقع أن التفاوت الكبير بين الدول المتقدمة والدول النامية بوجه عام فيما يتعلق بمستوى تغلغل الإنترنت في المعاملات وإتاحة المعلومات واتساع أنشطة التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت أو الهواتف النقالة، وتنفيذ العمليات المصرفية والمالية إلكترونيا، هذه الفجوة الآخذة في الاتساع تأتي امتدادا طبيعيا للفجوة القائمة بين هاتين المجموعتين من الدول اقتصاديا وثقافيا وتكنولوجيا، وتضيف تحديا جديدا يعوق التنمية والتطور، ويمثل خطرا حقيقيا في تهميش الدول التي تفتقد البنية الأساسية للدخول في الشبكة الدولية للمعلومات والاتصالات. وعلى الرغم من نمو استخدام شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية على المستوى العالمي، إلا أن النصيب النسبي للمنطقة العربية ما زال محدودا سواء بالأرقام، بالمستويات المطلقة أو معدلات النمو، تحاول العديد من الدول العربية متابعة المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تعززه من متغيرات جديدة من خلال تطوير وتحديث اقتصادياتها لتواكب التطورات السريعة والمتلاحقة من تكنولوجيا المعلومات، وبدأت هذه الدول في الاعتماد على الأعمال الإلكترونية (E - Business) والتجارة الإلكترونية كمنطلق للتعامل في الأسواق التي تتعامل فيها شركات هذه الدول ومن بين هذه الدول دولة الإمارات والمملكة العربية السعودية ومصر والأردن. وتواجه الدول العربية تحديات واسعة في هذا المجال أهمها الفجوة الرقمية المتسعة في اقتصادياتها، تلك الهوة الفاصلة التي خلقتها ثورة المعلومات والاتصالات في مجال النفاذ إلى مصادر المعلومات والمعرفة والقدرة على استغلالها وهي فجوة واسعة ومتعددة الجوانب وباتت أمرا "واقعا" وهي آخذة بالاتساع بينها وبين الدول المتقدمة إضافة لوجودها بين الدول العربية ذاتها وفي داخل كل دولة على حده¹.

¹ سعيد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الشبكي العربي، مرجع سبق ذكره، متاح على الموقع:

<http://www.lawoflibya.com/forum/showthread.php?t=4214>

تاريخ الإطلاع: 2011-02-10

ويشير تقرير البنك الدولي لعام 2008 إلى أن حجم صادرات الدول العربية التقانه العالمية بلغت 2% فقط في حين بلغت في الدول المتقدمة (36%) ودول شرق آسيا (29%) وأمريكا اللاتينية (2%)¹ أما من حيث متوسط مستخدمي الانترنت مثلاً في الدول المتقدمة لعام 2008 يبلغ (600) لكل ألف من السكان ومتوسط مستخدمي الانترنت في الدول العربية (116) لكل ألف من السكان للعام نفسه، مما يوضح حجم الفجوة الرقمية².

إن من أهم مؤشرات قياس الوصول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو مؤشر عدد مستخدمي الانترنت والذي يعكس بشكل غير مباشر واقع وآفاق التجارة الالكترونية، وتشير أحدث الإحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنت في العالم يبلغ نحو (1,5) مليار مستخدم من تعداد سكان العالم لعام 2008، البالغ عددهم نحو (6.5) مليار نسمة أي بنسبة (17%) في حين لم يكن عدد مستخدمي الانترنت يتجاوز في عام 1997 أي (70) مليون مستخدم، أي تضاعفوا نحو سبعة عشر مره على مدى عشر سنوات وهي زيادة لم تشهدا أي وسيله أخرى على مدار التاريخ الإنساني، أما على المستوى العربي، يبلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي لعام 2008 نحو (38) مليون نسمة مستخدم من إجمالي سكان الوطن العربي البالغ (330) مليون أي أن نسبة مستخدمي الانترنت العربي لعدد السكان يبلغ نحو (11.5%)، في حين لم يكن إجمالي عدد مستخدمي الانترنت العربي في عام 1997 يتجاوز 600 ألف مستخدم وهو ما يعني زيادة تبلغ نحو (50) ضعف في مدى عشر سنوات³، أي أن الزيادة التي يشهدها انتشار الانترنت في الوطن العربي تعد أعلى النسب في العالم، وتنبأ هذه الزيادة الهائلة في عدد مستخدمي الانترنت عما يمكن أن يشهده المستقبل من توسع في هذه الزيادة استناداً إلى التطور التكنولوجي الذي بدأ يأخذ اللغة العربية في الاعتبار. أما عن عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الوطن العربي فقد وصل مع نهاية عام 2010 حوالي 62,938 مليون مستخدم يتوزعون وفق الترتيب العالمي لدولتهم حسب تقرير نفس السنة كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ حسين المهدي/الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي(وثائق المؤتمر السنوي الثاني) أبو ظبي، الإمارات 2005 ص34

² محمد الريمحي، صراع الفجوة الرقمية، جريدة العرب الدولية، العدد 2، أكتوبر 2005، ص16

³ تاريخ الإطلاع: 13-12-2011- Openarab.net، The Initiative for an open Arab internet، www.

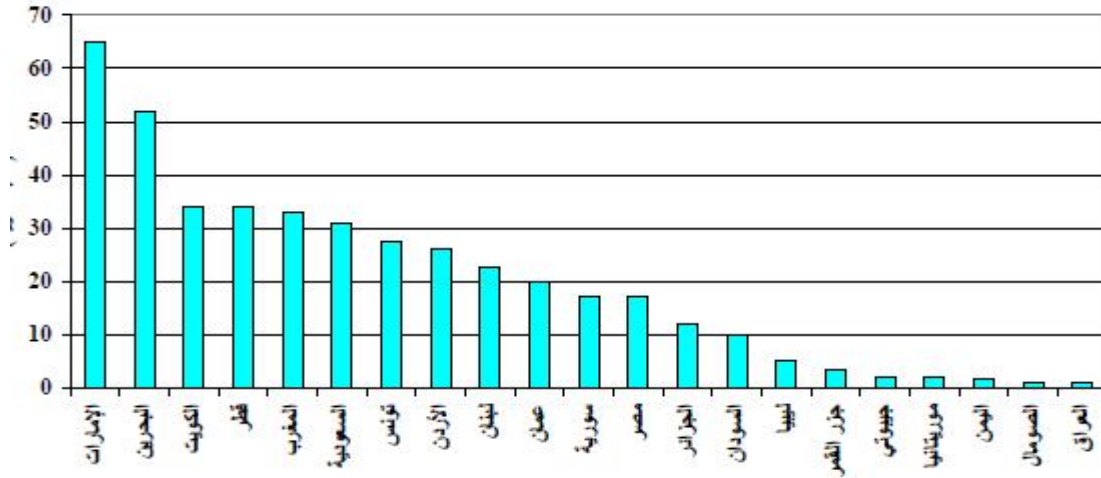
الجدول (3-5): عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي حسب الترتيب العالمي لسنة 2010

الترتيب العالمي	الدولة	عدد مستخدمي الانترنت	النسبة المئوية من إجمالي السكان
28	مصر	17.060.000	21,2%
32	المغرب	10.442.500	33%
33	المملكة العربية السعودية	9.800.000	38,1%
52	الجزائر	4.700.000	13,6%
57	السودان	4.200.000	10%
61	سوريا	3.935.000	17,7%
62	الإمارات العربية المتحدة	3.777.900	75,9%
66	تونس	3.600.000	34%
71	لبنان	1.570.000	39,5%
80	الأردن	1.126.700	18,2%
84	الكويت	900.000	34,7%
109	قطر	351.000	42,6%
111	سلطنة عمان	340.000	10,3%
115	اليمن	320.000	1,4%
119	العراق	275.000	1%
121	ليبيا	260.000	4,2%
122	البحرين	250.000	34,8%
159	موريطانيا	30.000	1%

Source :Internet World Stats(usage and population statistics)

و رغم هذه المؤشرات إلا أنها لازالت متواضعة مقارنة بالبلدان الأوربية، و عليه فان التأمل في طبيعة و نوعية الفئات العمرية للمستخدمين تعكس حقائق علمية و موضوعية و اقتصادية تستدعي الوقوف عليها، و قراءتها بشكل اقتصادي و استثماري، مقارنة مع طبيعة استخدام و مستخدمي الانترنت أوريبيا و عالميا لعل الأمر يوصلنا إلى حقائق أخرى تجعل مستخدمي الانترنت العرب يعيدون النظر في طبيعة و كيفية استخدامهم للإنترنت، و الاتجاه للتفكير الاستثماري من أجل تغيير نوعية العوائد المحققة من ذلك الاستخدام، و الخروج بها من دائرة المتعة الشخصية إلى مجال الاستثمار و الشكل(3-2) يوضح انتشار الانترنت في الدول العربية.

الشكل (3-2): انتشار الانترنت في الدول العربية

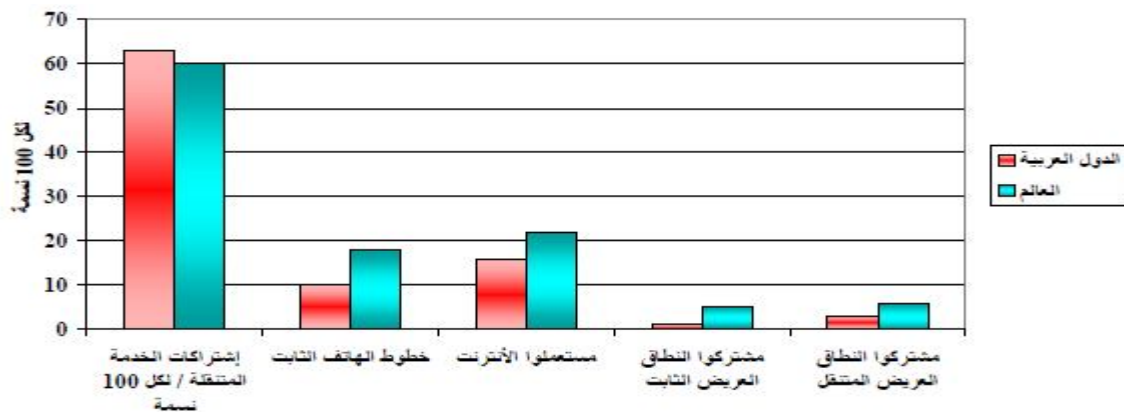


المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.

ويعتمد عدد مستخدمي الانترنت على عوامل عديدة تؤثر بشكل مباشر عليه وعلى انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منها مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها وصيانتها وتعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية ورخص أسعار الهاتف والاشتراك في الانترنت وتوفير الهواتف والخطوط لتأمين سرعة انتقال المعلومات وتعريبها للاستفادة منها إضافة إلى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشة (القدرة الشرائية العالية للفرد).

و فيما يلي عرض الشكل رقم (3-3) الذي يمثل الإقبال على الاتصالات في الدول العربية.

الشكل (3-3): الإقبال على الاتصالات في الدول العربية.



المصدر: الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.

إن النظر إلى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي يكشف عن وجود هوة رقمية بين الدول العربية حيث تتفاوت فيما بينها في استخدامها للتجارة الالكترونية، فهناك بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها وأغلبها في منطقة الخليج العربي وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال، ووفقا لدراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات والإعلام في العالم العربي، تم تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات:

مجموعة التطور السريع وتشمل: الإمارات - الكويت - البحرين.

مجموعة الدول الصاعدة: مصر - الأردن - لبنان - السعودية.

مجموعة الدول السائرة في طريق النمو: المغرب - الجزائر - عمان - سوريا.

هذا وتتصدر دولة الإمارات العربية المتحدة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي الانترنت من إجمالي سكانها حيث بلغت (75.9%) ثم قطر (42.6%) ثم البحرين (34.8%) في الكويت (34.7%).

وعلى الرغم من ارتفاع مستوى المعيشة للمملكة العربية السعودية نجد أنها تأتي في المرتبة التاسعة بعد تونس وقبل فلسطين حيث لا تتجاوز النسبة لديها 10.68% من مجموع السكان أما المغرب ومصر والجزائر وليبيا. فتتابع في التصنيف انطلاقا من المرتبة الحادية عشر في حين يقف السودان في آخر القائمة. ويشير التقرير الاقتصادي العربي الموحد (سبتمبر 2000) إلى أن تكلفة تحديث وتطوير شبكات الاتصالات في الدول العربية خلال الفترة 2003-2000 تقدر بحوالي 15 مليار دولار وان العقد القادم سوف يشهد تحولا كبيرا في حجم حركة الاتصالات وطريقة تنظيم الشبكة وانتشار استخدام الانترنت، خاصة مع استكمال المقومات الأساسية للتجارة الإلكترونية.

وعلى الرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة الالكترونية عربيا¹، إلا أن بعض الدراسات البحثية والإحصائية أظهرت تواضع حجم وإمكانيات التجارة الالكترونية في العالم العربي فقد حققت التجارة الالكترونية على المستوى العالمي معدلات نمو مرتفعه نسبيا¹ منذ عام 1997 حيث بلغ نموها (200%) سنويا¹ وارتفعت عائداتها من 26 (مليار دولار لعام 1997 إلى 330) مليار دولار لعام 2001 وارتفعت لتصل (1000) مليار دولار لعام 2003¹، ومن المتوقع أن تصل إلى (5000) مليار دولار في عام 2009. في حين أن حجم التعاملات في التجارة الالكترونية العربية لم يتجاوز نسبة (0.3%) من حجم التعاملات على المستوى العالمي على صعيد تعاملات الشركات (b2b) أما الشراء الالكتروني عبر الانترنت فلم يتجاوز عربيا¹ (0.7%) وتشير أكثر التوقعات تفاؤلا¹ للعام 2009 والصادرة عن (UNCTD) إلى أن التعاملات الالكترونية في

¹ إحصاء قامت به شركة (NUA) وهي مؤسسه بحثيه تعني بإستراتيجية الانترنت في (USA) للمزيد على الموقع: Survey - ie. Nua - www.

أفريقيا والدول العربية لن تتخطى (0.7%) من مجموع التعاملات العالمية في حين ستحقق الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً نسبة (58.1%)¹

إن تدني مساهمة التجارة الالكترونية العربية على المستوى العالمي يعود إلى عدة أسباب منها أن المواقع التي تستخدم اللغة العربية لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت، وهذا يعد عائقاً رئيساً أمام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في الدول العربية، فمشكلة اللغة تمثل عاملاً مهماً يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية، كما أن عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديدًا وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان وضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف استخدام هذا النمط المستحدث للأنشطة التجارية²، هذا بالإضافة إلى المشاكل التقليدية التي تعوق التجارة الالكترونية في العالم العربي مثل ضعف الموارد البشرية والمادية وغياب الخبرات التكنولوجية اللازمة نتيجة انتشار الأمية بنسب عالية ممثلة في الأمية الأبجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية وضعف كفاءة قطاع الاتصالات الأمر الذي يؤثر في أداء القطاعات الاقتصادية الأخرى وعدم توفير البنية التحتية الكافية التي تتيح الاتصال بالانترنت والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وأخيراً تأتي مشكلة غياب الإطار التشريعي والتنظيمي في بعض الدول العربية الذي ينظم المعاملات الالكترونية في ظل انفتاح الأسواق والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.

وتتوقع بعض الدراسات أن يزداد حجم التعامل بالتجارة الالكترونية على المستوى العربي مع ازدياد اندماج اقتصاديات هذه البلدان في الاقتصاد العالمي مشيرة إلى توجيهات حكومية لدى العديد من هذه البلدان لإيجاد الحكومة الالكترونية إذ يتم تعامل الحكومة الكترونياً مع كثير من القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية كذلك في تقديمها لمختلف خدماتها.

وينبغي التأكيد على ضرورة توافر مجموعة من الآليات تساعد على النهوض بواقع التجارة الالكترونية العربية، لتخطي بعض العقبات وتحقيق نسبة نجاح متزايدة ومن هذه المتطلبات وجود بنية متطورة للاتصال ونظم جيدة لإدارتها مع إرساء بيئة قانونية وتشريعية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا النشاط. ومعرفة اللغة الأجنبية وتوافر قاعدة ثقافية جيدة والوعي والإدراك لأهمية هذه الوسيلة ووجود حاسبات آلية ومستوى مرتفع من الدخل نسبياً³.

أن الباحث في الواقع العربي يلاحظ أن الجهود تتفاوت فيما بين المؤسسات العربية من حيث الأداء والانجاز والتميز. فالمئات من المواقع العربية تتجاوز مشكلة اللغة باعتماد نظام لغة ثنائي وبرمجيات ترجمه وحلول

¹ إبراهيم الماحد، مقال حول التجارة الالكترونية العربية منشور في مجلة العالم الرقمي على الموقع: www. Al - Jazivah.com تاريخ الإطلاع: 2011-03-12

² واقع التجارة الالكترونية ومزاياها. http : lladen. Atspace . com/waki

³ النادي العربي للمعلومات ((التجارة الالكترونية في العالم العربي)) أو . www .middle - east - online. Com \ technology

خاصة بالبيئة العربية وبالتالي تمكنت من الدخول إلى سوق التجارة الالكترونية وقد أعلنت العديد من المصارف العربية وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الإمارات العربية المتحدة مجموعة بنك الإمارات الدولي - الشرق الأوسط وبنك دبي الوطني - بنك الاتحاد الوطني - وبنك الكويت الوطني على الموقع: www.nbk.com بنك عودة لبنان على الموقع www.audi.com وبنك الاعتماد اللبناني وبنك فلسطين الدولي على الموقع: www.pibank.com إضافة لبنك قطر الوطني على الموقع www.qatarank.com

البدء بتقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنت لتسهيل التجارة الالكترونية وتلك البنوك هي العاملة حالياً في ميدان التجارة الالكترونية العربية¹.

كما شاع تأسيس متاجر افتراضية على الشبكة، أبرزها متاجر الملابس والحلويات والمكتبات، كما ظهرت مواقع خدمتية شاملة، إخبارية، إعلانية وتسويقية للعديد من السلع في مقدمتها المجالات ومنتجات التقنية من الأجهزة والبرمجيات، وتعد مشروعات الأسواق الالكترونية في دبي والسعودية والأردن أكثر مشروعات التجارة الالكترونية طموحاً ويتوقع أن تحقق خطط تطويرها نماء جيد في سوق التجارة الالكترونية العربية.

ومع اتساع الاهتمام بأحداث مواقع عربية على الانترنت لمختلف المؤسسات والهياكل التجارية في العالم العربي بدأت المواقع التي تأسست في السنوات السابقة بإضافة خدمات التسوق الالكتروني وخدمات التجارة الالكترونية الأخرى وتظهر الدراسات أن نسبة تزايد أنشطة التجارة الالكترونية في البيئة العربية تزداد على نحو متسارع وتشير التنبؤات إلى أن كل (7) من أصل (10) جهات عربية تستحدث موقعا على الانترنت تضيف ضمن خدمات الموقع أنشطته تسويقية وإعلامية وخدماته تقع ضمن نطاق ومفهوم التجارة الالكترونية².

ويكفي النظر في هذا المجال إلى مدى توافر البنية الأساسية للمعلومات، وشبكة الاتصالات ونوعية العنصر البشري المؤهل للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة... الخ، للتعرف على الوضع النسبي الراهن للاقتصاد الشبكي العربي. فانتشار التجارة الإلكترونية مرتبط إلى حد بعيد بانتشار الإنترنت، وبالتالي فانتشار الكمبيوتر والهواتف في المنازل والمنشآت والأجهزة الحكومية ييسر تبادل كل شيء بدءاً بالمعلومات ومروراً بالخدمات والسلع، فبالرغم مما شهدته المنطقة العربية من زيادات كبيرة في عدد مستخدمي الإنترنت، إلا أن النصيب النسبي للمجموعة العربية ما زال ضعيفاً إذا ما قورن بعدد السكان .

بحيث تختلف صورة التجارة الالكترونية في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم، إذ نجد العديد من الشركات العربية مازالت بعيدة عن ممارسة التجارة الالكترونية، حيث نجد أن معظم الدول العربية مازالت

¹ نادر فرجاني، "تحدي اكتساب المعرفة في الوطن العربي"، مركز المشكاة للبحث، مصر، 2003، ص: 35 .

² غسان عبد الهادي إبراهيم، "الأسواق عربية مشتركة. حتى على الانترنت"، الحوار المتمدن، العدد 31، أيلول 2005 ،

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

متخلفة عن ركب التعاملات الالكترونية، و أن إجمالي الإنفاق العربي لا يزيد عن 95 مليون دولار سنويا عبر التجارة الالكترونية، و إن أكثر المتعاملين بالتجارة الالكترونية تركز مشترياتهم في شراء برامج و أجهزة الحاسب الآلي بنسبة تزيد عن 70% بينما تتوزع النسبة الباقية على الكتب و الهدايا، و كما أن 80% من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية و ذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت.

و قد أجرى الكامي دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الانترنت في الوطن العربي للاستدلال على واقع الأعمال الالكترونية في الوطن العربي، و قد خلصت دراسته إلى النتائج التالية¹:

- مارس 9% من مستخدمي الانترنت العرب عملية شراء لمرة واحدة على الأقل
- تراوحت المبالغ التي أنفقت على عمليات الشراء بين دولار واحد و عشرين ألف دولار
- بلغ معدل مشتريات المشتري الواحد 95 دولار
- القيمة التقديرية لحجم التسوق العربي السنوي عبر الانترنت خلال سنة الدراسة ب 95 مليون دولار
- بلغت نسبة الذين مارسوا عملية الشراء لمرة واحدة 33% من أفراد العينة، و نسبة الذين كرروا عملية الشراء مرة ثانية 26% من أفراد العينة، و نسبة الذين اشتروا مرة ثالثة 23%، بينما الذين اشتروا أكثر من ثلاث مرات هي 18% من أفراد العينة.
- توزعت مشتريات أفراد العينة على مجموعة من المنتجات، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول (3-6): توزيع مشتريات أفراد عينة الدراسة.

المنتجات	نسبة المشتريين من أفراد العينة
برامج الحاسوب	48%
الكتب	28%
أجهزة الحاسوب و ملحقاته	26%
الأقراص المضغوطة	11%
تسجيل أسماء النطاق	10%
الهدايا	7%
الألبسة	5%
بطاقات السفر	5%
حجز المواقع و شراء الأجهزة الالكترونية	4%
المواد الغذائية	1%

المصدر: يوسف أحمد أبو فارة "التسويق الالكتروني(عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت)", دار وائل، عمان، ط 1، 2004، ص 47.

¹ عبد القادر الكامي، "التجارة الالكترونية حاضرا و مستقبلا"، لجنة التجارة الدولية المنبعثة عن جمعية الانترنت المصرية، 2006، ص 20.

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى و سبل ترقيتها

- كانت نسبة 82% من مشتريات عينة الدراسة من مواقع أجنبية و حصلت المواقع العربية على 18 % فقط من هذه المشتريات و السبب يعود إلى قلة المتاجر الالكترونية العربية.
- لقد استخدم أفراد عينة الدراسة لتسديد مشترياتهم أكثر من وسيلة دفع، و هذه الوسائل يظهرها الجدول التالي:

الجدول (3-7): وسائل الدفع المستخدمة

وسيلة الدفع	نسبة مستخدمي الوسيلة
بطاقة الائتمان	48 %
التحويل المصرفي	28 %
الدفع نقدا عند التسليم	26 %
الشيكات	11 %

المصدر: يوسف احمد أبو فارة، مرجع سبق ذكره، ص48.

- برزت مجموعة من الأسباب و العوامل التي شجعت أفراد العينة عبر شبكة الانترنت و هذه الأسباب يظهرها الجدول التالي:

الجدول (3-8): بعض دوافع الشراء عبر شبكة الانترنت

سبب الشراء عبر الانترنت	النسبة بين أفراد العينة
انخفاض أسعار المتاجر الالكترونية بالمقارنة مع أسعار المتاجر التقليدية	15 %
عدم توفر المنتجات في الأسواق المحلية	48 %
سهولة عملية الشراء	45 %
سهولة المقارنة بين المنتجات	32 %
سهولة المقارنة بين الأسعار	24 %
سهولة الدفع	21 %

المصدر: يوسف احمد أبو فارة، مرجع سبق ذكره، ص48.

- لقد فضل أفراد عينة الدراسة بعض المواقع على مواقع أخرى، و قد حصل موقع صخر العربي (www.sakhr.com) على أعلى درجة من التفضيل، و أهم المواقع الأخرى التي زارها أفراد العينة لتنفيذ مشترياتهم هي موقع النيل الفرات (www.neelwafurat.com) ، من جانب آخر حصل موقع أمازون الأجنبي (www.amazon.com) على أعلى درجة من التفضيل بين المواقع الأجنبية.
- إن اغلب المتاجر الالكترونية العربية هي متاجر للعرض و الإعلان فقط، و هي بذلك تمارس عملية التجارة الالكترونية بصورة غير كاملة، فدورة التجارة الالكترونية لا تكتمل بالعرض و الإعلان فقط، بل بإتمام عملية البيع و إيصال المنتج إلى المشتري في المكان و الزمان المطلوبين.

و بسبب عدم توفر البنية اللوجيستية الكافية في البلاد العربية فان أغلب المتاجر الالكترونية تكتفي بتنفيذ نصف دورة التجارة الالكترونية، و هو ما يطلق عليه البعض " التجارة الالكترونية الساكنة"¹، و بذلك تقسم المتاجر الالكترونية العربية إلى ما يأتي:²

- متاجر الكترونية تقوم بعمليات العرض و الإعلان متاجر الكترونية تمارس التجارة الالكترونية الكاملة من خلال عمليات العرض و الإعلان و انجاز معاملات البيع و الشراء و الدفع من خلال البطاقة الائتمانية، و عدد هذا النوع من المتاجر قليل جدا في الدول العربية؛

- متاجر الكترونية انتقالية تتيح انجاز عمليات البيع و الشراء و الاتفاق بخصوص ذلك عبر الشبكة، غير أن عملية الدفع تجري عند عملية التسليم، و هذه المتاجر تسعى إلى تطوير خدماتها لتصبح متاجر الكترونية كاملة من خلال توفير كل التجهيزات اللازمة لتحقيق الأمن المالي الكافي.

وعلى صعيد الاقتصاد الشبكي ومستقبل التدفقات العربية البينية نجد من بين الملاحظات الجديرة بالتأمل أن حجم التدفقات البينية العربية لا يزال محدودا، سواء فيما يتعلق بتحركات السلع أو انتقال عناصر الإنتاج، و أكبر الظن أن لذلك أسبابه فقط؛

- الاقتصادية وغير الاقتصادية أيضا. ومع تزايد الاتجاه لاستخدام الحاسب الآلي واستخدام الإنترنت على أوسع نطاق يثور التساؤل حول وضع ومستقبل التجارة العربية البينية في ظل هذه التطورات في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وما يثيره ذلك من قضايا ومسائل ينبغي مناقشتها وطرحها تحت مجهر البحث والتحليل.

إن زيادة التدفقات التجارية والمالية العربية وسهولة انسيابها لن يتحقق إلا عن طريق تكثيف الاتصالات، وزيادة حجم المعلومات المتوفرة عن: النظم الحاكمة للتجارة والاستثمار في كل قطر، حجم الناتج ومعدل نموه، أنواع المنتجات (الكميات - المواصفات - الأسعار ...)، المصدرين والمستوردين وطرق الاتصال بهم. هذا الكم من المعلومات يرفع من كفاءة التجارة كما انه يساعد على زيادة تدفق التيارات البينية للتجارة العربية، ونتيجة فعالية نظم التسويق والترويج الإلكترونية تزداد المزايا التنافسية للصادرات وبالتالي يتم تعظيم عوائد التجارة الخارجية العربية، لذلك أصبح الحصول على موقع شبكي على الإنترنت أحد ضرورات العصر. وفي هذا المجال يمكن الإشارة إلى برنامج تمويل التجارة العربية باعتباره امتدادا لنشاط صندوق النقد العربي في

¹ رأفت رضوان: "التجارة الإلكترونية: لماذا تسير ببطء في العالم العربي"، متاح على: www.alwatan.com/

graphics/2004/08ang/23.8/dailhtml/ecoomy.html تاريخ الإطلاع: 15-05-2011

² يوسف أحمد أبو فارة " واقع الانترنت و التجارة الالكترونية و الخدمات المصرفية الإلكترونية العربية"، متاح على الموقع: www.yusuf-

abufara.net/index.htm تاريخ الاطلاع: 2011-03-22.

بمجال تنمية التبادل التجاري بين الدول العربية، ويوفر هذا البرنامج إلى جانب خطوط الائتمان خدمات المعلومات للمتعاملين بالتجارة العربية وتنفيذها على المستوى الإقليمي للدول العربية، حيث تم الربط مع 33 نقطة ارتباط بجميع الدول العربية (باستثناء الصومال و العراق) بهدف توفير المعلومات الآتية و الوثيقة للمتعاملين و المهتمين في قطاع التجارة و الأعمال بالدول العربية، و يؤمن البرنامج خدمات الشبكة إلى المهتمين و المستفيدين منها من خلال موقعه على الإنترنت، بالإضافة إلى وسائل الاتصالات المتاحة من هاتف و فاكس و بريد عادي و الكتروني، و يصل عدد الدول المتاح معلومات عن أسواقها من خلال الشبكة إلى 15 دولة بعدد من المتعاملين يقارب 11000 شركة و مؤسسة عربية، و بلغ عدد الزيارات المتوسطة الشهرية للموقع ب 45000 زائر شهرياً¹.

وعلى صعيد موقع البرنامج في الإنترنت والذي من خلاله تتوفر خدمات المعلومات بشكل آني متكامل، يعكف البرنامج باستمرار على تجديد وتطوير موقعه من خلال إضافة خدمات جديدة لمستطلي الموقع بما يهدف إلى تعزيز القدرة التنافسية للتاجر العربي على المستوى العالمي.

إلا أن القضية ما زالت تتطلب المزيد من الجهود على المستويين القطري والإقليمي لتوفير المعلومات وتكثيف التشابكات بين الاقتصاديات العربية. لذلك يتطلب الأمر وضع خطط عمل ذات أولويات محددة من أجل معالجة القضايا الرئيسية، ومنها:

- جراء المزيد من التقييم للتأثير المحتمل في التجارة والتنمية المترتب على إقامة منطقة تجارة حرة معفاة من الرسوم الجمركية على شبكة الإنترنت.
- مراجعة ما قد يترتب من نتائج قبل فرض رسوم جمركية أو ضرائب جديدة، إذ قد تؤدي هذه الضرائب والحواجز التعريفية على التجارة الإلكترونية إلى الحد من قدرة الشركات المحلية على النفاذ للأسواق الخارجية، كما يمكن أن تدفع منشآت الأعمال على الانتقال إلى بلدان ذات نظم ضريبية أكثر ملاءمة لها.
- وضع القواعد اللازمة لمنح الأولوية لتوفير المنتجات والخدمات الإلكترونية التي تعزز كفاءة التجارة المحلية، أو تدعم القدرة التنافسية (إتاحة الفرص التجارية إلكترونياً).
- العمل على تهيئة بيئة قانونية للتجارة الإلكترونية العربية تتسم بالانساق والشفافية.
- تقديم دعم اكبر للبلدان العربية الأقل نمواً في مجال بناء القدرات والتدريب على التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: دور الاقتصاد الإلكتروني في التنمية و التعاون العربي

يؤكد الباحثون الاقتصاديون اليوم على أهمية دعم الأعمال الإلكترونية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق أفضل النتائج في التطور والنمو والتعاون الاقتصادي، فهي تساهم في خلق فرص عمل جديدة، وفي إيجاد أرضية قوية للتعاون الاقتصادي

¹ برنامج تمويل التجارة العربية، التقرير السنوي، 2003، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص:19.

أولاً: دور الأعمال الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التعاون العربي

إن معظم المنتجات التي نجدها في الأسواق العالمية اليوم، لا يمكن القول إنها نتاج مطلق لشركة واحدة أو بلد واحد، وهذا الأسلوب يتيح الحصول على أعلى قيمة مضافة ممكنة، ويحسن قدرات الشركات على المنافسة، إلا أن هذه الطريقة في العمل المفتوح بين عدة شركاء تتطلب تشكيل فريق عمل قوى من المصممين والإداريين الذين يتواصلون عبر شبكات الاتصال الدولية، ويعملون كما لو أنهم في مبنى واحد.

وتستطيع البلدان العربية الاستفادة من هذه التوجهات الحديثة من خلال برنامج اقتصادي عربي لدعم تطوير الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة وتزويدها بالتقنيات الحديثة والخبرات الاقتصادية، ودعم التعاون بينها عبر الحدود الوطنية وضمن إطار منطقة التجارة الحرة العربية.

ورغم كل هذه الميزات الإيجابية، يواجه مشروع تطوير الأعمال الإلكترونية في الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة (SME) عدداً من المشكلات المتنوعة، ويبدو أن التعاون بين هذه الاستثمارات العربية قد يصل إلى نتائج أفضل مع وجود شريك أو أكثر من البلدان الأجنبية، وهو حل يوفر بعض المزايا على المستوى الاستراتيجي للتطوير، وفي هذه الحالة لا بد من العمل على تجاوز محدودية مثل هذا التعاون وتجنب سلبياته المحتملة.

ولا بد من الإشارة إلى أن أحد أهم التأثيرات المتعاظمة في الحياة الاقتصادية، تتمثل دون شك في التوسع المستمر للأسواق، والتوجه الدائم نحو انفتاح أكبر، ونمو التجارة لتتخطى الأسواق الوطنية، مما يغير البيئة التي تعمل فيها المؤسسة الاقتصادية، وبالتالي تفتح أمام المشروعات الصغيرة والمتوسطة آفاق أوسع مما يمنحها فرصاً جديدة، وفي الوقت نفسه يمتحنها بمواجهة تحديات متزايدة. إذ يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تستفيد من التسهيلات الناجمة عن التطوير المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفي مجال نظم المالية والنقل، مما يشجع هذه المؤسسات على الانخراط بشكل متزايد في العمليات الاقتصادية الدولية، بهدف استكشاف أسواق جديدة لتصريف منتجاتها، وبهدف التعرف إلى مصادر تزويد جديدة كمصدر للعناصر الأساسية الداخلة في تكوين منتجاتها، وحين تنجح المؤسسة الصغيرة في هذين الاتجاهين تصبح جزءاً من سلسلة من المؤسسات المتباعدة جغرافياً والتعاونية فيما بينها بهدف إيصال المنتج إلى المستخدم النهائي.

- إن هذا النمط من التعاون يحقق فوائد مشتركة للشركات الكبرى التي تستفيد من تخفيض الكلفة وزيادة المرونة، في حين أن المؤسسات الصغيرة المتعاونة تطور قدراتها ومعرفتها وتسخر خبرتها وقنوات توزيعها في الأسواق المحلية ومهارتها التسويقية بهدف تخفيض الكلفة وزيادة القيمة المضافة. إن على منقطة التجارة الحرة العربية أن تستفيد من هذه التوجهات في الاقتصاد العالمي، وأن تسخره في سبيل هدفها في بناء كتل

اقتصادي عربي متنوع ومتكامل وتسوده فعاليات اقتصادية عربية واسعة تتخطى الإمكانيات والأسواق الوطنية الضيقة.

- معظم المؤسسات العربية مترددة (وربما خائفة أو عازفة)، تجاه الدخول في عالم التجارة الإلكترونية لأنها تخاف من عدم كفاية مهارتها التقنية، ولذلك يتردد مديرو هذه المؤسسات فهم غير مؤهلين جيداً، وهم يرغبون بحلول بسيطة ويمكن العمل عليها بنقرة واحدة. ولذلك يجب على الحكومات العربية من خلال المنطقة التجارية الحرة العربية أن تمنح المؤسسات الصغيرة مجاناً خدمة بسيطة وسهلة الاستخدام ومفيدة بدلاً من أن تمنحها منصة ضخمة للخطابات حول أهمية زيادة التبادل التجاري العربي.

- لا يوجد عادة إصدارات عربية تتضمن معلومات تساعد المستثمرين العرب على تقدير وتقييم حجم الأسواق في البلدان العربية الأخرى، ومن ناحية أخرى تغيب المعلومات حول إمكانيات الشراكة والشركاء المحتملين وفرص الاستثمار والعمل، وهذه المعلومات، إن وجدت أحياناً، فهي مشتتة وناقصة أو محصورة بالجهات المركزية في الدولة. ولذلك يتوجب توفير قاعدة معلومات اقتصادية شاملة توفر المعلومات التفصيلية حول هذه الموضوعات الضرورية للانطلاق في تعاون المؤسسات الصغيرة العربية، علماً أن مثل هذه المعلومات ضرورية أيضاً للمؤسسات الأجنبية التي تفكر بالاستثمار في البلدان العربية أو تفتش عن شركاء عرب في سلسلة إنتاج أو تزويد معينة.

- إن تحرير تجارة الخدمات والبضائع يشكل موضوعاً ثانوياً للمؤسسات الصغيرة العربية. في حين أن الأساس في نمو وازدهار المؤسسات الصغيرة ينطلق عموماً من وجود تمويل لتحديث البنى التحتية، ووجود معاهد مالية، ووجود موارد بشرية ذات كفاية وخبرة وتأهيل بمستويات عالية، ووجود تحديد ملائم لعلاقة المؤسسات العامة الحكومية بالقطاع الخاص، ولذلك يتوجب على الحكومات العربية أن تقوم بتوظيف استثمارات كبيرة لإنجاز هذه المهام وبصورة خاصة في مجال البنية التحتية والتأهيل والتدريب وإيجاد آليات للتمويل.

- تتيح العولمة الاقتصادية للشركات الصغيرة فرصاً جديدة ولكنها تضعها في الوقت نفسه أمام تحديات مختلفة. فمن الناحية الأولى، تتيح لها فرصاً للنفاذ إلى الأسواق العالمية والاطلاع على التكنولوجيا الحديثة والاستفادة من فرص التمويل، ولكن من ناحية أخرى تشعر المؤسسات الصغيرة بأنها تتعرض لمواجهة منافسة لم تستعد تماماً لها بعد وتعد الحكومات العربية بأنها ستزِيل أية تشويهاً اقتصادية أو إدارية أو تشريعية تعيق عمل المؤسسات الصغيرة، بأقصى سرعة ممكنة، وذلك بهدف تحسين الموقع التنافسي لهذه المؤسسات كما تقدم الحكومات العربية وعوداً بإنشاء مؤسسات كافية وضمان وجود الشروط النظامية الملائمة كي تدخل البلاد بخطوات سليمة للمشاركة في التجارة العالمية الجديدة.

- ثمة متطلبات أخرى سياسية للمؤسسات الصغيرة كي تتمكن من الاستفادة من الاقتصاد العالمي، ومن أهم هذه المتطلبات القدرة على النفاذ إلى التكنولوجيا الحديثة والكفاءة في استخدامها، وهذا الأمر لا ينطبق فقط على التجارة الإلكترونية، وإنما بصورة أساسية على كل المجالات التكنولوجية المتعلقة بجوهر أعمالها ومجال تخصصها.
- وفي معظم الأحيان، لا تستطيع المؤسسات الصغيرة أن تستثمر أموالاً كافية في البحث والتطوير، وسيكون للمساعدات الحكومية في هذا المجال أهمية كبرى بهدف الحفاظ على اطلاع ومتابعة المؤسسات الصغيرة لتجاهات التكنولوجيا الحديثة وتطورات الأسواق، وكذلك بهدف الحصول على استشارات مفيدة في مجال توظيف استثمارات في التكنولوجيا الحديثة، مثل إدخال الإنترنت والتطبيقات الإدارية إلى عملياتها وأعمالها¹.

ثانياً: دور الجامعة العربية نحو تنمية و تيسير التبادل التجاري الإلكتروني

- تولي الأمانة العامة اهتماماً كبيراً لميكنة الموضوعات الخاصة بمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى حيث شكلت لجنة دائمة تعمل في إطار المجلس الاقتصادي والاجتماعي المعنية بالمعلومات وتبسيط الإجراءات قامت تلك اللجنة منذ أكثر من ستة أعوام بالإطلاع على كافة النظم المستخدمة من خلال المصالح الجمركية في الدول العربية بغية الوصول إلى نظام جمركي عربي وموحد، حيث وجدت اللجنة صعوبات حمة في عملية التحليل نظراً لاختلاف طبيعة كل مصلحة جمركية ولكن توصلت اللجنة إلى مايلي :
- ضرورة ميكنة نموذج الترانزيت العربي الموحد الذي قامت الأمانة العامة بإعداده ووافق عليه المجلس الاقتصادي والاجتماع وبالفعل قامت اللجنة من خلال فريق عربي تقني في مجال البرمجيات منبثق عنها بإعداد نظام الكتروني لنموذج الترانزيت العربي الموحد على الانترنت بلغة v.basic & sql يهدف هذا النظام إلى تسهيل عملية الترانزيت بين الدول العربية.
 - الوصول إلى نموذج جمركي عربي موحد يتم من خلال التخليص الجمركي للسلع المتبادلة الكترونياً من خلال شبكة الانترنت
 - قامت الأمانة العامة بإعداد موقع على شبكة الانترنت خاص بمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى يربط هذا الموقع كافة المواقع الخاصة بالمصالح والهيئات والدواوين الجمركية في العالم العربي، كما يتضمن مجموعة قواعد بيانات منها قاعدة التعريفية الجمركية بثلاث لغات العربية والانجليزية والفرنسية لكافة السلع مصنفة وفقاً للنظام المنسق للسلع HS.CODE على مستوى ثماني أرقام، حيث يمكن من خلال هذه القاعدة الاستعلام عن رمز السلعة أو اسم السلعة لمعرفة كافة بيانات التعريفية الجمركية في كافة الدول العربية الأعضاء بمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، كما يحتوي الموقع على مجموعة أخرى من قواعد البيانات منها بيانات المصدرين

¹ بشار عباس، " دور الاقتصاد الإلكتروني في التنمية و التعاون الاقتصادي العربي"، مرجع سبق ذكره. موقع الكتروني.

والمستوردين في الدول العربية وكذلك قواعد بيانات إحصائية وقواعد بيانات خاصة بقرارات المجلس الاقتصادي والاجتماعي ولجانته الفنية (السادة مدراء الجمارك ، ولجنة المعلومات الجمركية ولجنة التنفيذ والمتابعة والمفاوضات التجارية... الخ)

وما سبق ذكره وهو قليل القيل عن مجهودات الأمانة العامة لجامعة الدول في هذا المجال وعن منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى وعن اللجان الفنية التي تدور في فلكها، يتبين الدور الايجابي الذي تقدمه الأمانة العامة في تيسير التبادل الالكتروني للمعلومات بصفة عامة والتجارة العربية البينية بصفة خاصة من خلال العمل على تبسيط الإجراءات وميكنة النماذج الموحدة للتخليص الجمركي للسلع العربية .

ومن أهم الموضوعات التي يهتم بها مجلس الوزراء العرب للاتصالات و المعلومات المنشأ عام 1992 بناء على قرار مجلس جامعة الدول العربية رقم 5193 في المرحلة الراهنة ما يلي:

1- بلورة الإستراتيجية العربية لمجتمع الاتصالات وتقنية المعلومات:

أقرت وثيقة الإستراتيجية العربية لمجتمع الاتصالات وتقنية المعلومات الذي أعدها مجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات من قمة عمان (مارس 2001)، و تهدف الإستراتيجية إلى تقليل الفجوة الرقمية في البلاد العربية (فيما بينها وبين العالم ككل)، وتحويل المنطقة العربية إلى منطقة منتجة ومصدرة لتقنية الاتصالات والمعلومات، وذلك من اجل الإسراع بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتطوير المجتمع بكامل مكوناته للوصول به إلى مجتمع يعتمد على تقنية الاتصالات والمعلومات متناغما في ذلك مع الاتجاه المستقبلي للعالم المتقدم.

وقد كُلف مجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات ببلورتها في برامج عمل و أنشطة قابلة للتنفيذ وترجمة تلك البرامج إلى مهام محددة قابلة للتنفيذ، وذلك من خلال محاور سبعة أساسية:

المحور الأول: تهيئة المناخ العام وتشجيع الاستثمار.

المحور الثاني: تهيئة البنية التحتية للاتصالات وتقنية المعلومات .

المحور الثالث: تنمية الموارد البشرية.

المحور الرابع: توسيع قاعدة أعمال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

المحور الخامس: تنمية السوق المحلي والتصدير.

المحور السادس: استخدام تقنية الاتصالات والمعلوماتية لدعم تطبيقات التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

المحور السابع: توسيع مجالات البحث التطبيقي والتطوير ونقل التقنية.

2- الأسعار التحاسبية للمكالمات الهاتفية المنتهية على الشبكات الثابتة والخلوية:

تولي الأمانة العامة منذ بداية تطبيق البرنامج التنفيذي لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى اهتماما كبيرا بتجارة الخدمات وتسييرها والعمل على تحريرها، وبهذا الخصوص اصدر مجلس الوزراء العرب للاتصالات

والمعلومات قرارا لدراسة تكلفة إنهاء المكالمات للهاتف الثابت والخلوي بغية وضع أسقف جديدة لأسعار تناسب في اتجاه التخفيض المتدرج اعتبارا من 2003 .

3- تطوير شبكات الاتصالات وشبكات المعلومات:

كلف مجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات منتدى الأعمال العربي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإعداد دراسة حول استكمال الربط بين الدول العربية بالكوابل الضوئية على أن يأخذ في الاعتبار كيفية الاستفادة من السعات المتوفرة حاليا وتبسيط إجراءات استغلالها وتقديم تصور لكيفية تكامل شبكات الربط العربية مع بيان أحوال الربط والعبور بتلك الشبكات ومقارنتها بمثيلاتها في الدول المتقدمة¹.

ثالثا: أثر التجارة الإلكترونية على التعاون الاقتصادي العربي

لا تزال التجارة الإلكترونية في البلدان العربية تخطو خطواتها الأولى، وهي في كثير من الحالات لم تتخط النطاق التحريبي والبحثي ولم تتجاوز الإطار النظري إلى التطبيق الديناميكي الفعال، ومن البديهي أن نتوقع أن انتشار التجارة الإلكترونية سيدعم التعاون الاقتصادي العربي في المنطقة الحرة العربية، ذلك أن هذه المنطقة التي بدأت أولى خطواتها في 1998/1/1، ويتوقع استكمال إجراءاتها عام 2008، لن تستطيع أن تتجاهل التقنيات الحديثة والتجارة الإلكترونية التي ستكون قد استكملت سيطرتها على التجارة العالمية قبل عام 2008. ولكن انتشار التجارة الإلكترونية في البلدان العربية مسألة لا تحكمها الرغبات، ولا تتوقف فقط على مدى انتشار التجارة الإلكترونية في البيئة العالمية، بل إن انتشارها وتجزرها في البلدان العربية يتطلب جملة من الشروط غير متوفرة حالياً، ولا يمكن أن تتوفر تلقائياً، ما لم تضعها الحكومات العربية في برامجها الرسمية، وما لم يتحقق دعم مادي ومعنوي كبير لهذا التوجه.

و كخطوة لتحقيق ذلك عقد مجلس الوحدة الاقتصادية العربية اجتماعا على مستوى التجارة العربية في الدول العربية الاعضاء في المجلس و برئاسة الامين العام لمجلس الوحدة الاقتصادية الدكتور احمد جويلي الذي صرح بان مجلس الوحدة الاقتصادي العربي وضع اولي مهماته تنمية التجارة العربية البينية خلال السنوات القادمة، و حرص المجلس بمشاركة احدى الشركات الكبرى ذات العلاقة و الخبرة الواسعة في هذا المجال على انشاء موقعين مهمين على شبكة المعلومات الدولية- الانترنت - وهما:

- **البوابة الإلكترونية لمعلومات التجارة العربية:** و تهدف الى تأمين المعلومات التي تساعد على تنمية التجارة العربية البينية من جهة و بينها و بين التجمعات الاقتصادية الكبرى من جهة أخرى، و تأمين أدلة تساعد على اظهار مميزات و امكانات الوضع الاقتصادي للدول العربية كأداة فاعلة لجذب المزيد من الاستثمارات للمنطقة العربية، و يهدف مشروع بوابة التجارة الإلكترونية الى أن يكون نقطة موحدة للمعلومات الرسمية للدول

¹ رأفت عبد العزيز غنيم، "دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية"، نوفمبر 2002، ص:9.

العربية عن كل ما يتعلق بالتجارة من تشريعات و فرص و مشكلات مطلوب مناقشتها و أن يكون المكان الذي يتم من خلاله الحصول على معلومات التجارة العربية مجتمعة و ليس في صورة فردية لكل دولة كما هو الحال حاليا.

- **السوق التجارية الالكترونية العربية:** و تهدف الى تأمين فرص جديدة لدعم عمليات التجارة بين الدول الاعضاء و الأسواق الالكترونية الأخرى حول العالم و تتكون السوق التجارية الالكترونية العربية من تطبيقات التجارة الالكترونية التي أعدت لتناسب مع حاجات المنطقة، و يمكن من خلالها لكل من البائع و المشتري والمصدر و المستورد أن يقوموا بكل مراحل التجارة التقليدية من عرض المنتجات و مواصفاتها و أسعارها و التفاوض على الأسعار و الاختيار بين أفضل المنتجين وصولا الى نظام متكامل للمناقصات و المزادات و انتهاء باجراءات الشحن و الجمارك¹.

المطلب الثالث: التجارة الالكترونية في التشريعات العربية

لا يمكن حقيقة إنكار حالة التفاعل العربية الواسعة أو إنكار المبادرات المميزة والخطط الطموحة لملاقاة المجتمع العربي مع عوالم العصر الرقمي، وهو جهد انصب في قدره الواسع على التوائم التقني وخطط تطوير البنى التحتية، و من حق العاملين في هذه الأنشطة في القطاع الحكومي أو الخاص، وأولئك الباحثين في أدوات الارتقاء بالمكانة العربية في العصر الرقمي أن يقدر جهدهم، لكن هذا التقدير لا يمكن بحال أن يقيد الباحث في الحقائق من إبراز الحقائق القائمة والتركيز على مناطق الضعف والقصور.

وابتداء ومع التقدير للجهود التشريعي المنجز هنا أو هناك في عالمنا العربي فثمة حقيقة أظهرتها تجربة السنوات الخمس الأخيرة، وهي أن قدر التشتت وغياب وضوح الرؤيا في الإطار التشريعي غلب على الانجاز، فلأسف لم يتحقق في البيئة العربية رصد كافة مناطق الاهتمام القانوني المتعلقة بتقنية المعلومات والعصر الرقمي، ولا أقول اتخاذ التدابير بشأنها فتلك مسالة لم تنجز عمليا للآن، لكن القصور واضح وبين في رصد الواقع وتوفير رؤية إستراتيجية للمطلوب الآن ومستقبلا .

ومن المؤسف أن ما تحقق في التعامل مع آثار التقنية العالية بقي محصورا بزوايا محددة، وجاء ضمن رؤى قاصرة عن الإحاطة بمتطلبات مواجهة هذه الآثار المتزايدة والمتنامية بل والمتغيرة للكمبيوتر والاتصالات على العلاقات القانونية والقواعد القانونية للنظام القانوني المعني .

و مع ذلك فلا ينتقص الجهد الطيب في عدد من مناطق الاهتمام والتي يمكن تلخيصها بما يلي:

- في نطاق التجارة الالكترونية تم إقرار ثلاث تشريعات في الأردن وتونس ودي، وثمة نحو خمسة مشاريع قوانين أبرزها مشروع القانون المصري، أما النقص الواضح فلا يزال في ميدان إنشاء سلطات التوثيق

¹ "الوحدة الاقتصادية العربية"، نقلا عن الموقع الالكتروني:

<http://www.international.darallayat.com/international/133349>، تاريخ الإطلاع: 2010-03-12-

- وتفعيل النصوص التي تضمنتها هذه القوانين بشأن التوثيق الإلكتروني الذي يعد أهم رافعة من روافع تفعيل وترويج التجارة الإلكترونية .
- فأول دولة عربية قامت بهذا العمل هي تونس بإصدارها للقانون رقم 83 لسنة 2000¹ و المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية.
 - ثاني دولة عربية قامت بإصدار قانون يضم التجارة الإلكترونية هي الأردن، بإصدارها قانون رقم 85 لسنة 2001 و المتعلق بقانون المعاملات الإلكترونية².
 - ثالث دولة هي الإمارات العربية المتحدة (إمارة دبي) و تم في 12 فبراير 2002 تحت رقم 2002/02 يسمى قانون إمارة دبي الخاص بالمعاملات و التجارة الإلكترونية³.
 - رابع دولة عربية تصدر قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية هي البحرين و ذلك في 14 سبتمبر 2002⁴.
 - خامس دولة تصدر هذا القانون هي فلسطين في سنة 2003⁵، و من هنا بدأت الدول العربية تصدر قوانين تنظم هذه التجارة مع وجود مشروع عربي موحد يهدف إلى وضع نظام نموذجي للأعمال و التعاملات الإلكترونية في الدول العربية، حيث يكون مرجعا للدول العربية⁶.
 - في نطاق حماية المصنفات الرقمية تم توفير الحماية للبرمجيات وقواعد البيانات في كافة الدول العربية وثمة توفير حماية لطبوغرافيا الدوائر المتكاملة في الأردن وتونس وسلطنة عمان والكويت ومصر والمغرب. كما تم تنظيم الحماية من أنشطة المنافسة غير المشروعة والاعتداء على الأسرار التجارية في الأردن وعمان وسوريا والمغرب ومصر، وفي إطار حماية العناصر الرقمية وتحديد تلك التي نصت عليها اتفاقيتا الوايو العالميتين لعام 1996 في حقل حق المؤلف والحقوق المجاورة فثمة استجابة تشريعية سريعة تحققت في الأردن من خلال تعديل قانون حق المؤلف (بتاريخ 2003/6/16) لتغطية اغلب الأحكام التي تضمنتها هاتين الاتفاقيتين .

¹ قانون رقم 2000/83 مؤرخ في 2000/08/09، و المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية، متاح على: www.arablaw.org/download/ec tunisia.doc تاريخ الإطلاع: 2011-03-15

² قانون المعاملات الإلكترونية رقم 85/ 2001 Jordan ar.doc ، تاريخ الإطلاع: 2011-03-15.

³ قانون رقم 2002/02 و المتعلق بالمعاملات و التجارة الإلكترونية، متاح على: .

www.arablaw.org/download/ec uae.doc ، تاريخ الإطلاع: 2011-03-15.

⁴ قانون التجارة الإلكترونية البحريني، www.arablaw.org/download/ec bahrain.doc ، تاريخ الإطلاع: 2011-03-15.

⁵ النادي العربي لتقنية المعلومات و الإعلام، متاح على: www.ac4mit.org/econmerc.asp/filealene=20030524193408

⁶ طريق بلورة الإستراتيجية العربية للاتصالات و المعلومات مشاريع مقترحة للإستراتيجية العربية للاتصالات و المعلومات، 02 أبريل 2005،

- على صعيد قوانين جرائم الكمبيوتر تم إقرار مواد معدلة في قانون الجزاء العماني جرمت عددا من صور جرائم الكمبيوتر ويجري الآن إعداد مشروع قانون أردني في ذات الحقل ونفس الخطوة تتم في الإمارات العربية ، إضافة إلى أن هناك مشروع قانون نموذجي شرعت بوضعه جامعة الدول العربية .
- ليس ثمة أي قانون للآن في حقل الخصوصية وحماية البيانات الشخصية مع وجود بعض التطبيقات المتسرة في قوانين الإحصاءات والأحوال المدنية، ولم يتحقق عربيا إضافة أي نص دستوري متكامل لحماية الخصوصية الرقمية وعناصر الخصوصية المعنوية رغم الحركة التشريعية الدستورية المستجدة في عشرات دول العالم لتضمين الدساتير مثل هذه النصوص التي تتكامل مع نصوص حماية الحرية الشخصية وحماية الخصوصية المادية .
- لا يوجد أي قانون يتعلق بالبنوك الالكترونية والأتمتة المصرفية عدا عدد من النصوص التي تضمنتها قوانين التجارة الالكترونية المذكورة أو بعض التعليمات الصادرة عن البنوك المركزية بشأن التعاملات الالكترونية والمقاصة الالكترونية، ويظهر النقص الواضح في حقل البطاقات المالية إذ لا تزال الحكومة بالأدوات العقدية مع استثناء ما ادخله المشرع العماني من بعض أحكام الحماية الجزائية من أنشطة إساءة استعمال البطاقات ضمن النصوص المضافة لقانون الجزاء العماني .
- ثمة تجربة تشريعية متميزة مصرية في حقل عقود نقل التكنولوجيا وثمة تنظيم أقل اتساعا في الأردن لهذا الموضوع.
- أما على صعيد الإثبات فثمة تعديل لقانون البيئات الأردنية ونصوص تتصل بالإثبات بالوسائل الإلكترونية في قوانين الأوراق المالية وقوانين الملكية الفكرية وقانون البنوك، وهناك مشروع قانون معدل للقانون اللبناني في حقل حجية البريد الإلكتروني ومستخرجات الحاسوب .
- على صعيد المعايير المقاييس التقنية لم يوضع لحد الآن أية تشريعات تضبط مستويات التزامات جهات خدمات الانترنت وجهات الخدمات التقنية المختلفة، وثمة جملة من التعليمات المنظمة لبعض الخدمات العامة للانترنت كمقاهي الانترنت، لكنها تعليمات إدارية لا تتصل بالجوانب التقنية، ومن اشملها التعليمات المقررة في الأردن لتنظيم مقاهي الانترنت لعام 2001 .
- استحدثت في عدد من الدول العربية وزارات لتكنولوجيا المعلومات كالأردن ومصر وغيرها وترافق ذلك مع إنفاذ عدد من برامج الخصخصة وإعادة الهيكلة في حقول الاتصالات والبريد، ولعل أوضح تجربة عربية في حقل إعادة تنظيم قطاع الاتصالات التجربة الأردنية التي قامت على فكرة فصل جهة رسم السياسات (الوزارة) عن جهة التنظيم (هيئة تنظيم قطاع الاتصالات) عن جهة التشغيل (شركة الاتصالات)، واسند لجهة التنظيم التعاقد مع الشركات العاملة في حقل الاتصالات الهاتفية والخلوية وتراسل المعلومات عبر نظام الرخص ووفق معايير الأداء والرقابة التي تباشرها الهيئة على القطاع

- على مستوى الأجهزة الشرطة تم استحداث قسم جرائم الكمبيوتر في الأردن عام 1998 وثمة استحداث لوحات تتعلق بتقنية المعلومات في السعودية والإمارات وتونس، كما نفذت شرطة دبي سلسلة برامج متميزة في حقل مكافحة الإجرام الالكتروني.
- لم يجر أي تدخل لحد الآن في تشريعات الأصول الجزائية بشأن تنظيم عمليات ضبط وتفتيش نظم المعلومات وقواعد البيانات.
- ليس ثمة أية اتفاقية تعاون عربية أو اتفاقية بشأن تنظيم الاختصاص أو القانون الواجب التطبيق أو نقل التحقيق خارج الحدود بالنسبة لمسائل وقضايا الكمبيوتر الانترنت بين الدول العربية أو بينها وبين دول العالم .
- الحاجة لا تزال قائمة بل ومستعجلة في أكثرية نواحي تنظيم قطاع تقنية المعلومات (تشريعات تنظيمية / معايير الحوسبة في القطاعات العامة والشركات ذات الخدمات الإستراتيجية، تنظيم قواعد السلوك في ميدان الانترنت، مقاهي الانترنت، البرمجيات، الصناعة، مقياس إطلاق التقنية، القواعد التشريعية لنقل التكنولوجيا، التراخيص، الاستثمار، الضرائب)، تنظيم حجية ومقبولية مستخرجات الحاسوب ووسائل الإثبات التقنية (الإثبات والمدني)، تنظيم الصور الإجرامية في ميدان الكمبيوتر والانترنت، تنظيم التجارة الالكترونية، تطوير تشريعات الضريبة لتغطية المبادئ الخاصة بالضريبة في ميدان صناعة البرمجيات والأعمال على الانترنت والتجارة الإلكترونية، تنظيم أنظمة الدفع النقدي الالكتروني، (تشريعات البنوك) التشريعات الخاصة بالملكية الفكرية فيما يتعلق بأسماء مواقع الانترنت وعناصرها ومحتواها والنشر الالكتروني، وفي حقل التنظيم الصحفي للنشر الالكتروني¹.

¹ يونس عرب، "متطلبات ومخاطر الانفتاح الالكتروني من النواحي الفنية والتشريعية"، عمان - الأردن، الملتقى السابع لمجتمع الأعمال العربي البحرين 18-20 أكتوبر / تشرين أول 2003، ص ص: 17 إلى 19.

المبحث الرابع:أساليب تفعيل التجارة الالكترونية العربية، متطلباتها و معوقاتهما

بالرغم من وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول العربية في سبيل الاستفادة من التجارة الالكترونية، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات للالتحاق بركب الدول الأخرى في هذا المجال، و لكن لا يتحقق ذلك إلا بوضع و تفعيل استراتيجيات بعيدة و متوسطة المدى على المستويين القومي و الإقليمي لتطوير قطاع تقنية المعلومات و التجارة الالكترونية.

المطلب الأول:أساليب تفعيل التجارة الالكترونية في الوطن العربي

قصد النهوض بالتجارة الالكترونية في الوطن العربي و تنميتها لابد من التركيز على ثلاث محاور أساسية تتمثل فيما يلي:

- **المحور الأول:** هو تنمية الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية أو ما يمكن أن نطلق عليه نمو إدراك عام لدى صانع القرار و القطاع الخاص بأهمية التجارة الإلكترونية بحيث لا يتم التعامل معها باعتبارها خيارا ترفيا بقدر ما تعد أمرا ضروريا.و يرتبط بذلك العمل على تنمية الوعي بالتجارة الإلكترونية و تنمية القدرات البشرية اللازمة للدخول في هذا المجال.

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

- **المحور الثالث:** يتعلق بتنمية البيئة التشريعية و القانونية الخاصة بتنظيم و تسهيل ممارسة التجارة الإلكترونية بشكل منظم.

و في إطار المحاور الثلاثة السابقة يمكن تحديد عدد من المداخل (الشروط) لتنمية التجارة الإلكترونية في العالم العربي:¹

- **الإدراك و نشر الوعي بين مجتمع الأعمال:** يأتي اقتناع صانع القرار الاقتصادي بأهمية التجارة الإلكترونية، و الدور الذي سيلعبه هذا النمط الجديد من التجارة في مستقبل الاقتصاد العالمي و الاقتصاديات النامية، و الآثار السلبية التي يمكن أن تقع على تلك الاقتصاديات في حالة إذا ما تأخرت في تطبيق وتنمية استراتيجيات فاعلة لتنمية التجارة الإلكترونية و توظيفها لخدمة قضية التصدير باعتبارها إحدى القضايا الرئيسية بالنسبة لتلك الاقتصاديات. بمثابة الشرط الضروري لانطلاق التجارة الإلكترونية . و يجب أن ينطلق هذا الإدراك من حقائق محددة يأتي في مقدمتها التعاون مع التجارة الإلكترونية باعتبارها ليست خيارا ترفيا بقدر ما أصبحت فرضا و أن التأخر في تطبيق استراتيجيات التجارة الإلكترونية يحمل ليس فقط خطر المزيد من التهميش الاقتصادي، ولكن أيضا المزيد من التدهور الاقتصادي بسبب احتمالات تراجع نصيب تلك الاقتصاديات من

¹ الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، القسم الثالث، " التجارة الالكترونية تطورها و آليات التكامل معها"، مؤسسة الأهرام، السنة الأولى، حانفي، 2001، ص:93.

التجارة الدولية و تفاقم العجز في موازين المدفوعات في ضوء التسهيلات التي تقدمها التجارة الإلكترونية للواردات .

وعلى الرغم من أن مظاهرا عديدة عكست إدراك صانع القرار الاقتصادي العربي لأهمية التجارة الإلكترونية، إلا أن هذا الإدراك يجب أن يترجم إلى سياسات حقيقية و نشيطة لولوج التجارة الإلكترونية من خلال استراتيجيات متكاملة، ومن ناحية أخرى يجب نقل هذا الإدراك إلى الفاعلين الاقتصاديين والقطاع الخاص بشكل رئيسي وربما يكون ذلك من خلال مشاركة الحكومة ذاتها في التجارة الإلكترونية ليس فقط كمنظم لهذه السوق الجديدة أو من خلال ما تقدمه للقطاع الخاص و الوحدات الإنتاجية من دعم فني و برامج تدريب على التجارة الإلكترونية، ولكن أيضا كمشتري إذ أن اعتماد الحكومة أسلوب التجارة الإلكترونية من شأنه أن يساهم في توفير الثقة والحافز لدى القطاع الخاص لاعتماد التجارة الإلكترونية و تزايد اقتناعه بجدوى هذا النمط الجديد من التجارة، بالإضافة إلى ما توفره التجارة الإلكترونية من منافسة بين المنتجين و تقليل تكاليف النقل وتحسين مستوى تقديم الخدمة الحكومية .

كما أنه على الحكومة تطوير وتنفيذ خطة للتوعية من مجتمع الأعمال إزاء فوائد التجارة الإلكترونية. ويتضمن هدف حملة التوعية هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمؤسسات الكبيرة على حد سواء. كما قد تتضمن خطة التوعية مجموعة من الحلقات الدراسية والمؤتمرات والندوات ووضع عدد من دراسات الحالات، واستخدام الحلقات الدراسية والفصول التدريبية في مجال تقنية المعلومات بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات، والفصول الدراسية بشأن الأعمال الصغيرة، ... الخ، أما الهدف من مثل هذه الفعاليات فليس مجرد زيادة المعرفة بالتجارة الإلكترونية عموماً فحسب، بل ولإقناع الشركات بقيمة تحولها لإتمام معاملاتها عبر الإنترنت أيضاً.

يجب أن ينصب تركيز حملة التوعية في بداية الأمر على الجوانب الأمنية، والجوانب التنظيمية، وحماية الخصوصية والسرية، وذلك بهدف تنمية وتعزيز ثقة هذه المؤسسات بالتجارة الإلكترونية، كما ينبغي أن يعقب ذلك حملة تركز على قيمة استخدام التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات الفردية في عملياتها الداخلية.

أما الوسائل الإعلامية المفضلة تشمل مؤتمرات التجارة الإلكترونية، وندوات التوعية بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات، والصحف، واستخدام موقع إنترنت دعائي جيد لتعزيز التوعية المأمولة.

- تطوير التجهيزات الأساسية التعزيزية : ينبغي للدول العربية أن تطور التجهيزات الأساسية التي تكون شرطاً أساسياً للقيام بعمليات التجارة الإلكترونية، وتشمل عناصر التجهيزات الأساسية تلك التجهيزات القانونية والتنظيمية لدعم المعاملات الإلكترونية، والتجهيزات الأساسية الأمنية التي تشكل إلى جانب التجهيزات الأساسية القانونية الأساس لإيجاد الثقة في التجارة الإلكترونية، وتلك العناصر من التجهيزات الأساسية لخدمات الاتصالات التي تعد بالغة الأهمية للقيام بالتجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية،

مدفوعات التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية (B2B) التي ستمكن من القيام بالمزيد من التجارة الإلكترونية التي تتسم بالكفاءة والفاعلية. و في هذا الشأن لابد للدول العربية من:¹

- الاهتمام بخدمات الاتصالات: و ذلك من خلال ما يلي:
- معالجة القضايا التنظيمية : معظم الدول العربية ليس لديها حتى الآن منظم مستقل، وهو ما يعتبر أمر ضروري بشكل خاص، خاصة في الأوضاع التي يتواجد فيها خدمات اتصالات احتكارية والعديد من مقدمي خدمات الإنترنت، الوضع الذي من المحتمل أن يكون سائدا في معظم البلدان قريبا.

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

- تنمية انتشار وتغلغل خدمات الإنترنت : معالجة تدني انتشار خدمات الإنترنت من خلال الجمع ما بين عدد من المبادرات التسويقية، وخفض تكاليف النفاذ إلى الخدمة بصورة ملموسة، ووضع المبادرات الكفيلة بنشر المعرفة والإمام بالكمبيوتر الشخصي، والمبادرات الخاصة بنشر الوعي لاستخدام الإنترنت بين الأعمال التجارية والمستهلكين .

- كما يجب أن يشجع القطاع الخاص على الاستثمار لتطوير أنظمة الاتصالات و البنى الأساسية الخاصة بها، وأن تعيد النظر في أسعار خدمات الاتصالات التي تعتبر مرتفعة جدا مقارنة بمستويات دخل الفرد وكذلك مقارنة بالأسعار في الدول المتقدمة مما يؤدي إلى هبوط الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات إلى أسفل سلم الأولويات².

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

- المدفوعات الإلكترونية للتجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية (B2B): اعتبرت مهمة تسهيل الدفعات الإلكترونية الآمنة للتجارة الإلكترونية عن طريق الانترنت بين القطاعات التجارية متطلبا رئيسيا آخر لنمو التجارة الإلكترونية في المنطقة، وقد استخدم العديد من النماذج دولياً لتسهيل الموضوعات بالاتصال المباشر بين القطاعات التجارية، وهو الخيار الذي اعتمد على مستوى الثقة بين المشتريين والبائعين المشتركين .

¹ مجلس التعاون لدول الخليج العربية - الأمانة العامة، مرجع سبق ذكره، (موقع الكتروني).

² حسن العالي، مرجع سبق ذكره، (موقع الكتروني).

- **صناعة البرمجيات العربية:** ويتطلب تشجيع التجارة الالكترونية في الدول العربية توفير برمجيات تتناسب مع متطلبات السوق العربية، لذا لا بد من وضع سياسات مناسبة لتشجيع صناعة البرمجيات في الدول العربية وذلك بتسليط الانتباه على هذا القطاع الاقتصادي الهام وتشجيع رجال الأعمال العرب على الاستثمار فيه. وتعتبر شبكة الانترنت كترًا من المعلومات الضرورية لهذه الصناعة كما أن التجارة الالكترونية ستكون مفيدة لتداول البرمجيات وتسويقها، كما أن توافر واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات له دور أساسي في تحديد مقدرة الأمم على احتلال المراكز الهامة على الخريطة الاقتصادية العالمية.¹

- **تحديد السوق المستهدف:** على الرغم من أن سوق التجارة الإلكترونية لازال يتركز بالأساس في الدول الصناعية المتقدمة بالنظر إلى اتساع نطاق استخدام شبكة المعلومات الدولية و توافر بيئات تشريعية أكثر تطورًا، الأمر الذي يفرض التركيز في تلك المرحلة على الأسواق المتقدمة، إلا أن التقدم المتسارع الذي تشهده الأسواق النامية في مجال التجارة الإلكترونية خاصة الدول الإفريقية و الدول العربية يفرض التركيز على تلك الأسواق خاصة أن التجارة الإلكترونية لا تنفي اختفاء كافة المعوقات التي تواجه الصادرات العربية في الأسواق المتقدمة بما في ذلك المعوقات الجمركية، و إن كانت تقدم فرصًا أوسع للتسويق والترويج، و يتطلب ضمان النفاذ إلى تلك الأسواق عدداً من الشروط يتمثل أولها في إجراء دراسات التسويق وتحديد أذواق المستهلكين في تلك الأسواق على نحو يساهم في تصميم و إدارة مواقع التجارة الإلكترونية و تحديد السلع و الخدمات التي يمكن ترويجها إلكترونياً في تلك الأسواق و إعادة النظر في استراتيجيات تفعيل الأسواق والأسعار و التسويق... الخ و التنسيق بين القوانين والأطر التشريعية المحلية التي تنظم التجارة الإلكترونية و الأطر التشريعية في تلك الأسواق - خاصة أن محاولات تطوير تلك الأطر لازالت في مراحلها الأولى - مع التركيز بشكل خاص على الجوانب والأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية على نحو يضمن تسهيل تلك المعاملات و التوافق بين الأسس القانونية التي تستند إليها المعاملات التجارية الإلكترونية مع الأسواق الصاعدة .

و أخيراً تجدر الإشارة إلى أهمية إدخال محور التجارة الإلكترونية ضمن المشروعات المقترحة لتحرير التجارة الإقليمية ، خاصة مشروع منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، و اتفاقات التجارة الحرة العربية الثنائية، و مشروع منطقة التجارة الحرة للكوميسا، بحيث تشكل التجارة الإلكترونية إحدى عناصر دفع تلك المشروعات، من ناحية، و تنمية التجارة الإلكترونية مع تلك الأسواق من ناحية أخرى .

- **تنمية و تشجيع الصناعات الصغيرة والمتوسطة للتحويل للاتصال المباشر:** تمثل الصناعات الصغيرة والمتوسطة إحدى القطاعات الرئيسية التي يتوقع أن تلعب دوراً محورياً في دفع التجارة الإلكترونية بالنظر إلى الفرص الواسعة التي تقدمها تلك التجارة لهذه الصناعات من الترويج و التسويق و النفاذ إلى الأسواق العالمية بتكلفة أقل بالقياس إلى الوسائل التقليدية التي إحدى معوقات التوجه التصديري لتلك الصناعات، كما يوفر

¹ غسان عبد الهادي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، (موقع الكتروني).

العدد الكبير للمنشآت الإنتاجية الصغيرة و المتوسطة الحجم خاصة داخل قطاع الصناعة التحويلية، فرصة كبيرة لتوظيف و تعظيم إمكانات الاستفادة من التجارة الإلكترونية. الأمر الذي يجعل تنمية هذه الصناعات إحدى المحاور الرئيسية لتنشيط التجارة الإلكترونية سواء على مستوى السوق المحلية أو الخارجية.

ويتطلب تنمية تلك الصناعات على نحو يجعل منها محركا هاما لنمو التجارة الإلكترونية و بشكل يخدم قضية الصادرات عددا من السياسات، يتمثل أولها في تنمية الحافز لدى تلك المنشآت لتبني إستراتيجية التجارة الإلكترونية كإستراتيجية رئيسية للترويج لمنتجاتها وتنمية صادراتها، وتنمية الوعي لديها بأهمية التجارة الإلكترونية وتسهيل نفاذها إلى شبكة المعلومات الدولية من خلال تصميم و امتلاك المواقع الإلكترونية الخاصة و تنمية مهاراتها الذاتية في إدارة تلك المواقع كمواقع تجارية و إدارة العلاقة بالمستهلك الإلكتروني، فضلا عن تنمية قدراتها في مجال تسليم البضائع المادية المباعة عن طريق الوسائل الإلكترونية؛ و تنمية روابط التعاون بين تلك المنشآت و نقط التجارة الدولية و فروعها (وهو المشروع الذي يهدف إلى تشجيع و تسهيل نفاذ المشروعات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص إلى شبكة المعلومات الدولية و التجارة الإلكترونية). ويتطلب إدخال تلك التطورات تقديم الدعم الفني لهذا القطاع سواء من خلال توفير برامج التدريب على التجارة الإلكترونية أو تقديم الدعم الفني اللازم لتسهيل نفاذه إلى شبكة المعلومات الدولية، و على الرغم من أن عدد من تلك المنشآت يمتلك مواقع إلكترونية خاصة على شبكة المعلومات الدولية، إلا أنها تعد مواقع بسيطة تؤدي دورا تعريفيا تسويقيا في أحسن الأحوال أكثر منها مواقع للتجارة الإلكترونية.¹

أما فيما يخص تشجيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لتبني خيار التجارة الإلكترونية، هناك نهج من أربع إجراءات في وسع الحكومات أن تستخدمه. ويتضمن هذا النهج كما يلي :

- **المساعدة التعليمية والفنية:** وتتضمن خدمات مثل الدورات التدريبية، والفصول الدراسية للأعمال الصغيرة، ومواقع الإنترنت الخاصة بدوائر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهيئات الخبراء والمستشارين.. الخ.

- **المساعدة المالية:** وتتضمن تخصيص منحة لدعم مشاريع التجارة الإلكترونية التعاونية الرئيسية ذات الصلة بالصناعة، ووضع نماذج تجريبية يمكن أن تعرض مزايا استخدام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتجارة الإلكترونية.

- **المساعدة في مجال التجهيزات الأساسية:** وهذه تشمل تشجيع مواقع الإنترنت ومجموع خدمات التجارة الإلكترونية، وتوفير خطوط المشتركين الرقمية، وإقامة الشبكات التجارية في المجتمع لدعم المعاملات عن طريق الاتصال المباشر.

¹الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص:94.

- المساعدة التجارية : بتشجيع الأسواق على المستويات الوطنية ، إن لم نقل على المستوى الإقليمي، إلى جانب المشاركة النشطة من جانب الشركات الإقليمية الرئيسية الكبرى، أن تعمل على تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التحول لخدمات الاتصال المباشر والحصول على مردودات سريعة على الاستثمار . كما أن تعزيز المشتريات الحكومية بالاتصال المباشر اعتبر أيضاً مبادرة رئيسية أخرى من شأنها أن تشجع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التحول لخدمات الاتصال المباشر .

- تطوير القطاع المصرفي لوسائل الدفع الإلكتروني: لازال الجهاز المصرفي في العالم العربي متخوفاً من توظيف شبكة المعلومات الدولية في إجراء عمليات غسيل الأموال في الأسواق المحلية عبر البنوك خاصة في ظل غياب ضوابط دولية تنظم الخدمات المصرفية الدولية و ارتفاع معدلات القرصنة في العالم، وفي ضوء تلك المشكلات يقترح البدء بعدد محدود من الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الانترنت على أن يتم زيادتها عبر مراحل متدرجة، و لتطوير الأداء المصرفي يتطلب الأمر تنمية البنية الأساسية في هذا القطاع وربط شبكات الحاسب الآلي للبنوك التي تتعامل في مجال التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، و تأهيل الكوادر المصرفية على التعامل مع هذا النشاط، و توقيع اتفاقيات دولية بين البنوك المركزية العربية والبنوك المركزية في مختلف الأسواق الدولية لتوفير الضمانات اللازمة لحماية الجهاز المصرفي من الاختراق الخارجي .

إلا أن التطور الأهم يتمثل في ضرورة تطبيق نظام البطاقات الائتمانية الإلكترونية مع وضع الضوابط والصيغ التي تضمن تسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية و عوامل الأمان اللازمة لاستقرار تلك المعاملات، فمازال استخدام البطاقات الائتمانية في المعاملات التجارية الإلكترونية محدوداً جداً بسبب مشكلات الأمان و تحذير البنوك من استخدام بطاقات الائتمان في المعاملات الإلكترونية أو الدفع الإلكتروني. و تنصح البنوك في المقابل باستخدام ما يعرف ببطاقات الانترنت التي تصدرها البنوك ذات قيم نقدية صغيرة لا تتجاوز 200 دولار، و ذلك بغرض التقليل من حجم الخسائر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك في حالة سرقة أرقام البطاقة. إلا أنه على الرغم من المخاطر التي قد تترتب على استخدام تلك البطاقات إلا أن الامتناع عن استخدامها أو تطوير آلية معينة للوفاء أو الدفع الإلكتروني يشكل عائقاً خطيراً لتنشيط التجارة الإلكترونية، ولا بد من توفير الجهاز المصرفي لآلية آمنة مناسبة للوفاء الإلكتروني، كإصدار بطاقات ذكية، يسجل عليها جميع بيانات العميل الشخصية و المالية يمكن استخدامها في المعاملات التجارية الإلكترونية بمعدل أكثر أماناً.

- تنمية القدرات التنافسية للمنتجات الاقتصادية و تطوير القاعدة الإنتاجية المناسبة للتجارة الالكترونية: فالتجارة الالكترونية لن تزيد من القدرات التنافسية للمنتجات الاقتصادية العربية إلا في ما يتعلق بتخفيض تكلفة النقل و التسويق أو فتح فروع جديدة فضلاً عن توسيع نطاق و حجم الطلب، ولن يكون هناك قطاع تجارة الكترونية تستفيد منه الاقتصاديات العربية ما لم تكن هناك منتجات تستطيع المنافسة في إطار السوق العالمي من حيث السعر والجودة و مستوى أداء الخدمة، و بمعنى آخر فإن التجارة الالكترونية لن تفيد

الصادرات العربية إلا فيما يتعلق بالمنتجات الجيدة التي تتمتع بقدرات تنافسية جيدة و لكنها تفتقد إلى التسويق الجيد، أما فيما يتعلق بالمنتجات ذات القدرات التنافسية المحدودة فإن إمكانات زيادة حجم الصادرات منها لن يستفيد كثيرا من التجارة الالكترونية و .بمعنى آخر، فإن فرص الاستفادة من التجارة الالكترونية في مواجهة مشكلة تدهور الصادرات العربية ستكون أكبر فيما يتعلق بالأسباب المتعلقة بعوامل التسويق ، و ليس بتلك المتعلقة بضعف القدرات التنافسية أو تخلف الهيكل الاقتصادي، كما يأتي تطوير القاعدة من خلال تنمية القطاعات والصناعات التي تشكل أساسا لهذا النمط من التجارة إحدى المداخل الأساسية للاستفادة من إمكانات التجارة الالكترونية في مجال تنشيط الصادرات العربية .

وبالنظر إلى طبيعة التجارة الالكترونية، يجب التركيز على تنمية " السلع الافتراضية " أو الإعلامية وقطاع الخدمات التجارية بشكل رئيسي، و واقع الأمر أن هيكل التجارة الخارجية للدول العربية يكشف عن ضعف شديد لنصيب الاقتصاديات العربية من الصادرات العالمية من هاتين الفئتين، فقد بلغ إجمالي صادرات الخدمات التجارية لأربعة عشرة دولة عربية في عام 1999 حوالي 24 مليار دولار فقط بنسبة لا تتجاوز 1,8% فقط من إجمالي الصادرات العالمية من الخدمات التجارية، و على الرغم من أن إجمالي الواردات من تلك الخدمات لنفس المجموعة لم يتجاوز 24,6مليار دولار في نفس العام بنسبة 1,8% من إجمالي الواردات العالمية الأمر الذي قد يشير إلى احتمالات عدم تزايد حجم الواردات الالكترونية العربية في هذا القطاع ، إلا أن تعظيم المكاسب الإيجابية للتجارة الالكترونية يقتضي ضرورة تطوير هذا القطاع .¹

و يقتضي تطوير قطاع الخدمات التجارية ليس فقط العمل على زيادة مساهمة هذا القطاع في التجارة العالمية و لكن أيضا تطوير القدرات التنافسية لهذا القطاع على نحو يتناسب مع طبيعة التجارة الالكترونية ، الأمر الذي يفرض إدخال الكثير من أوجه التطوير على التنظيم الداخلي لبعض القطاعات الهامة خاصة قطاعي السياحة و النقل. وتجدر الإشارة إلى أن التركيز على قطاع السلع الافتراضية و الخدمات التجارية لا يعني إهمال الصادرات السلعية الأخرى .

- **تنمية التجارة الإلكترونية بين (G2C) و(B2G):** على الحكومات أن تعمل على تنمية التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والمستهلكين (G2C) في الوطن العربي. وعلى ضوء المستوى المنخفض نسبياً لانتشار الإنترنت في المنطقة، على الحكومات أن تبادر إلى تفعيل نقاط الاتصال ، مثل " مراكز الخدمة الشاملة " والأكشاك العامة.. الخ، لتشجيع بلوغ استخدام التجارة الإلكترونية (G2C) إلى مستويات عالية. كما أن مبادرات الحكومة الإلكترونية، كتقديم وتجهيز النماذج الحكومية إلكترونياً باستخدام الإنترنت، ستعود بفوائد أخرى تتمثل في تشجيع دوائر الأعمال على التحول إلى الإنترنت في الحصول على

¹ الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 97-98.

الخدمات، من جهة أخرى، فإن تشجيع مدفوعات الرسوم / الغرامات الحكومية بواسطة الإنترنت، أو لدى الأكشاك المركزية، سيكون هو الآخر جزءاً من مبادرة (G2C).¹

بالإضافة إلى ضرورة تركيز حكومات الدول العربية اهتمامها على تنمية التجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية والقطاع الحكومي من خلال ما يلي :

- **معالجة قضايا التسعير:** تعتبر أسعار الوصول إلى خدمات الإنترنت في المنطقة العربية مرتفعة قياساً على المعايير الدولية، فيما عدا بعض الاستثناءات، وعليه فإنه يتعين تخفيض هذه الرسوم .

- **وضع و تنفيذ حملة توعية منسقة باستخدام الإنترنت:** فاستخدام الإنترنت يسبق استخدام التجارة الإلكترونية ومن الأهمية بمكان أن تعمل الحكومات وعلى نحو منسق مع المساهمين الآخرين، مثل مقدمي خدمات الإنترنت، والجهة المنظمة لقطاع الاتصالات، لتعزيز الوعي حيال استخدام الإنترنت وتشجيع هذا الاستخدام.

- **في سياق استخدام الإنترنت،** يعتبر انخفاض مستويات انتشار استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصي في البلدان العربية من الأمور التي تبعث على الاهتمام، و على حكومات المنطقة أن تنظر في السبل والوسائل الكفيلة بالتغلب على هذه القضية، فالتعلم على كيفية استخدام الكمبيوتر والإمام بتطبيقاته في المدارس، وربط أجهزة الكمبيوتر الشخصي بخدمات الاتصالات الأخرى، واستخدام أجهزة التلفزيون لضبط الشبكة، كلها مناهج وطرق ممكنة يمكن النظر فيها .

- **تشجيع التجار المحليين على إتمام معاملاتهم عبر الإنترنت.**

- **تطوير الإطار التشريعي:** تنبع أولوية تطوير الإطار التشريعي كإحدى المداخل الرئيسية لتطوير وتنمية التجارة الالكترونية من المشكلات القانونية التي تثيرها التجارة الالكترونية على نحو جعل من الأطر التشريعية و القوانين المحلية القائمة إحدى العقبات الرئيسية أمام نمو التجارة الالكترونية و تحولها إلى إستراتيجية متكاملة لقطاع التجارة سواء على مستوى السوق المحلية أو المعاملات التجارية الخارجية، و تتسم الجوانب القانونية لقضية التجارة الالكترونية بتقاطعها الشديد مع العديد من القوانين الداخلية على نحو يتطلب تطويراً واسعاً للأطر التشريعية و القانونية الداخلية القائمة عبر منهج متكامل دون الاكتفاء بصور قانون محدد يكتفي بمعالجة الجوانب والأبعاد القانونية المباشرة للتجارة الالكترونية.

وتمثل العقبات القانونية المباشرة في القوانين المحلية أمام التجارة الالكترونية في اشتراط التوثيق الكتابي أو الورقي، و التوقيع اليدوي، و اشتراط الوثيقة /النسخة الأصلية، وقضية الضرائب و الرسوم الجمركية على المعاملات التجارية الالكترونية، و الولاية القضائية و أجهزة فض المنازعات التجارية الالكترونية .

¹ مجلس التعاون لدول الخليج العربية - الأمانة العامة، مرجع سبق ذكره، (موقع الكتروني).

كما يتطلب تنمية التجارة الالكترونية أيضا خلق الإطار التشريعي الذي يضمن حماية البيانات والمعلومات المتداولة عبر المعاملات التجارية الالكترونية، و توسيع نطاق و مفهوم حماية حقوق الملكية الفكرية لتشمل حماية العلامات التجارية الالكترونية، و تطوير قوانين جرائم الكمبيوتر لحماية المتعاملين بالتجارة الالكترونية ومستخدمي الإنترنت ضد جرائم القرصنة و سرقة البيانات، و حماية المستهلك ضد عمليات السرقة والغش والقرصنة، و ضمان خصوصية وسرية البيانات الشخصية، وتحديد شركات تقديم خدمات الإنترنت، فضلا عن خلق قطاع تأمين فاعل ضد مخاطر التجارة الالكترونية، و تطوير طرق وآليات التحقيق والإجراءات القضائية لتناسب مع طبيعة الجرائم الحديثة في هذا المجال.

وتحتل قضايا ثلاث رئيسية أهمية خاصة في مجال تطوير البيئة التشريعية للتجارة الالكترونية ، هي شرط التوثيق الكتابي والتوقيع اليدوي الكتابي و المستند الأصلي، تحتاج إلى إعادة صياغة بحيث تضمن البيئة التشريعية توافر الاعتراف المطلوب للوثائق الخاصة بالمعاملات التجارية الالكترونية كشرط أساسي لتنمية التجارة الالكترونية.¹

- **التوثيق الكتابي:** تشترط معظم القوانين المحلية و الاتفاقات الدولية التوثيق الكتابي للمعاملات و الصفقات التجارية سواء كشرط لصحة وتوافر المشروعية القانونية للمعاملة الاقتصادية أو التجارية، أو كشرط لقبول المقاضاة القانونية في حالة النزاع بين أطراف تلك المعاملة. إلا أنه تحت تأثير التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال ذهبت العديد من الاتفاقيات و المعاملات الدولية الحديثة إلى تجنب تضمينها شروطا أو مبادئ تفرض شكلا معينا للاتفاق. كما ذهبت بعض الاتفاقيات الأخرى إلى توسيع مفهوم التوثيق ليشمل بالإضافة إلى الوثيقة المكتوبة الفاكس و التلغراف و التلكس.

إلا أن هذه التطورات ظلت غير كافية بالنظر إلى التحديات التي تفرضها طبيعة التجارة الالكترونية من حيث طبيعة التعامل من خلال وثائق الكترونية غير ورقية، الأمر الذي فرض ضرورة تطوير الأطر القانونية الدولية والمحلية على السواء للتوافق مع طبيعة الوثائق الالكترونية الحديثة .

و من أهم المشروعات التي يمكن الاستفادة منها في هذا الإطار نموذج قانون UNCITRAL وقد اتبع القانون منهجا وظيفيا في تحديد الوثيقة الالكترونية المعترف بها كوثيقة للمعاملة التجارية الالكترونية، فبدلا من إعادة تعريف مفهوم "الوثيقة المكتوبة بحيث يشمل الوسائل أو الأشكال الالكترونية الحديثة، تبني القانون منهجا وظيفيا يقوم على تحديد المبادئ الشروط التي ترقى بالوثيقة الالكترونية أو "رسالة البيانات الالكترونية إلى مستوى الوثيقة المكتوبة فقد تضمنت المادة السادسة من القانون شرطين أساسيين في الوثيقة الإلكترونية حتى تحقق نفس الوظيفة التي تحققها الوثيقة المكتوبة :

¹الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص:95-97.

- الأول هو شرط "إمكانية الوصول " إلى " رسالة البيانات الالكترونية"، أي ضرورة أن تكون البيانات أو المعلومات المتضمنة في رسائل البيانات عبر الحاسبات الآلي قابلة للقراءة والفهم مع توافر البرامج التي تمكن من قراءة تلك البيانات.

- و الثاني يتمثل في إمكانية استخدامها أو الاستشهاد بها كمرجع لاحق، ليس فقط إلى قدرة العناصر البشرية على فهم استخدام تلك البيانات أو الرسائل ولكن أيضا إمكانية معالجتها بواسطة أجهزة الكمبيوتر.

- **شرط التوقيع:** يعد التوقيع هو الأداة الرئيسية لتحديد هوية الموقع، من ناحية و التزامه بمضمون الوثيقة من ناحية أخرى. و يعد التوقيع اليدوي هو الأداة الأكثر شيوعا للتوقيع، بحيث مثل الشرط الرئيسي في القوانين المحلية و الاتفاقات الدولية المتعلقة بتنظيم التجارة الدولية كشرط رئيسي لصحة الاتفاق الخاص بالمعاملة التجارية.

وعلى الرغم من اتجاه القوانين المحلية و المعاهدات الدولية خلال السنوات الأخيرة تحت تأثير التقدم المتسارع لوسائل الاتصال إلى استحداث بعض الأشكال الجديدة من التوقيع، إلا أن التوقيع اليدوي لازال يمثل في القوانين المحلية الأداة الرئيسية للتوثيق و التعبير عن التزام الموقع بمضمون الوثيقة، الأمر الذي يمثل عائقا أمام نمو التجارة الالكترونية بالنظر إلى طبيعة التبادل الالكتروني للبيانات .

فقد نصت المادة السابعة من نموذج القانون Uncitral على أن توقيعيا الكترونيا ما يصبح توقيعيا قانونيا إذا كشف بشكل واضح و محدد عن هوية الموقع على الرسالة الالكترونية، من ناحية، و التزامه بمضمون الرسالة من ناحية أخرى.

- **شرط المستند الأصلي:** يمثل اشتراط الاحتفاظ بالمستند أو الوثيقة الأصلية أحد العقبات الرئيسية أمام نمو التجارة الالكترونية بالنظر إلى صعوبة التفرقة في تلك المعاملات بين المستند أو الرسالة الالكترونية الأصلية و نسخها المرسله. و يستخدم شرط المستند الأصلي لضمان سلامة النسخ المستخدمة و تطابقها مع الأصول.

ويتطلب تطوير البيئة التشريعية إعادة تطوير مفهوم المستند الأصلي بحيث لا يمثل عائقا أمام المعاملات التجارية الالكترونية، من ناحية مع ضمان سلامة النسخ المستخدمة لرسائل البيانات الالكترونية و عدم تعرضها لأية محاولة للتغيير أو التدخل في محتواها من قبل المستقبل.

و قد اتخذ نموذج قانون uncitral نفس المنهج فيما يتعلق بضمان الحفاظ على سلامة رسائل البيانات الالكترونية المتبادلة و عدم إدخال أية تعديلات تؤثر على مضمون تلك الرسائل، فقد أكتفت المادة الثامنة من نموذج القانون بالتأكيد على بعض المبادئ العامة لضمان سلامة تلك الرسائل .

ولكن يجب أن تمتد عملية خلق البيئة التشريعية الداعمة لتنمية التجارة الالكترونية العمل على خلق بيئة تشريعية متكاملة تسمح بخلق المناخ التشريعي اللازم لنمو صناعة الاتصالات و المعلومات ونمو ما يطلق عليه " مجتمع المعلومات "، و يتطلب ذلك إصلاح واسع النطاق لكافة القطاعات الحكومية بحيث تصبح أكثر " صداقة

" للمعلومات و الاتصالات و تنمية الوعي المعلوماتي، و يتطلب هذا التكامل أن تستند عملية الإصلاح التشريعي إلى دراسة حصرية و مسحية لكافة القوانين القائمة التي تنظم كافة المعاملات التجارية التقليدية سواء تلك التي تنظم المعاملات التجارية بين الأفراد و الدولة، أو بين الأفراد بعضهم البعض، أو المعاملات التجارية بين الأطراف الحكومية، و معالجة كافة أشكال التناقض التي قد تنشأ بين القوانين المحلية القائمة و ممارسات التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية العربية

الواقع أن تنمية الاقتصاد الشبكي العربي، و تنشيط التجارة الإلكترونية و نموها وازدهارها لن يتحقق ما لم تكتمل مقوماتها الأساسية باستيفاء مجموعة من المتطلبات والتي تتمثل في:

البنية التحتية الإلكترونية:

و تشمل كافة البنى التحتية الإلكترونية الداعمة للتجارة الإلكترونية و عقد المعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت و من بينها:

- البنية التحتية لخدمات الأعمال العامة التي تشمل البطاقات البنكية، و الأوراق التجارية الإلكترونية، النقود الإلكترونية (النقود الرقمية، المحفظة الإلكترونية)، و الذهب الإلكتروني، و الشيك الإلكتروني.
- البنية التحتية للمراسلات و توزيع المعلومات، والتي تشمل البريد الإلكتروني و بروتوكول نقل النص المتشعب http و Edi.

- البنية التحتية للوسائط المتعددة و النشر الشبكي و تشمل لغات البرمجة و بناء المواقع على الويب (LAN و WAN و VAN).

- البنية التحتية لواجهة التعامل و تشمل قواعد بيانات العملاء، و التطبيقات المختلفة للشركة.
- البنية التحتية الممثلة في أجهزة الحاسب الآلي الشخصية و الهواتف و الحاسبات المضيفة¹.

المقومات التشريعية و القانونية للتجارة الإلكترونية: و تشمل:

- التشريعات و القوانين و القواعد و الإجراءات التي تتلاءم و طبيعة التجارة الإلكترونية و حماية حقوق الراف التعامل فيها بما يشمل التعاقد الإلكتروني، و الطابع غير المادي في إبرامه، و الأمر الناشئ عن انعدام التواجد المادي لطرفي التعاقد.

- الاعتراف برسائل البيانات المنقولة إلكترونياً و مدى حجيتها في الإثبات و التأكيد على أن الحجية في الاتفاق على ما يخالفها سواء قبل نشوء النزاع أو بعده و حتى قبل إغلاق باب المرافعة و إن رسالة البيانات الإلكترونية لا تعتبر بحال دليل إثباتاً قاطعاً (حجيتها نسبية تخضع لتقدير القاضي).

¹ عزة العطار، «التجارة الإلكترونية بين لبا و التطبيق»، الأكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري، الإسكندرية، 2005، ص:7

- السرية أو ما يطلق عليها الخصوصية التي يتميز بها الإيجاب الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت والقواعد (استخدام بعض الأنظمة مثل Bolero) التي تحدد الدعوة إلى التعاقد من خلال الانترنت والمثلة في مجرد عرض السلع والخدمات للمستهلكين دون بيان الائتمان وشروط التعاقد¹.
- قواعد العقد الإلكترونيين الحاضرين زمانا والغائبين مكانا أو الغائبين زمانا ومكانا(تعاقد غير لحظي)².
- التعاقد عبر الوكيل الإلكتروني (تعاقد شخص طبيعي وجهاز كمبيوتر مبرمج مسبقا).
- إفراز التشريعات الوطنية الحديثة للدول المختلفة في المعاملات الإلكترونية والتي تقر الحجية القانونية للسجلات الإلكترونية.

المقومات التنظيمية والإدارية:

وتتمثل هذه الأخيرة في:

- القدرة التنظيمية من جانب المؤسسات لتبني التجارة الإلكترونية مستخدمة الدعم من قبل الإدارة العليا والاستعداد E-readiness بالخاطرة من قبل المديرين بنتائج استخدام التجارة الإلكترونية كذلك امتلاك المؤسسات للمصادر المالية وتكنولوجيا المعلومات التي تمكنها من تبني التجارة الإلكترونية.
- توافر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والبرامج التطبيقية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.
- توفير الأنظمة التعليمية والتدريبية ونشر الثقافة التكنولوجية بالمؤسسات و المعاهد التعليمية والأجهزة والإدارات الحكومية(البيئة الخارجية للمؤسسات)العاملة بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث: معوقات نمو التجارة الإلكترونية العربية

إن معظم الدول العربية مازالت تحاول ترويج فكرة التجارة الإلكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ويظهر ذلك جليا من خلال التقديرات التي تم عرضها فيما سبق، علما أن معظم عمليات التجارة الإلكترونية تمت في دول الخليج، أما عن العوائق التي تقف حجر عثرة في طريق انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية فهي متعددة³.

تواجه التجارة الإلكترونية العديد من المشاكل والعراقيل التي تعترض طريق التطور ونمو التجارة الإلكترونية منها عدم وجود إستراتيجية لهذا النوع من المعاملات والأخرى تتعلق بمستوى التعليم والأمية، وإعداد تأهيل

¹ خالد ممدوح إبراهيم، "إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص ص: 381-383.

² فؤاد الشيخ، محمد سليمان، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، المجلد رقم(1)، عدد1 تموز، 2005، ص ص: 7-8.

³ منصور فرح، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي الواقع والطموح، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص ص 396-393.

الموارد البشرية والنسبة الأساسية للمعلومات والاتصالات والنمو الاقتصادي وغيرها، و تتمثل أهم هذه التحديات أو المعوقات فيما يلي:

- **التحديات التقنية و التكنولوجية:** و تتمثل هذه التحديات بدورها في:
 - ضعف البنية التحتية الإلكترونية، حيث تعاني بعض الدول العربية من انعدام للقاعدة التكنولوجية والبنية التعليمية بالإضافة إلى أن البعض الآخر لديه مجهودات متواضعة في مجال البحث والتطوير حيث لا يتجاوز متوسط معدل الإنفاق على البحوث والتطوير نسبة 02% من إجمالي الناتج القومي العربي وذلك بالمقارنة مع الدول المتقدمة التي يبلغ متوسط إنفاقها على البحث والتطوير 2.5% بالإضافة إلى عدم وجود استثمارات مشتركة كافية في مجالات التقنية المرتبطة بقطاع تقنية المعلومات.
 - ضعف الثقافة والوعي الإلكتروني حيث لازال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال.
 - صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض تطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية.
 - دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.
- **التحديات التنظيمية والإدارية:**

- وتتناول هذه التحديات منها ما يقع داخل الشركات و المؤسسات و منها ما يقع داخل إطار الأجهزة الحكومية و منها ما يقع داخل المجتمع ككل، و يمكن عرض تلك النقاط كالآتي:
- ضعف المعرفة و المهارة لدى الكوادر البشرية بالمؤسسات في ما يتعلق بأنظمة التعامل و تبادل المعلومات الإلكترونية و تطبيقات التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى برامج التدريب و التأهيل للعمالة في هذا القطاع دائم التغيير و التطوير¹.
 - ضعف الخبرات التجارية و المساعدات الفنية في الدول العربية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية التقليدية إلى أعمال إلكترونية.
 - عدم الإدراك الكافي من جانب الشركات و الأفراد لمنافع التجارة الإلكترونية و غياب الثقة في المعاملات الإلكترونية و مقومات التغيير كجزء من الثقافة السائدة.
 - البيروقراطية الحكومية و الإصرار على غدارة البنى التحتية التجارية مثل الموانئ التجارية البرية و البحرية و الجوية مما يجعلها متدنية الكفاءة و مرتفعة التكاليف بشكل غير مبرر، و التي لا تتناسب و بنية التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى عجز الاستراتيجيات الحكومية لدعم المشروعات التجارية الوطنية للمنافسة مع نظيراتها العالمية².

¹ فؤاد الشيخ، محمد سليمان، مرجع سبق ذكره، ص:5-8

² عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص:26-27

- التحديات التشريعية و القانونية:
 - تمثل التشريعات و القوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى المؤسسية لقيام ونمو التجارة الإلكترونية و تواجد الدول العربية و دول العالم أجمع تحديا حقيقيا في وضع التشريعات و الضوابط القانونية التي تتلاءم و أنماط التجارة الإلكترونية الحديثة، و يمكن عرض أهم التحديات القانونية التشريعية في المعاملات الإلكترونية في ما يلي:
- الأمن و الخصوصية المتعلقة ببيانات طرفي المعاملة و عدم رغبة كثير من العملاء بتزويد الموقع على الشبكة بالمعلومات الشخصية خشية الاستيلاء عليها و فقدان الحقوق المالية و الثروات المترتبة على ذلك¹.
- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من المعاملات التجارية الإلكترونية و الخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلية الإلكترونية) و من ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية و التجارة الإلكترونية².
- وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية و مستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية و عدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونيا³.
- صعوبة تحديد هوية الممول و معرفة عنوان منشأته و كيانه القانوني و ذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر مواقع الواب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون حاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك.
- عجز القوانين الخاصة بحقوق الملكية و العلاقة التجارية عن حماية العديد من الحقوق المنشورة على شبكة الإنترنت⁴.
- التحديات التي تواجه الشركات و المتمثلة في تحديد أسماء الشركات على الشبكة (الاسم التجاري) حيث تقوم الشركات باختيار الأسماء، الأمر الذي يحمل معه الكثير من المشكلات في المعاملات.
- صعوبة تحديد الاختصاص القضائي في فض النزاعات التي تحدث بين أطراف التعاقد الإلكتروني على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي.
- تحديات التميز و الاستمرارية و القدرة التنافسية، و هو يتصل بمفهوم تطوير الأعمال لضمان الاستمرارية و التنافسية و على اتساع حجم سوق التجارة الإلكترونية العربية، حيث أن صغر حجم الأعمال الموجهة للمستهلك هو من المعوقات الأساسية التي تحد من انتشار الأعمال الإلكترونية عبر الشبكة، كذلك ينبغي إرساء البنية المناسبة للخدمات المالية كونها أحد القضايا المهمة في هذا المجال لا سيما بطاقات الائتمان و التي لا يزال استخدامها محدودا جدا في العالم العربي، و يمكن القول أن المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة لان وجودا

¹ فؤاد الشيخ، محمد سليمان، نفس المرجع، ص:7.

² خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص: 370-372.

³ خالد ممدوح إبراهيم، نفس المرجع، ص:377.

⁴ فؤاد الشيخ، محمد سليمان، مرجع سبق ذكره، ص:8.

دون قدرة تنافسية و تطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الأخير اقل كلفة و يوفر خسائر الوجود غير الفاعل على الشبكة¹.

¹ محمد كمال أبو عمشة، "التجارة الالكترونية العربية...الأفاق و التحديات"، متاح على الموقع:
http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=923 تاريخ الإطلاع: 1-02-2011

خلاصة الفصل:

في ظل بروز الثورة التقنية و التكنولوجية و النمو المتزايد للتجارة الالكترونية باعتبارها احد أهم الأدوات في تغيير أنماط الحياة اليومية الاقتصادية و الاجتماعية سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمعات والدخول بها إلى عصر الاقتصاد الرقمي، كان على الدول العربية الأخذ و ملاحقة هذه التطورات و ذلك الاستفادة منها و رفع معدلات التبادل العربي البيئي و من ثم تفعيل آليات التكامل العربي في ظل ما يعرف بمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، و ذلك من خلال تشجيع الاستثمارات العربية الوطنية و البيئية في قطاعات الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات و المعاهد التعليمية والبحثية العربية بما يتناسب و البيئة التكنولوجية.

لذا و جب على الدول العربية العمل أن تقوم بالإتحاد و النهوض باقتصادها و رفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيا المعلومات ، و العمل على فتح المجال أمام التجارة الالكترونية ، من خلال افتح آفاق واسعة لمؤسساتها الاقتصادية لاختراق الأسواق العالمية.

في ظل بروز الثورة التقنية و التكنولوجيا و النمو المتزايد للتجارة الإلكترونية و اعتبارها أحد أهم الأدوات في تغيير أنماط الحياة اليومية الاقتصادية و الاجتماعية سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمعات و الدخول بها في عصر الاقتصاد الرقمي، أصبحت التجارة الإلكترونية لازمة للتبادل التجاري في الدول المتقدمة لذلك غدت من أقوى مراكز الاقتصاد الوطني الأمر الذي يفرض على مختلف دول العالم خاصة في إطار التكتلات الإقليمية عامة و في ظل مناطق التجارة الحرة خاصة، إضافة الى دول الوطن العربي مواكبة هذه النقلة النوعية، و ذلك من خلال نشر ثقافة الانترنت و التجارة الإلكترونية، و من هنا يجب استيعاب التغيرات الهائلة التي تحدث في أنظمة التجارة الإلكترونية و المفاهيم السائدة حالياً بين الدول الموقعة على الاتفاقيات التجارية

و الاقتصادية و إدراك حتمية التجارة الإلكترونية التي فرضت نفسها في تحديد مستقبل الدول و تطورها الاقتصادي، و التشجيع باستخدام الانترنت و توفير خدماته لقطاع واسع من المستخدمين و المستفيدين. فظهور شبكة الانترنت و انتشار استعمالها في كل القطاعات أدى إلى توسع و ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية على الشبكة و أصبحت سمات يمكن من خلالها الحكم على دخول المؤسسة أو القطاع عالم التجارة الإلكترونية.

إذن فالتجارة الإلكترونية هي نتاج عملية تطور مستمر في الإنتاج و التسويق و وسائلها و ما ينتج عنه من تطور في وسائل الدفع، فهي ليست منقطعة الصلة بما تشهده الاقتصاديات من تحول اقتصادي و اجتماعي لذا نجدها تنمو و تزهر في بعض المجتمعات و الاقتصاديات المتقدمة، في حين نجدها ضعيفة في الدول الأخرى خاصة الدول العربية، بالرغم مما تتمتع به هذه الدول من قدرة استيعابية كبيرة و نمو سريع في عدد السكان، فضلاً عن السمات و الخصائص الإيجابية لنظامها الاقتصادي، مما يجعلها سوقاً واعدة و مجزية بالنسبة لمختلف قطاعات تقنية المعلومات، و التجارة الإلكترونية على وجه الخصوص.

- نتائج الدراسة:

من خلال معالجتنا لموضوع البحث و تحليلنا لمختلف الجوانب المتعلقة بالاقتصاد الرقمي و التجارة الإلكترونية و واقعها في مناطق التجارة الحرة عامة و الوطن العربي خاصة، انتهينا إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

- يتسم الاقتصاد الرقمي القائم على وسائل الاتصال الحديثة و بالأخص على الانترنت والذي يتعامل مع الرقمييات أو المعلومات الرقمية بالعديد من الخصائص تميزه عن الاقتصاد الصناعي كالسرعة في الأداء و الاستجابة المباشرة و انخفاض التكلفة و غيرها برز نتيجة نمو و انتشار الانترنت و الشبكات بمختلف أنواعها، إلا أن هناك فجوة رقمية بين الدول النامية و المتقدمة.
- تلعب الانترنت و الشبكات دوراً كبيراً في انتشار و تنشيط التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال الخدمات المتعددة التي تتيحها لكل أطراف التعامل، و تبرز أهميتها من خلال تقليص التكاليف، إتاحة فرص جديدة

- لانتشار السلع والخدمات و الوصول إلى الأسواق العالمية، و كسب ميزة تنافسية للمؤسسات، تحسين الاتصالات، كما أن لها دور في إحداث تغييرات على العمليات المالية وغيرها.
- التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، و تتواجد في العديد من المجالات، و لها أهداف و أهمية بالغة كالاقتصاد في الوقت و التكاليف، التسوق و دعم الاقتصاد الوطني خاصة في مجال الاستيراد و التصدير، فهي تعد وسيلة بسيطة و متميزة للوصول إلى الأسواق العالمية و غيرها، حيث شهدت التجارة الإلكترونية نموا متسارعا منذ بدء تطورها إلا أنه لا توجد تقديرات دقيقة حول قيمتها سواء فيما يتعلق بالقيمة الإجمالية لتلك التجارة أو فيما يتعلق بتوزيعها الجغرافي و القطاعي، فهي جد منتشرة في الدول المتقدمة مقارنة بالدول النامية حسب بعض التقديرات.
- تنحطى التجارة الإلكترونية الحدود الجغرافية والمصطنعة معا، لذلك فهي بمثابة أسواق مفتوحة تجعل العالم أمامها سوقا موحداً تعترضه بعض الإشكاليات، فمحتوى هذه التجارة إما سلعاً منظورة أو غير منظورة، ففي الأولى لا بد من النقل وبذلك لا بد من الخضوع لضوابط الحدود الجغرافية والمصطنعة كالرسوم الجمركية وما شابهها من عقبات، أما غير المنظورة كالاتصالات مثلا أو بيع البرمجيات أو التعليم الافتراضي فهذه يمكن تجميعها دون عائق الحدود بنوعها.
- إن تجارة السلع المنظورة من خلال التجارة الإلكترونية تدعم مناطق التجارة الحرة ما دامت قوانين ولوائح تلك المناطق تسمح بذلك، لذلك يجب التركيز على هذه اللوائح لأن التجارة الإلكترونية هي أداة ميسرة، أما الخدمات المقدمة عبر التجارة الإلكترونية فلا حاجة بها لمناطق التجارة سواء كانت حرة أم مقيدة لأنه يسهل التفاوض بشأنها ونقلها بشكل الكتروني كلياً.
- سجلت محاولات عديدة للتكامل الاقتصادي العربي انطلاقاً من الاتفاقيات العربية الثنائية فيما بين أقطاره، و مروراً بالاتفاقيات الجماعية إلى غاية إنشاء السوق العربية الإلكترونية.
- فشل التكامل الاقتصادي العربي مقارنة بنظيره "الاتحاد الأوروبي" في العالم الحقيقي أو الافتراضي الإلكتروني، يعود إلى إصرار العرب على توسيع الفجوة بينهم.
- هناك انخفاض واضح بالنسبة للدول العربية فيما يخص استخدام التجارة الإلكترونية، و ذلك لعدة أسباب منها عدم وجود مواقع كافية باللغة العربية.
- إن الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الإلكترونية العربية مقارنة مع مؤشرات هذه التجارة في الدول المتقدمة يمكن رده إلى عدة أسباب من أهمها ضعف أو عدم وجود التشريعات و القوانين الناظمة لعمل التجارة الإلكترونية.
- عدم وجود نظم دفع إلكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي، مما سبب محدودية الأنشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عربياً حيث تقتصر أغلبها على تجارة الكتب و الهدايا.

- قلة حجم الأموال العربية المستثمرة في الوطن العربي لتوطين الصناعات الإلكترونية و تطبيقاتها التي تعود بأغلبها إلى السياسات المالية و النقدية المتبعة في الدول العربية، و التي لا تساعد على جذب هذه الأموال.
- عدم وجود تعاون و تنسيق بين الدول العربية في مجال الصناعة الإلكترونية و استثمار المعلومات.
- رغم الجهود المبذولة من قبل العديد من دول الوطن العربي في سبيل توسيع انتشار الانترنت إلا أنها لازالت تراوح مكانها، فهي أدنى بكثير من المستويات العالمية، الذي يعود إلى العديد من العراقيل قبيل عدم توفر البنية التحتية الملائمة و ضعف الدخل الفردي و الأمية و غيرها.
- من تحليل الإحصائيات و التقديرات الخاصة في مجال الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات و كذا التجارة الالكترونية في الوطن العربي يتضح أن الدول العربية لا زلت متأخرة في استخدام التجارة الالكترونية، إذا ما استثنينا الجهود الفعالة لدول الخليج العربي.
- ضعف استخدام المحتويات و المواقع العربية و الذي يعود إلى قلة مصادر تمويل المشروعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
- عدم تشجيع معظم الدول العربية للتجارة الإلكترونية تخوفا من انخفاض مطرح الضريبة في بعض المهن التي يتم التعامل معها من خلال التجارة الإلكترونية.
- ضعف الاستثمار للمواقع الحكومية العاملة بالتجارة الإلكترونية كالقيام بعمليات التصدير عن طريق الانترنت.
- تعددت المعوقات و التحديات التي تواجه انتشار التجارة الالكترونية في الدول العربية بين العقبات الفنية والتقنية، العقبات التجارية، عقبات اجتماعية و ثقافية، عقبات حكومية و قطاع خاص و معوقات قانونية وتشريعية.
- وقصد النهوض بالتجارة الالكترونية و تفعيل دورها في مناطق التجارة الحرة في العالم عامة وفي الوطن العربي خاصة، كان لا بد من اتخاذ بعض الإجراءات و التدابير متمثلة في تنمية الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية، العمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية خاصة في مجال الاتصالات، و تنمية البيئة التشريعية و القانونية.

- التوصيات و الاقتراحات:

- على ضوء هذه النتائج يمكننا تقديم مجموعة من الاقتراحات و التوصيات التي تصب مجملها في سبل تنشيط و تفعيل التجارة الالكترونية في الوطن العربي تتمثل في:
- تشجيع الاستثمارات الدولية و البنية العربية في قطاع الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات و المعاهد التعليمية و البحثية بما يتناسب و البيئة التكنولوجية.
- ضرورة وجود نظم دفع الكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي، مما يؤدي إلى إزالة محدودية الأنشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الالكترونية عربيا.

- الحاجة إلى وجود تعاون و تنسيق بين الدول العربية في مجال الصناعة الالكترونية و استثمار المعلومات.
- إنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية بغرض
 - تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد.
 - تبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إذ بدون فهم ثورة المعلومات المعاصرة وحسن التعامل معها أنتاجا واستهلاكا.
 - تبني سياسة التثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع، وذلك من خلال برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية، مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والأكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب والبيئة التكنولوجية.
 - توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات.
 - تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدماتها بأسعار تنافسية.
 - ضرورة تدخل الحكومات عن طريق دعم و تحقيق بيئة قانونية للتجارة الإلكترونية بحيث تكون سهلة و مرنة و هذا بالاعتماد على القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الذي أصدرته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، ليكون كقانون استرشادي، يمكن الاستفادة منه كأساس عند إصدار قوانين و أنظمة التجارة الإلكترونية.
 - ضرورة تشجيع الاستثمار في ميدان الانترنت لان ذلك يساعد على الابتكار و التوسع في الخدمات و تعظيم المشاركة و انخفاض الأسعار.
 - العمل على إزالة كل ما من شأنه أن يقف عائقا أمام تطور و نمو أسواق الاتصالات خاصة العوائق القانونية، و ذلك بتحسين مستوى إدراك الحكومات و الشركات العربية للتشريعات و القوانين ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية.
 - تعزيز ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال تسهيل إتمام و تحصيل المدفوعات والحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين.
 - رسم سياسة وطنية لتشجيع تبني التجارة الالكترونية من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لكل دولة.
 - الانطلاق في حملة وطنية للتوعية بفوائد التجارة الالكترونية و تفعيل دور ممثلي قطاعات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كالعرف التجارية و الاتحادات المهنية.
 - دعم برامج التعاون فيما بين الدول العربية في مجال التكنولوجيا وتقنية المعلومات والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال.

- استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في كل دولة، مع الاهتمام باستثمار ذلك في دعم التبادل التجاري الإلكتروني فيما بين الدول العربية.

- **أفاق الدراسة:**

- من خلال دراستنا هذه يمكن اقتراح بعض المواضيع التي قد تمثل إشكاليات لمواضيع أخرى، أهمها مايلي:
- أمن المعاملات التجارية في ظل التجارة الإلكترونية.
 - التحاسب الضريبي للتجارة الإلكترونية.
 - التحديات الضريبية و الجمركية للتجارة الإلكترونية في ظل مناطق التجارة الحرة.

المراجع:

- باللغة العربية:
- الكتب:
- إبراهيم أبو الهيجاء، "التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت"، الدار العلمية الدولية و مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- أحمد الكواز، "مناطق التجارة الحرة"، سلسلة أهداف جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، أبريل 2010.
- أحمد حمد الله السمان، "التجارة الالكترونية تنمية الصادرات"، جامعة القاهرة، مركز البحوث و الدراسات الاقتصادية و المالية، العدد 24، فبراير 2005.
- أحمد سيد مصطفى، "تحديات العولمة والتخطيط الاستراتيجي"، كلية التجارة جامعة الزقازيق، القاهرة، ط 2، 1999.
- أحمد محمد أبو القاسم، "التسويق عبر الإنترنت"، مصر ندار الأمين للنشر والتوزيع، طبعة 1، 2000.
- أسامة المجدوب، العولمة والإقليمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 02، 2001.
- أشرف أحمد العبدلي، "التجارة الدولية"، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الأردن، 2006.
- أكرم عبد الوهاب، "التجارة الالكترونية"، القاهرة، مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر، 2004.
- أنطوان بطرس، "التجارة الإلكترونية"، العربي، الكتاب الأربعون، 2000.
- إيمان عطية ناصف، "مبادئ الاقتصاد الدولي"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2006.
- أيمن النحراوي، "الوجيستييات التجارة الدولية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009.
- ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، "التسويق المعاصر"، الدار الجامعية الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2004.
- جلال الشافعي، "كتاب الأهرام الاقتصادي، العولمة الاقتصادية: الأثر على الضرائب في مصر"، العدد 179، أول نوفمبر، 2002.
- حسين عمر، "الاقتصاد والعولمة"، دار الكتاب الحديث، مصر 1998.
- حسين عمر، "الجات والخصخصة"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1997.
- خالد ممدوح إبراهيم، "إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- خواجهكية محمد هشام، "التكتلات الاقتصادية الدولية"، المطبوعات الجامعية، حلب، سورية، 1972.
- رأفت رضوان، "عالم التجارة الالكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999.

- رأفت عبد العزيز غنيم، " دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الالكترونية بين الدول العربية"، نوفمبر، 2002 .
- رشيد عبد الوهاب حميد، " التكامل الاقتصادي العربي "، المعهد العربي للتخطيط، الكويت 1977.
- زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، " العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية، الاقتصاد الدولي الخاص للأعمال، اتفاقات التجارة العالمية"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2004.
- سامي عفيفي حاتم، " الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية - التكتلات الاقتصادية بين التنظير والتطبيق -"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
- سامي عفيفي حاتم، " التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم"، الدار المصرية اللبنانية، الكتاب الثاني، الطبعة الثانية، القاهرة. 1994.
- السيد احمد عبد الخالق، " التجارة الالكترونية و العولمة"، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.
- صبحي تادرس قريصة، مدحت محمد العقاد، " النقود و البنوك و العلاقات الاقتصادية الدولية"، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان. 1983.
- صلاح الدين حسن السيسي، " النظم والمنظمات الإقليمية والدولية"، دار الفكر العربي، مصر، 2007.
- عادل أحمد حشيش وآخرون، " أساسيات الاقتصاد الدولي"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 1998 .
- عادل أحمد حشيش، " العلاقات الاقتصادية الدولية"، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000 .
- عامر محمد محمود، "التجارة الاقتصادية"، الطبعة الأولى المجتمع العربي 2006.
- عبد الحميد الإبراهيمي، " أبعاد الاندماج المصرفي واحتمالات المستقبل"، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986.
- عبد الحميد بسبوني، "أساسيات ومبادئ التجارة الاقتصادية"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004 .
- عبد السلام أبو قحف، " إدارة الأعمال الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001 .
- عبد الفتاح بيومي حجازي، "التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.
- عبد القادر الكاملي، "التجارة الالكترونية حاضرا و مستقبلا"، لجنة التجارة الدولية المنبثقة عن جمعية الانترنت المصرية، 2006.
- عبد المطلب عبد الحميد، " السوق العربية المشتركة - الواقع والمستقبل في الألفية الثالثة -"، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003.
- عبد المطلب عبد الحميد، " السوق العربية المشتركة - الواقع والآفاق في الألفية الثالثة -" الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003 .

- عبد المطلب عبد الحميد، "السوق العربية المشتركة"، مجموعة النيل الغربية، القاهرة، 2003.
- عبد المنعم سيد علي، "نحو سوق عربية كأداة جذب الاستثمارات العربية المستثمرة في الخارج" سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية 1998.
- عبد المنعم سيد علي، "نحو سوق عربية كأداة جذب الاستثمارات العربية المستثمرة في الخارج"، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، 1998.
- عبد الوهاب حميد رشيد، "الدور التكاملية للمشروعات العربية المشتركة، الطموحات والآراء"، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1985.
- عزة العطار، «التجارة الإلكترونية بين لبناء و التطبيق»، الأكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري، الإسكندرية، 2005.
- علي شفيق "مجلس التعاون الخليجي من منظور العلاقات الدولية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1989.
- علي شفيق، "مجلس التعاون الخليجي من منظور العلاقات الدولية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1989.
- عمر حسين، "التكامل أنشودة العالم المعاصر"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
- فريد راغب النجار، "الاستثمار بالنظم الرقمية و الاقتصاد الرقمي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- فكري احمد نعمان، "النظرية الاقتصادية في الإسلام"، دار القلم دبي، الطبعة الأولى، 1985.
- فليح حسن خلف، "اقتصاديات الوطن العربي"، مؤسسة الوراق، عمان، 2004.
- كامل بكري، الاقتصاد الدولي، "التجارة والتمويل"، الإسكندرية، مصر، 2002.
- محمد سيد عابد، "التجارة الدولية"، الإسكندرية، 2001.
- محمد صالح الحناوي وآخرون، "مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا"، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2000.
- محمد عبد العزيز عجمية، "الاقتصاد الدولي دراسة نظرية وتطبيقية"، 2000.
- محمد عبد المنعم عفر، أحمد فريد مصطفى، "الاقتصاد الدولي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1999.
- محمد لبيب شقير، "الوحدة الاقتصادية العربية تجربتها وتوقعاتها"، الطبعة الأولى، الجزء الأول، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986.
- محمد محمود الإمام، "التكامل الاقتصادي الإقليمي بين النظرية والتطبيق"، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2000.
- محمد محمود الإمام، "تجارب التكامل العالمية ومغزاها للتكامل العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2004.

- محمود يونس، "اقتصاديات دولية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000/1999.
- منصور فرح، "التجارة الالكترونية في الوطن العربي، الوضع الراهن والآفاق المستقبلية"، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي الواقع والطموح، ط1، عمان، الأردن، .
- موريس شيف ول، ألن وينترز، "التكامل الإقليمي والتنمية"، ترجمة كوميت للتصميم الفني، مركز معلومات قراءة الشرق الأوسط (ميريك)، مصر، 2003.
- نجم عبود، نجم، "الإدارة الالكترونية: الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات"، دار المريخ، السعودية، 2004.
- نزيه عبد المقصود محمد مبروك، "التكامل الاقتصادي العربي وتحديات العولمة مع رؤية إسلامية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1. 2006.
- هند محمد حامد، "التجارة الاقتصادية في المجال السياحي"، حلوان، دار النهضة العربية، 2003.
- يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الالكتروني(عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت)"، دار وائل، عمان، 2004.
- يونس عرب، "قانون تقنية المعلومات و التجارة الإلكترونية"، مجموعة عرب للقانون، عمان، 2004.
- يونس عرب، "الخصوصية وأمن المعلومات بواسطة الهاتف الخليوي"، إتحاد المصارف العربية، عمان، 2001.
- الأطروحات و الرسائل:
- بوزيد قدور، "التكامل الاقتصادي العربي"، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 1999.
- تواتي بن علي فاطمة، "واقع وآفاق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في ظل التحولات الاقتصادية العالمية"، مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة الشلف، 2006.
- عبد الوهاب رميدي، "التكتلات الاقتصادية الإقليمية في عصر العولمة و تفعيل التكامل الاقتصادي في الدول النامية -دراسة تجارب مختلفة-"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2007/2006.
- فرج شعبان، "التجارة والاستثمار البيئان كمدخلان للتكامل الاقتصادي العربي"، مذكرة ماجستير، جامعة الشلف، 2005.
- محمد تفرورت، "واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الشلف، 2005-2004.
- منور اوسرير، "المناطق الحرة في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية مع دراسة لبعض تجارب البلدان النامية"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2004 .

- الملتقيات و المجلات:

- أوسرير منور، "مستقبل المناطق الحرة في ظل التحولات الاقتصادية العالمية"، الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ لاقتصادي الجديد" جامعة بومرداس: 23,22 أبريل 2003.
- بكوش كريمة، كواش زهية، "شبكة الانترنت و التجارة الالكترونية (مفاهيم أساسية)"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول:عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة،2011.
- بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، "أثر التكنولوجيا الإعلام و الاتصال في دفع عجلة التنمية"، مجلة الباحث، عدد 07 / 2009-2010.
- بن داودية وهيبة، "أثر قواعد المنشأ علي التجارة الخارجية لدول شمال أفريقيا"، مجلة شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 6.
- تواتي بن علي فاطمة، "مستقبل منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في ظل التحديات الاقتصادية الإقليمية والعالمية"، مقال منشور في مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد06، 2008.
- جمال عبد السميع، "مصر وبداية التجارة الإلكترونية في القرن الواحد والعشرون"، مجلة البحوث الإدارية، عدد جانفي 2000.
- حسين المهدي، "الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي(وثائق المؤتمر السنوي الثاني) أبو ظبي، الإمارات 2005.
- عابد بن عابد العبدلي، "التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية: الواقع-التحديات-الآمال"،مقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005.
- عريقات محمد حربي موسى، "التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة"، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 20، 2000.
- فؤاد الشيخ، محمد سليمان، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، المجلد رقم(1)، عدد1 تموز، 2005 .
- مجلة الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، القسم الثالث، " التجارة الاقتصادية تطورها وآليات التعامل معها"، مؤسسة الأهرام، السنة الأولى، جانفي 2001 .
- محمد الرميحي، "صراع الفجوة الرقمية"، جريدة العرب الدولية، العدد 2، أكتوبر 2005.
- محمد سيد أحمد، "حول إشكالية العولمة"، مجلة السياسية الدولية، العدد 161، المجلد 40، جويلية، 2005.
- نادر فرجاني، "تحدي اكتساب المعرفة في الوطن العربي"، مركز المشكاة للبحث، مصر، 2003.

- نشرة التنمية، "قوانين الاستثمار في بلدان شمال أفريقيا"، الاستثمار في شمال أفريقيا، العدد8، ديسمبر 2001.
- يونس عرب، "متطلبات ومخاطر الانفتاح الالكتروني من النواحي الفنية والتشريعية"، عمان - الأردن الملتقى السابع لمجتمع الأعمال العربي البحرين 18-20 أكتوبر / تشرين أول 2003.
- التقارير:
- الاستبيان الإحصائي للتقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام2010، صندوق النقد الدولي، التجارة الخارجية.
- إعداد قسم البحوث، شؤون خليجية، التجارة الالكترونية... وواقع العالم العربي، ديسمبر 1999.
- برنامج تمويل التجارة العربية، التقرير السنوي2003، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2003.
- البنك الأهلي المصري. النشرة الاقتصادية، العدد الرابع 2004.
- البنك الأهلي المصري، التجارة الالكترونية تطورها ومستقبلها، النشرة الاقتصادية إدارة البحوث، العدد الثاني، المجلد الخامس والخمسون، 2002 .
- تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا - الإسكوا -، "قضايا السياسة العامة في منطقة الإسكوا - التعاون الإقليمي وتعزيزه لتحقيق الأهداف الإنمائية للألفية"، الدورة 25، ماي 2008.
- جامعة الدول العربية الإدارة العامة للشؤون الاقتصادية، دورات المجلس الاقتصادي والاجتماعي التاسعة والستون و69 والسبعون70.
- طريق بلورة الإستراتيجية العربية للاتصالات و المعلومات مشاريع مقترحة للإستراتيجية العربية للاتصالات و المعلومات، 02أفريل، 2005.
- اللجنة الاقتصادية لغربي آسيا، "الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الإقليمي في دول منطقة الإسكوا 2005" العدد الرابع، الأمم المتحدة2006.
- النشرة الالكترونية، السياسة التجارية الخارجية الأردنية، العدد14، المملكة الأردنية الهاشمية، الربع الثاني 2009 .
- النشرة الالكترونية، "السياسة التجارية الخارجية الأردنية"، العدد14، المملكة الأردنية الهاشمية، الربع الثاني 2009 .

Les livre:

- James T. Perry et Gary P. Schneider. Traduit et adapté par Bernard Turgeon et Valérie
- Jean jacques Rechenmann, *Internet et Marketing*, 2^{ème} édition , Edition d'organisation , paris, 1999-2001
- Jeanne marie amate-roze et des autres , *image économiques du monde 2006* , armand colin , France.
- M. Allais , *la libéralisation des relations économique internationales* , Gauthier Villars, paris.
- Marc Bacchetta, Patrick Low , *electronic commerce and the rol of WTO*.
- Mourice durosset , *la mondialisation de l'économie* , ellipses, lyon , France , 1994.
- Peterh . lindert et Thomasa. Pugel , *Economie internationale*, economica , 10 e édition, paris , 1997.
- Turgeon, *e-commerce*, Les éditions REYNALD GOULET INC .Maisonneuve et larose, 2000.

Les sites Web:

- [www .damascusbar.org/arabic/dbar/issam.htm](http://www.damascusbar.org/arabic/dbar/issam.htm)
- [www .international.darallayat.com/ international/133349](http://www.international.darallayat.com/international/133349)
- [www .middle – east – online. Com \ technology .](http://www.middle-east-online.com/technology)
- www.1stmediterranean.com/actufr/archives/resultat.php?id=744
- www.ac4mit.org/ecommerc.asp/filealene=20030524193408
- www.aesplus.net/nouvelle-economie.htm.
- [www.arablaw.org./download/ec Jordan ar.doc](http://www.arablaw.org/download/ec Jordan ar.doc)
- [www.arablaw.org./download/ec tunisia.doc](http://www.arablaw.org/download/ec tunisia.doc)
- [www.arablaw.org./download/ec uae.doc](http://www.arablaw.org/download/ec uae.doc)
- www.arablaw.org/download/ec bahrain.doc
- www.commerce.gov.sa/ecommm/art1.asp
- [www.investincanada.gc.ca/ara/advantage-canada/nafta- advantage.aspx](http://www.investincanada.gc.ca/ara/advantage-canada/nafta-advantage.aspx)
- [www.ituarabic.org/e- business/presentation%5doc12-las.doc](http://www.ituarabic.org/e-business/presentation%5doc12-las.doc).
- www.rapport annuel , profils commerciaux , o.m.c , 2008
- www.sedc.org.sa/viewnews.asp?news_type=1#705