

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

وزارة التّعليم العالي والبحث العلمي

Université

Mustapha Stambouli Mascara

جامعة مصطفى اسطبولي معسكر



Faculté des Sciences Economiques, Commerciale et des Sciences de Gestion

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

مخبر: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحث و ابداع

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه نظام ل م د

تخصص: التسويق الدولي

بعنوان:



دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الدول الناشئة

The Role of Electronic Commerce in the Development of International trade in the Emergent Countries

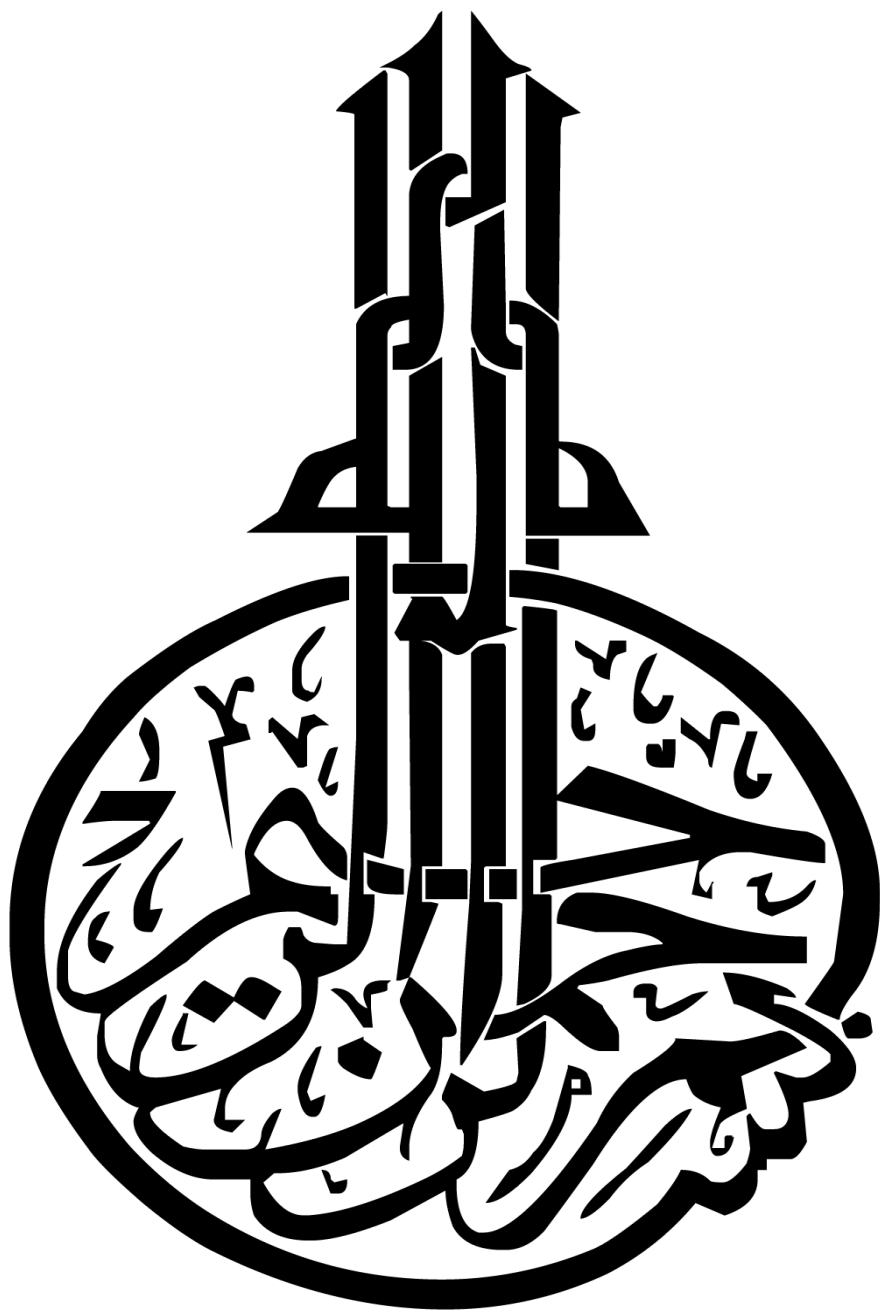
تحت إشراف: أ.د. زياد أمحمد

من إعداد الطالبة: عجال وسيلة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
هشماوي كمال	أستاذ التعليم العالي	معسكر	رئيسا
زياد أمحمد	أستاذ التعليم العالي	معسكر	مشرفا
رقيق محمد خليفة	أستاذ محاضر-أ	معسكر	مناقشا
عبيد الله فطيمة	أستاذ محاضر-أ	معسكر	مناقشا
قارة ابتسام	أستاذ محاضر-أ	غليزان	مناقشا
خالدي علي	أستاذ محاضر-أ	مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2024 – 2025



# الاهداء

الحمد لله الذي شرح صدورنا لدينه، وهدانا لطاعته وجمعنا على ذكر كتابه،  
وانار طريقنا بسنة نبيه سيدنا محمد صل الله عليه وسلم

الى الذي رباني على مكارم الاخلاق وعلمني الثقة بالله المعطي الرزاق، الى الذي  
اعطاني كل شيء ورحل قبل ان يأخذ او يرى مني شيء، الى روح ابي الطاهرة  
" عبد القادر " رحمه الله واسكنه فسيح جناته

الى التي ساندتني طوال حياتي وغمرتني بعطفها وحنانها امي الغالية حفظها الله  
وادام صحتها

الى اختي الغالية حياة التي دعمتني طوال مشواري الدراسي، والى اخوتي  
واولادهم، والى كل الاهل والاقارب عامة

الى كل اساتذتي الذين درسوني من بداية مشواري الدراسي حتى الان

الى استاذي المشرف و الى كل زملائي وزميلاتي

الى كل الاصدقاء الذين احبهم ولم استطع ذكرهم

اليكم جميعا اهدي هذا العمل

وسيلة

# شكر و عرفان

أولاً وقبل كل شيء الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى الذي وفقني لهذه المرحلة العلمية وسترني وعفاني طوال المشوار الدراسي ومكنني من انجاز هذا العمل المتواضع

أقدم شكري وتقديري إلى أستاذي المشرف البروفسور زياد أمحمد لتفضله بالإشراف على الأطروحة، متمنية له المزيد من التوفيق في حياته العلمية،

كما أقدم شكري وتقديري إلى البروفسور هشماوي كمال رئيس مشروع الدكتوراه على فرصة وجودي في فريقه وعلى كل ما قدمه لي من مساعدة ولجميع طلبته،

كما أقدم شكري وتقديري للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة رئاسة وأعضاء لتفضلهم عليا بقبول مناقشة هذه الأطروحة، سائلة الله الكريم أن يجزيهم عني خيرا...

كما لا يفوتني أن أشكر الأساتذة الفضلاء في جامعة معسكر رئاسة وعمادة ومخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحث وابداع ، دون أن أنسى أساتذتي بجامعة غليزان على دعمهم ومساعدتهم لي، وكذا زميلاتي وزملائي في التكوين، وكل من ساعدني من قريب او بعيد..

وسيلة

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الاهداء .....
II	كلمة شكر .....
IV-IV	فهرس المحتويات .....
X	قائمة الجداول .....
XI	قائمة الأشكال .....
15-2	المقدمة العامة .....
	<b>الفصل الأول: الاطار النظري للتجارة الدولية</b>
17	تمهيد: .....
18	المبحث الأول: أساسيات التجارة الدولية .....
19-18	المطلب الأول: مفهوم حول التجارة الدولية .....
22-19	المطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الدولية .....
22	المطلب الثالث: أهمية التجارة الخارجية .....
23	المبحث الثاني: النظريات المفسرة للتجارة الدولية .....
26-23	المطلب الأول: النظريات التقليدية للتجارة الدولية .....
24-23	1- نظرية الميزة المطلقة لأدم سميث .....
25-24	2- نظرية الميزة النسبية لدافيد ريكاردو .....
26-25	3- نظرية القيم الدولية لجون ستيوارت ميل .....
28-26	المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية للتجارة الدولية .....
27-26	1- نظرية تكلفة الفرصة البديلة لهابرلر .....
28-27	2- نظرية الوفرة النسبية لعناصر الانتاج لهكشر - أولين .....
28	3- مبرهنة ستولبر - سام ويلسون .....
32-28	المطلب الثالث: النظريات الحديثة للتجارة الدولية .....
30-29	1- نظرية اقتصاديات الحجم .....
31-30	2- نظرية الفجوة التكنولوجية .....
32-31	3- نظرية دورة حياة المنتج .....
32	المبحث الثالث: الدول الناشئة .....
33	المطلب الأول: نبذة حول التطور التاريخي لدول الناشئة .....

## فهرس المحتويات:

37-33	المطلب الثاني مفهوم مصطلح الدول الناشئة وتعريفها.....
39-37	المطلب الثالث: خصائص البلدان الناشئة.....
42-39	المطلب الرابع: تصنيفات البلدان الناشئة.....
43	المبحث الرابع: واقع التجارة الدولية في ظل جائحة كوفيد-19.....
44-43	المطلب الأول: مراحل تطور حجم التجارة العالمية قبل جائحة كورونا.....
44	المطلب الثاني: وضع التجارة العالمية في ظل جائحة كوفيد-19.....
45	المطلب الثالث: وضع تدفقات السلع عبر السلاسل القيمة العالمية في ظل جائحة كوفيد-19
46-45	المطلب الرابع: الصادرات و الواردات السلعية قبل وبعد جائحة كوفيد-19.....
47	خلاصة:.....
<b>الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية</b>	
49	تمهيد:.....
50	المبحث الأول: الاطار النظري للاقتصاد الرقمي.....
35-50	المطلب الأول: نشأة وتعريف الاقتصاد الرقمي.....
55-53	المطلب الثاني: خصائص و أهمية الاقتصاد الرقمي.....
54-53	1- خصائص الاقتصاد الرقمي.....
55-54	2- أهمية الاقتصاد الرقمي.....
55	المطلب الثالث: تطبيقات و محاور الاقتصاد الرقمي.....
57-55	1- تطبيقات الاقتصاد الرقمي.....
60-57	2- محاور بناء مؤشرات الاقتصاد الرقمي.....
62-60	المطلب الرابع: خطط الاقتصاد الرقمي في بعض الدول الناشئة.....
62	المبحث الثاني: عموميات حول التجارة الالكترونية.....
63	المطلب الأول: نشأة ومرآل تطور التجارة الالكترونية.....
64-63	1- نبذة عن نشأة التجارة الالكترونية.....
66-64	2- مراحل تطور التجارة الالكترونية.....
72-67	3- مفاهيم عامة حول التجارة الالكترونية.....
72	المطلب الثاني: أهداف وخصائص، مزايا ومعوقات التجارة الالكترونية.....
73-72	1- أهداف التجارة الالكترونية.....
74-73	2- خصائص التجارة الالكترونية.....
76-75	3- مزايا التجارة الالكترونية.....

## فهرس المحتويات:

76	4- معوقات تطبيق التجارة الالكترونية.....
77	المطلب الثالث: تصنيفات وأشكال التجارة الالكترونية.....
80-77	1- تصنيفات التجارة الالكترونية.....
81-80	2- أشكال التجارة الالكترونية.....
81	المبحث الثالث: أنظمة الدفع في التجارة الإلكترونية.....
81	المطلب الأول: مفهوم الدفع الالكتروني.....
86-81	المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكتروني .....
86	المبحث الرابع: علاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الدولية.....
86	المطلب الأول: الفجوة الرقمية بين دول العالم.....
87-86	1- الهاتف المحمول و اشتراكات النطاق العريض.....
89-88	2- توزيع و تغطية شبكات الهاتف المحمول.....
90-89	3- استخدام الأنترنت على مستوى العالم.....
90	المطلب الثاني: حجم استخدام التجارة الالكترونية حسب مؤشراتها وتصنيفاتها.....
92-90	1- حجم التجارة الالكترونية حسب مؤشراتها.....
93-92	2-توزيع حجم التجارة الالكترونية حسب تصنيفاتها في الدول الناشطة فيه.....
93	المطلب الثالث: تأثير جائحة كورونا على القيمة السوقية للمنصات الرقمية العالمية وتكنولوجيا المعلومات.....
94-93	1- تأثير جائحة كورونا على القيمة السوقية لمنصات الرقمية العالمية.....
95-94	2- تأثير جائحة كورونا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.....
97-95	المطلب الرابع: دور التجارة الالكترونية في تعزيز التجارة الدولية.....
98	خلاصة:.....
	<b>الفصل الثالث: محاولة لقياس دور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الاشارة الى حالة الجزائر</b>
100	تمهيد:.....
101	<b>المبحث الأول: منهجية القياس الاقتصادي لبيانات البائل و ARDL</b>
102-101	المطلب الأول: ماهية بيانات البائل.....
103-102	المطلب الثاني: أنواع نماذج البائل .....
104-103	المطلب الثالث: التحليل الوصفي لبيانات و الدراسة ارتباط بين متغيرات.....
105-104	المطلب الرابع: ماهية نموذج ARDL.....
105	المبحث الثاني: تحليل وقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في بعض الدول



## فهرس المحتويات:

	الناشئة.....
105	المطلب الأول: الجانب النظري للمتغيرات الدراسة.....
106-105	1-أسباب اختيار عينة الدراسة.....
107-106	2- متغيرات و نموذج الدراسة.....
108	المطلب الثاني: تحليل بيانات الدراسة لكل من التجارة الالكترونية و التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة.....
113-108	1- حجم استخدام بعض الدول الناشئة لمؤشرات التجارة الالكترونية خلال الفترة (2010-2022)
117-113	2- تدفقات التجارة الدولية وفق بعض مؤشراتها في الدول الناشئة" من 2010 الى 2022
117	المطلب الثالث: الدراسة الوصفية لبيانات متغيرات الدراسة لكل دولة.....
124-117	1-تحليل نتائج تطور متغيرات الدراسة خلال الفترة 2010-2022 لعينة الدراسة
124	المطلب الرابع: تقدير نماذج وتحليل النتائج.....
125	1- تحليل بيانات الدراسة والعلاقة بين المتغيرات.....
127-126	2- دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة.....
128-127	3- دراسة الاستقرارية.....
130-129	4- تقدير النماذج وتحليل النتائج.....
130	المطلب الخامس: دراسة القياسية لأثر التجارة الالكترونية على التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة.....
132-130	1-النموذج الاول لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الصادرات.....
133-132	2-النموذج الثاني لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات.....
138-134	3-النموذج الثالث لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية في درجة الانفتاح التجاري.....
138	المبحث الثالث: دراسة استشرافية لدور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الجزائر.....
138	المطلب الأول: لمحة عن الاقتصاد الجزائري.....
138	1- النمو الاقتصادي في الجزائر.....
141-139	2- الاقتصاد الرقمي في الجزائر.....
144-141	3- التجارة الالكترونية في الجزائر.....
145-144	4- العوائق التي تقف في وجه التجارة الالكترونية في الجزائر.....
145	المطلب الثاني: الدراسة القياسية باستعمال نماذج ARDL لأثر التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2010 الى غاية 2022
146-145	1-حجم استخدام مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2010-2022:

## فهرس المحتويات:

148-146	2-تدفقات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2010-2022.....
148	المطلب الثالث: الدراسة الوصفية ، مصفوفة الارتباط و الاستقرارية لحالة الجزائر
152-148	1- الدراسة الوصفية لمتغيرات الدراسة.....
153-152	2- مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة.....
154-153	3- دراسة الاستقرارية للسلاسل الزمنية.....
154	المطلب الرابع: دراسة القياسية لأثر التجارة الالكترونية على التجارة الدولية في الجزائر .....
158-154	1-النموذج الاول لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الصادرات في الجزائر(2010-2022).....
162-158	2-النموذج الثاني لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات في الجزائر( 2010-2022).....
168-162	3-النموذج الثالث لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر خلال الفترة ما بين 2010-2022.....
169	خلاصة .....
175-171	الخاتمة العامة .....
187-177	قائمة المراجع .....
206-189	قائمة الملاحق.....
207	الملخص .....

# قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	مصطلحات تسمية الدول الناشئة	35
2-1	بعض تعريفات الباحثين والمؤسسات لمصطلح الدول الناشئة	37-36
3-1	اهم الخصائص التي تتميز بها الدول الناشئة حسب بعض الباحثين	39-38
4-1	معايير تصنيف الدول الناشئة حسب بعض المجالات و المنظمات الدولية	42-40
5-2	مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي.....	53-52
6-2	تطبيقات الاقتصاد الرقمي .....	57-55
7-2	محاور بناء مؤشر الاقتصاد الرقمي.....	60-57
8-2	مراحل تطور التجارة الالكترونية.....	66-65
9-2	بعض تعريفات التجارة الالكترونية من مختلف المناظير.....	70-69
10-2	مقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية.....	72-71
11-2	أنواع البطاقات البنكية الالكترونية.....	84-82
12-2	مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، حسب المنطقة، 2020..	91-90
13-2	تصنيف إيرادات التجارة الإلكترونية وفق هيئات مسح في اقتصاديات مختلفة.....	92
14-3	متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة.....	107
15-3	عدد مستخدمي الانترنت في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022....	109
16-3	عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022	110
17-3	خوادم الانترنت الامن في الدول الناشئة للفترة ما بين 2010-2022	112
18-3	صادرات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022...	113
19-3	واردات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022	115-114
20-3	نسب الانفتاح التجاري من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022	116
21-3	جدول المؤشرات الاحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة.....	125
22-3	مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة.....	126
23-3	استقرارية متغيرات الدراسة.....	128
24-3	اختبار التجانس للنماذج القياسية.....	129
25-3	نتائج تقدير بيانات البائل (نموذج الاول)	131

## قائمة الجداول:

132	نتائج تقدير بيانات البائل للنموذج الثاني.....	26-3
134	نتائج تقدير بيانات البائل للنموذج الثالث	27-3
139	توزيع عدد مشتركين حسب التكنولوجيا لسنة 2020.....	28-3
140	عدد شرائح SIM لكل المتعاملين.....	29-3
142	التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مؤشرات الفرعية ل B2C بالنسب المئوية	30-3
145	مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة(2010-2022).....	31-3
147-146	مؤشرات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة(2010-2022).....	32-3
149	الإحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة	33-3
152	مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة	34-3
153	اختبارات الاستقرارية للسلاسل الزمنية	35-3
155	تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الصادرات في الجزائر	36-3
156	اختبارات للعلاقة في الاجل الطويل	37-3
157	نتائج التقدير للعلاقة (الآثر) على الاجل الطويل	38-3
159	تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات في الجزائر	39-3
160	اختبارات الحدود للعلاقة في الاجل الطويل	40-3
161	نتائج التقدير للعلاقة (الآثر) في الاجل الطويل	41-3
164-163	تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر	42-3
164	اختبارات الحدود للعلاقة في الاجل الطويل	43-3
165	نتائج التقدير للعلاقة (الآثر) في الاجل الطويل	44-3

# قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
43	تطور التجارة العالمية للفترة 1950-2018	1-1
45	التجارة الدولية من 2019 إلى 2023	2-1
77	تصنيفات أنواع تطبيقات التجارة الإلكترونية	3-2
87	اشتراكات الهاتف المحمول والنطاق العريض، حسب المنطقة والسنوات (لكل 100 شخص)	4-2
88	توزيع وتغطية انواع شبكات الهاتف المحمول في المناطق الريفية والحضرية حسب مستوى التنمية من نسبة السكان 2020	5-2
90	استخدام الانترنت على مستوى العالم حسب مستوى التنمية والمنطقة (2005 إلى 2020)	6-2
107	شكل نموذج الدراسة	7-3
109	عدد مستخدمي الانترنت في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022	8-3
111	عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022	9-3
112	خوادم الانترنت الامن في الدول الناشئة للفترة ما بين 2010-2022	10-3
113	صادرات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 إلى 2022	11-3
115	واردات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 إلى 2022	12-3
116	نسب الانفتاح التجاري من GDP % في الدول الناشئة من 2010 إلى 2022	13-3
118	تطورات متغيرات الدراسة خلال الفترة (2010-2022) في عينة الدراسة	14-3
141	تطور الحظيرة الاجمالية لمشاركي الانترنت لغاية سنة 2021	15-3
146	مؤشرات التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)	16-3
147	مؤشرات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)	17-3
150	تطور متغيرات الدراسة خلال الفترة ما بين 2010 إلى 2022	18-3
157	اختبار النموذج الامثل	19-3
158	اختبارات البعدية للنموذج المقدر	20-3
158	اختبارات الاستقرارية للنموذج المقدر	21-3
161	اختبار النموذج الثاني الامثل	22-3
162	الاختبارات البعدية للنموذج الثاني المقدر	23-3

162	اختبارات الاستقرارية للنموذج المقدر	24-3
165	اختبار النموذج الامثل	25-3
166	الاختبارات البعدية للنموذج المقدر	26-3
167	اختبارات الاستقرارية للنموذج الثالث المقدر	27-3



# قائمة المختصرات

قائمة المختصرات

الاختصار	الدلالة
EC	Electronic Commerce
IT	International Trade
C2C	Consumer to Consumer
B2C	Business to Consumer
C2B	Consumer to Business
B2B	Business to Business
B2G	Business to Governemnt
G2B	Governemnt to Business
G2G	Governemnt to Government
CBEC	Cross Border Electronic Commerce
ICT	Information and Communication Technologies
GDP	Gross Domestic Product
DE	Digital Economy
EFT	Electronic Funds Transfer
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
EXP	Export
IMP	Import
OPNST	Openness Trade
USNET	Users Internet
SRVINT	Servers Internet Secure
MBS	Mobile Phone Subscriptions
ARDL Model	Auto Regressive Distributed Lag Model
ADF T	Test Dickey Fuller Augment

# مقدمة عامة

لقد مرت التجارة الدولية بعدة مراحل حملت في طياتها أفكار المفكرين الاقتصاديين، الذين وضعوا لها أسس وقواعد ساعدت في تفسير قيامها، وسهلت عملية التبادل التجاري سواء داخل الدولة أو حتى على المستوى الخارجي بين الدول. حيث كان الهدف من هذا التبادل الدولي تحقيق الاكتفاء الذاتي وتلبية رغبات المستهلك من السلع والخدمات لتحقيق ما يسمى بالرفاهية الاقتصادية الناتجة عن الانفتاح التجاري، هذا الانفتاح التجاري الذي عززه التطور التكنولوجي الذي شهده العالم مؤخرا خاصة في مجال الاعمال، ساعد على تقصير المسافة بين الدول واعادتها الى قرية صغيرة بميزات جديدة مبنية على ثورة تكنولوجية حديثة بتقنيات المعلومات والابتكار، ما أجبر الدول على الانتقال من الاقتصاد التقليدي الى اقتصاد جديد بأسلوب حديث يعتمد على استخدام الانترنت و على الاجهزة والادوات، بحيث تكون فيه المعاملات التجارية بشكل رقمي وهو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي.

في ظل هذه التغيرات التي أحدثها الاقتصاد الرقمي في مجال التجارة الدولية بين دول العالم ، خاصة بين الشركات العالمية، و لمواكبة هذه التغيرات و التكيف مع الأوضاع الحديثة خاصة في طريقة أعمالها التجارية، فرض عليها اكتساب مرونة أكثر لاسيما مع التطور المستمر في تكنولوجيا وتقنية المعلومات لضمان استمرارها والحفاظ على مكانتها، من خلال تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية بمعايير دولية تلي بها أذواق المستهلكين للحفاظ عليهم وتوسيع شريحة زبائنهم. وهنا ظهرت التجارة الالكترونية، و التي تعتبر الطريقة الحديثة والمعاصرة الأكثر استخداما تقريبا في كل القطاعات لارتباطها بالانترنت التي أنتجتها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كونها من أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي القائم على المعرفة والمعلومة وتبادل الخبرات والبيانات عبر الوسائل الالكترونية، والأسلوب الجديد للتجارة الدولية في اتمام المعاملات التجارية الخارجية بين دول العالم الكترونيا بدلا من الأسلوب التقليدي الذي اعتمده الأخيرة طيلة مراحل تطورها عبر التاريخ، وقد توسع انتشار نطاق استخدام التجارة الالكترونية في أغلب الدول خاصة التي كانت متأخرة في الرقمنة مع ظهور جائحة كورونا التي قلبت موازين الدول، فبغض النظر عن الجانب السلبي والمأساوي الذي عاشه العالم خاصة الجانب الانساني، الا أنها أتاحت مزايا وفرص كثيرة خاصة لرجال الاعمال في تنشيط معاملاتهم التجارية، من خلال الانترنت التي ساعدت في كسب وقت وتجنب عناء السفر والمسافات للتواصل مع عملائهم، وكذا تيسير عملية التسويق كالترويج وعرض

منتجاتهم وخدماتهم في الأسواق الكترونية. بالرغم من المشاكل التي تقف عائقا أمام تنمية وتطوير التجارة الالكترونية، كحماية المستهلك من ناحية مسائل الأمن وسرية المعلومات عند تداولها عبر شبكة الانترنت. الا أنه حفزت الكثير من دول العالم لإحداث تغييرات واجراءات في قوانينها وتشريعات تتماشى مع الواقع بهدف الحفاظ على مستهلكيها سواء المحليين أو الاجانب. وهذا ما عملت عليه بعض الدول الناشئة والتي ارتبط مفهومها بتحولها من مرحلة التخلف الى مرحلة النشوء، حيث أصبح هذا التحول موضوع بعض الباحثين من خلال العديد من الدراسات التجريبية، كون هذه الدول الناشئة تمتاز بكثافة سكانها وسرعة نمو اقتصادها، اضافة الى امتلاكها لثروات طبيعية وموقع جغرافي، كل هذه الصفات ساعدتها في تحقيق نجاح اقتصادي وتجارة متنوعة ساهمت في زيادة حجم التجارة العالمية، كذلك اعتمادها على مخططات في اندماجها الرقمي مثل الصين، ماليزيا، البرازيل، الهند وجنوب افريقيا من خلال استراتيجيات وتقنيات حديثة في تطوير بنيتها التحتية وانفتاحها التجاري لغزو الاسواق العالمية بزيادة الطلب و عرض منتجاتها وخدماتها عبر الانترنت للوصول الى أكبر شريحة ممكنة من العملاء، وعقد أكبر الصفقات الالكترونية الدولية لجذب الاستثمار الاجنبي ما جعلها تنافس أقوى الدول الصناعية واكتساب مكانة دولية.

### اشكالية الدراسة

من خلال تسليط الضوء على ثورة المعلومات وتقنيات التكنولوجيا المتطورة التي شهدها العالم وبعض الدول الناشئة مثل الصين وماليزيا، الهند والبرازيل، تركيا وجنوب افريقيا، نتج عنها زيادة عدد مستخدمي الانترنت أي زيادة الطلب الذي عزز زيادة عدد المواقع الالكترونية، والبوابات الافتراضية والمنصات السوقية الرقمية للشركات العالمية في عرض المنتجات والخدمات من خلال عمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت العالمية للوصول الى أكبر فئة من العملاء الناشطين في التجارة الالكترونية بتسوقهم سواء باستخدام الهاتف المحمول او الكمبيوتر، كما تتطلب تطور وحداثة خوادم الانترنت الامن المتمثلة في البنية التحتية التي تعتمد عليها الدولة في التجارة الالكترونية. حيث تمتاز هذه الدول الناشئة بسرعة نموها الاقتصادي وثرواتها الهائلة التي تؤهلها في الانخراط في الاسواق

العالمية بسهولة ومساهمتها في زيادة حجم صادراتها السلعية والخدماتية، وسياسة انفتاحها التجاري الذي زاد إيراداتها ما يعكس نجاحها وثقافة مجتمعها الإلكتروني. حيث تظهر أهمية التجارة الإلكترونية في تنمية و زيادة حجم التجارة الدولية وتنوعها.

و بناء على ما سبق قمنا بصياغة الاشكالية التالية:

**كيف يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساهم في تطوير التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة خلال الفترة**

**الممتدة من 2010 الى غاية 2022؟**

ولتبسيط هذه الاشكالية حاولنا طرح بعض التساؤلات التي تساعدنا في تحليل وتفصيل و فهم أكثر لموضوعنا

والمتمثلة في ما يلي:

**الأسئلة الفرعية:**

- 1- هل ساهمت التجارة الإلكترونية في تطوير التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة؟
- 2- هل أثرت مؤشرات التجارة الإلكترونية على درجة الانفتاح التجاري في الدول الناشئة المختارة؟
- 3- ما مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تطوير المبادلات التجارية في الجزائر؟

**الفرضيات:**

في ظل التساؤلات المطروحة، يمكن صياغة ثلاث فرضيات كانطلاقة رئيسية لهذه الدراسة:

- تساهم التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية في الدول الناشئة.
- يعتبر الانفتاح التجاري عامل أساسي في تطوير التجارة الدولية.
- تعمل مؤشرات التجارة الإلكترونية على زيادة حجم المبادلات التجارية في الجزائر.

**أهمية الدراسة:**

تكمّن أهمية الدراسة في محاولة الاجابة على اشكالية موضوعنا المطروحة، و نظرا لأهميته يسلط الضوء على مساهمة التجارة الالكترونية في تنشيط التجارة الدولية في بعض الدول الناشئة و دولة الجزائر، مع تحديد المؤشرات المعتمدة في تحليل وقياس التجارة الالكترونية و الدولية في بعض الدول الناشئة. حيث يعتبر موضوع التجارة الالكترونية من المواضيع الحديثة التي لعبت دور فعال في تسهيل المعاملات التجارية سواء على مستوى الافراد أو المؤسسات وحتى الحكومات، كذلك التطرق الى أثر أزمة كورونا في زيادة انتشار أكثر للتجارة الالكترونية في بعض الدول من خلال اعتماد التقنيات التكنولوجية الحديثة وشبكة الانترنت في كل المعاملات التجارية الالكترونية سواء في الدول الناشئة وحتى النامية التي تعمل على الانخراط والتأقلم في هذا المجال لأهميته البالغة.

### أهداف الدراسة:

تتمثل أهم أهداف الدراسة في ما يلي:

- التطرق الى الاطار النظري لكل من التجارة الدولية، التجارة الالكترونية، الاقتصاد الرقمي.
- تحديد واقع التجارة الالكترونية والدولية في بعض الدول الناشئة والتطرق الى حالة الجزائر لمعرفة مستواها مقارنة بهذه الدول و كيف يمكن أن تستفيد من تجاربهم.
- تحليل و قياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في كل من الدول الناشئة الصين، البرازيل، الهند، ماليزيا، تركيا وجنوب افريقيا باستخدام نموذج البانل خلال الفترة ( 2010-2022 ) وكذلك الى حالة الجزائر باستخدام نموذج ARDL.

- دراسة العلاقة بين متغيرين كل من التجارة الالكترونية والتجارة الدولية في الدول محل الدراسة.

### حدود الدراسة:

من أجل الاجابة على اشكالية بحثنا بطريقة موضوعية، وتحليل واقع التجارة الالكترونية، و جب علينا تحديد الاطار المكاني والزمني للدراسة تطابقا مع الواقع واحترما لمنهجية البحث العلمي، قمنا بالتقسيم التالي:

### الحدود المكانية:

شملت الحدود المكانية لدراستنا على مجموعة من الدول الناشئة المتمثلة في كل من دولة الصين، البرازيل، الهند، ماليزيا، تركيا وجنوب افريقيا، كما تناولنا دراسة حالة دولة نامية وهي الجزائر.

### الحدود الزمنية:

قمنا بتحديد المدة الزمنية للدراسة خلال الفترة الممتدة من 2010 الى غاية 2022، بالاعتماد على بيانات البنك الدولي مع تعذر الحصول على بيانات لفترة أطول، لبعض مؤشرات التي تقيس لنا التجارة الالكترونية.

### أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع الى ما يلي:

- توجد علاقة لموضوع التجارة الالكترونية بالتسويق الدولي، كونها طريقة تسويق المنتجات عبر الانترنت، سواء محليا أو دوليا، حيث توفر التجارة الالكترونية أدوات وتقنيات اللازمة لتفعيل وتسهيل التسويق الدولي، و هذا يبقى ضمن تخصص دراستنا.
- محاولة معرفة علاقة ودور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في تنشيط التجارة الدولية في الدول الناشئة، ما يعني التسويق على المستوى الدولي.
- يعد موضوعنا من المواضيع الحديثة و المهمة في الوقت الراهن، كون أن أغلب دول العالم حولت اقتصادها الى اقتصاد رقمي، و عملنا هذا سيكون اضافة قيمة وجيدة لمكتبنا ولطلابنا .

### صعوبات الدراسة:

تتمثل أهم صعوبات الدراسة في النقاط التالية:

- تعديل عنوان الأطروحة في السنة الثالثة ما أجبرنا على توسيع البحث وأخذ وقت أكثر في العمل عليه.
- حادثة بعض مؤشرات التجارة الالكترونية وعدم توفرها لدى البنك العالمي لفترة زمنية أطول، استوجب علينا تقليص مدة الزمنية للدراسة، واختيار عينة من الدول الناشئة التي توفرت فيها المعطيات المطلوبة في الدراسة.



حتى نتمكن من الاجابة على الاشكالية المطروحة، و اختبار صحة الفرضيات المتبناة في بحثنا، و للوصول الى الأهداف المرجوة تحقيقها،

اعتمدنا على المنهج الوصفي في سرد الاطار النظري لمتغيري الدراسة، والمنهج التحليلي في تحليل كل من واقع التجارة الالكترونية و التجارة الدولية في العالم مع الاشارة الى فترة جائحة كورونا.

أما الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا تحليل اقتصادي لقياس أثر مؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشرات التجارة الدولية، باعتمادنا على قاعدة بيانات البنك العالمي في تحليل وتقدير بيانات البانل و الاستعانة ببرنامج Eviews 12 واستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL،

#### هيكل الدراسة:

نظرا لاتساع وعمق الموضوع وتشعبه بين الدول الناشئة وقصد اعطاءه القدر الكافي من الاهتمام والتركيز على أهم جوانبه تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة، ثلاث فصول و خاتمة، حيث تضمن كل فصل ما يلي:

**الفصل الاول:** حول الاطار النظري التجارة الدولية، حيث شمل المبحث الأول أساسيات التجارة الدولية، والمبحث الثاني الى أهم النظريات التي فسرت قيامها، في حين تمثل المبحث الثالث في الدول الناشئة، أما المبحث الرابع فكان حول واقع التجارة الدولية في ظل جائحة كورونا.

**الفصل الثاني:** حول الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية، تطرقنا في المبحث الأول حول الاطار النظري للاقتصاد الرقمي، و في المبحث الثاني الى عموميات التجارة الالكترونية ونشأتها، أما المبحث الثالث شمل انظمة الدفع الالكتروني. وفي الأخير المبحث الرابع حول علاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الدولية.

**الفصل الثالث:** محاولة لقياس دور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الاشارة الى حالة الجزائر، حيث تطرقنا في المبحث الأول الى منهجية القياس الاقتصادي للبيانات البانل و

ARDL، أما المبحث الثاني فكان حول قياس وتحليل دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في بعض الدول الناشئة، في حين تمثل المبحث الثالث في الدراسة الاستشرافية لدولة الجزائر.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

من خلال بحثنا عن الدراسات المتعلقة بموضوعنا تم التوصل الى أن أغلب الدراسات كانت عبارة عن دراسات قياسية تبحث على العلاقة بين المتغيرات، من بين الدراسات العربية نعرض ما يلي:

**1-دراسة(باسم غدير غدير-2015) تحت عنوان دراسة العلاقة بين تطور التجارة الالكترونية و كل من الناتج المحلي الاجمالي والصادرات والواردات في سورية.** تهدف الدراسة الى ابراز دور التكنولوجيا الحديثة في تطوير بيئة الاعمال الالكترونية من خلال التجارة الالكترونية. باستخدام نموذج انحدار القيم عن طريق برنامج SPSS للإيجاد العلاقة بين مؤشر عدد مستخدمي الانترنت و كل من الناتج المحلي الاجمالي، كمية الصادرات والواردات في سورية في الفترة الممتدة ما بين 2000-2010، خلصت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط متينة بين مؤشر عدد مستخدمي الانترنت و كل من الناتج المحلي الاجمالي وواردات في سورية، كذا وجود علاقة ارتباط جيدة بين تطور مستخدمي الانترنت وبين الصادرات في سورية ما يؤدي الى تنشيط التبادل التجاري وزيادة معدل النمو الاقتصادي مستقبلا،<sup>1</sup>

**2-دراسة( بورحلة زهرة،2022-2023) تحت عنوان دراسة دور التجارة الالكترونية في النمو الاقتصادي-حالة عينة من الدول العربية** تهدف الدراسة الى قياس دور التجارة الالكترونية في زيادة النمو الاقتصادي، في كل من الجزائر، المملكة السعودية، مصر خلال الفترة الممتدة ما بين 2000-2020، باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة (ARDL). حيث خلصت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها، ان تقدير العلاقة طويلة الاجل في الجزائر تتوافق نوعا ما مع واقع الاقتصاد الجزائري وان التجارة الالكترونية لم تؤثر في النمو

<sup>1</sup> باسم غدير غدير،(2015)، دراسة العلاقة بين تطور التجارة الالكترونية و كل من الناتج المحلي الاجمالي والصادرات والواردات في سورية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. سورية، المجلد 37، العدد 4

الاقتصادي، أما على المدى القصير فهناك علاقة طردية بين المتغيرين. و بالنسبة للمملكة السعودية وبالرغم من احتلالها المرتبة الاولى بين الدول محل الدراسة الا أنه لا توجد علاقة توازنه طويلة الاجل بين المتغيرين. في حين مصر أثبتت أنه هناك علاقة طردية بين المتغيرين على المدى الطويل، ما يدل على دور التجارة الالكترونية في تعزيز النمو الاقتصادي المصري، بينما تشير النتائج تقدير العلاقة قصيرة الأجل الى وجود علاقة عكسية بين متغيرات الدراسة.<sup>1</sup>

**3-دراسة (حنان بن بريدي -2019)** تحت عنوان **أثر التجارة الالكترونية على اقتصاديات البلدان العربية في ظل حتمية الاندماج في الاقتصاد العالمي**، تهدف الدراسة الى ابراز دور التجارة الالكترونية كغيرها من مظاهر العولمة في تنمية اقتصادات الدول العربية كالمملكة السعودية، الامارات العربية المتحدة ومصر وغيرها من دول افريقيا، من خلال تحليل واقع تجارتها الالكترونية بالاعتماد على بعض مؤشرات وأهميتها في كافة المجالات، لكي تصبح التجارة الالكترونية خلال الفترة القادمة احدى الركائز الاساسية للتنمية في ظل السعي نحو الاندماج في الاقتصاد العالمي، خلصت الدراسة الى ان الاخيرة لها دور مهم في تنشيط وتنمية اقتصادات الدول العربية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانخفاض تكلفة المبادلات التجارية وبالرغم من هذا فهناك انخفاض في استخدامها ويبقى مستوى الدول العربية ضعيف مقارنة بالدول المتقدمة في مجال EC.<sup>2</sup>

**4-دراسة (لحوم فطوم-2022)** تحت عنوان **تحديات التجارة الالكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا، بوابة التجارة الالكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدي خلال جائحة كورونا(2019-2021)**. تهدف الدراسة الى معرفة تحديات EC وأثرها على النشاط التسويقي في ظل جائحة كورونا لدولة قطر كنموذج ناجح خلال الفترة (2019-2021)، في نمو EC التي ساهمت في توفير وتبادل وتوزيع البيانات والمعلومات والخدمات والمنتجات الى الافراد والمؤسسات. خلصت الدراسة أنه لإنجاح EC يجب توفر البنية التحتية التكنولوجية في الدول العربية، كونها تشهد تحديات وصعوبات في ممارسة EC وان النشاط التسويقي من أبرز الاعمال التي

<sup>1</sup> بورحلة زهرة (2022-2023). دراسة دور التجارة الالكترونية في النمو الاقتصادي، حالة عينة من الدول العربية، اطروحة دكتوراه الطور الثالث، في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، الصادرة عن جامعة مستغانم- عبد الحميد ابن باديس، الجزائر،

<sup>2</sup> حنان بن بريدي واخرون (2019)، أثر التجارة الالكترونية على اقتصاديات البلدان العربية في ظل حتمية الاندماج في الاقتصاد العالمي. مداخلة في ملتقى دولي، الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو روى مستقبلية واعدة للدول النامية 2-3 ديسمبر 2019، ص 45. 57

تقوم بها المؤسسات مع ظهور الانترنت والتجارة الالكترونية، ما سهل على الافراد الحصول على حاجاتهم بسهولة في ظل جائحة كورونا بالرغم من الصعوبات مثل قلة الثقة والامن والخصوصية<sup>1</sup>

### الدراسات الاجنبية:

ركزت أغلب الدراسات الاجنبية على الدراسات القياسية باستخدام عدة نماذج لاستخراج العلاقة بين المتغيرات، في حين هناك دراسات أدبية اعتمدت على تحليل النتائج، نذكر منها ما يلي:

#### 1-دراسة (George R.G Clarke -2002) تحت عنوان **Does Internet Connectivity Affect**

**Export Performance**. تهدف الدراسة الى ابراز اهمية الاتصال بالانترنت على أداء التصدير للشركات الصناعية والخدماتية في الاقتصادات المنخفضة والمتوسطة الدخل في أوروبا الشرقية وأسيا الوسطى. بالاعتماد على بيانات مأخوذة من المسح العالمي لبيئة الاعمال 1999 الذي أجراه البنك العالمي ،الذي يعكس زيادة تدفقات رأس المال الاجنبي والتجارة الدولية وكذا ثورة التكنولوجيا حول المؤسسات الصناعية والخدماتية ونموها في اقتصادات النامية والانتقالية حول أداء المؤسسات. خلصت الدراسة الى أن الشركات ذات الاقتصاديات المتحولة و التي تعتمد على الانترنت في معاملاتها التجارية الخارجية تصدر أكثر من الشركات المماثلة لها غير المتصلة بالانترنت. من خلال سهولة الوصول الى شبكات التسويق والتوزيع الدولية خاصة اذا كانت أجنبية كالشركات المتعددة الجنسيات، فهذا يكون له تأثير ايجابي في التصدير أكثر كونها منفتحة على السوق وعلى تواصل مستمر مع المتعاملين الاجانب بسهولة وفي أسرع وقت و باقل تكلفة<sup>2</sup>.

#### 2-دراسة (NurayTerzi -2011)، تحت عنوان **The impact of E-Commerce in International**

**Trade and Employment**. تهدف الدراسة الى ابراز تأثير التجارة الالكترونية على التجارة الدولية والتوظيف، حيث ركزت على تصنيف فوائد التجارة الالكترونية من خلال الشركات والاسعار والانتاجية على

<sup>1</sup> لحوم فطوم (2022)، تحديات التجارة الالكترونية و أثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا بوابة التجارة الالكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدى خلال جائحة فيروس كورونا (2019-2021)، مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد 02. العدد 02. ص 591-608

<sup>2</sup> George R. Clarke, (2002), **Does internet connectivity affect export performance ? Evidence from the transition economies**. Paper prepared for UNU, WIDER. Conference on the new for economy in development 10,11 may 2002

اقتصاد جميع البلدان، فتكون استفادة البلدان المتقدمة على المدى القصير عكس باقي الدول النامية التي تكون استفادتها على المدى الطويل، وتستفيد البلدان المنخفضة على الواردات من الاقتصاديات ذات الدخل المرتفع من تداعيات المعرفة واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فخلصت الدراسة الى ان استخدام الانترنت يعزز التجارة الدولية برفع الحواجز التجارية من خلال زيادة صادراتها. ويظهر تأثيرها في الخدمات أكثر، كما تؤدي الى خلق مناصب جديدة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تتطلب مهارات عالية، وخلق مناصب مباشرة و غير مباشرة من خلال الطلب و الانتاجية، كما ان وجود مزيج من القوى التكنولوجية والسوقية يفرض على الشركات اعادة صياغة استراتيجياتها الخاصة في التوريد للحفاظ على قدرتها التنافسية في الاسواق العالمية.<sup>1</sup>

### 3-دراسة (Hanjia Bin-2016) بعنوان **E-commerce and Trade Openness in Africa. A Panel Data Analysis**

تبحث الدراسة في تأثير التجارة الالكترونية على مستوى الانفتاح التجاري في افريقيا باستخدام بيانات Panel على مستوى الدولة خلال الفترة الممتدة ما بين 1990-2013. حيث تم دمج العديد من المتغيرات الاضافية. خلصت الدراسة الى وجود علاقة ايجابية كبيرة بين التجارة الالكترونية و الانفتاح التجاري في افريقيا، كما رات الدراسة ان تأثير الاستثمار الاجنبي المباشر في زيادة الانفتاح غير ثابت نظرا للتحديات العديدة التي تؤثر على تحسن التجارة الالكترونية في افريقيا<sup>2</sup>

### 4-دراسة (Zi H Y –chang -2021) تحت عنوان **The effect of China's Cross Border E-Commerce on its Export- Comparative analysis of goods and services.**

الى اثبات أثار التجارة الالكترونية عبر الحدود (CBEC) في الصين على صادراتها من السلع والخدمات الى بلدان الحزام والطريق (R.B) خلال الفترة الممتدة 2000-2018، من خلال دراسة قياسية باستخدام نموذج الجاذبية Panel Data. لتحليل قيمة صادرات السلع وصادرات الخدمات عبر الحدود الصينية وتأثيرها على ناتجها المحلي الاجمالي. خلصت النتائج الى ان التجارة الالكترونية عبر الحدود لها تأثير ايجابي وأكبر على التجارة في الخدمات

<sup>1</sup>Nuray Terzia (2011), **The impact of E-commerce in international Trade and Employment**. Paper for 7th international strategic management conference, published by Elsevier, Procedia Social and behavioral science, 24(2011)745-753,,

<sup>2</sup>Mabintu M . Hanjia B ( 2016) . **E-commerce and Trade Openness in Africa .a Panel Data Analysis**. International Journal of Development Research. Vol 06/ issue 05. PP 7913-7923. May 2016.

مقارنة بالتجارة في السلع، خاصة بعدما نفذت الصين مبادرة الحزام والطريق، وإنشائها لمنصات التجارة الإلكترونية وادخالها لسياسات الترويج طور من صناعاتها. في حين تعود زيادة حجم صادراتها في الخدمات الى انخفاض تكلفتها وقصر المسافة وربح الوقت مقارنة بصادرات السلع. وهذا راجع لتطور التكنولوجي السريع للبنك المركزي، وكذا استخدام الرقمنة في تسوية المعاملات التجارية الدولية، ما ساهم في تخفيض تكاليف المعاملات في تجارة السلع، وبهذا تكون للتجارة الإلكترونية دفع للتنمية الاقتصادية للصين، وهذا ما يؤكد لنا اهمية CBEC في الصناعة<sup>1</sup>.

### دراسة (2021-Kazunobu - Hiroshi -Shujiro) بعنوان **Can E-Commerce Mitigate The**

**Negative Impact of Covid-19 on International Trade**, تطرقت الدراسة الى تأثير كوفيد-19 على

التجارة الدولية من خلال تقدير معاملات الجاذبية للتجارة الثنائية بين 34 الدولة المقررة و 124 دولة شريكة لها

خلال فترة ممتدة من جانفي الى اوت في كل من عامي 2019 و 2020, بالاستناد على بعض تقارير هيئات دولية

كالبنك العالمي و الانكاد وغيرها, وذلك بالتركيز على المعامل الاول وهو الضرر الذي خلفه فيروس كورونا

والمتمثل في عدد وفيات المؤكدة في البلدان المصدرة والمستوردة على التجارة الدولية، و المعامل الثاني المتمثل في

مدى استعداد اعمال التجارة الإلكترونية في دعم التسوق عبر الانترنت، الهدف من الدراسة معرفة مدى تأثير

التجارة الإلكترونية( EC ) في تخفيف الضرر الذي الحقه الكوفيد-19 على التجارة, خلصت الدراسة الى نتيجتين،

الاولى ان ارتفاع عدد الوفيات المؤكدة في البلدان المستوردة والمصدرة ادى الى انخفاض في التجارة الدولية بشكل

كبير، والنتيجة الثانية ان تطور التجارة الإلكترونية يخفف من هذا التأثير السلبي ل كوفيد-19 على البلدان

المستوردة، عكس ما هو عليه في البلدان المصدرة، نستنتج من خلال هذا ان التأثير على الحفاظ على الطلب كان

اكثر من الحفاظ على العرض. حيث يشير هذا التناقض للبلدان المصدرة والمستوردة للأعمال التجارية عبر الحدود

على ان أعمال التجارة الإلكترونية في شكل B2C كان له دور اساسي في البلدان المستوردة كون المستهلكين كانوا

يستخدمون الانترنت في تسوقهم من قبل ظهور الوباء وبعده، عكس الاعمال التجارية الإلكترونية بين الشركات

<sup>1</sup>Chang H Ci-Zi H Y (2021) **The effect of China's Cross Border E-commerce of goods and services**, paper international Trade Danbook University. Yougin.south Korea-published in Electronic Commerce Research(2023).P443,474

B2B مازال في مرحلة انتقالية. وعليه فان من المحتمل ان تزداد أهمية التجارة الالكترونية في المعاملات المحلية والدولية، وتلعب دور مهم في نمو الاقتصاد العالمي من خلال تعزيز العولمة.<sup>1</sup>

#### 6-دراسة (Ishvinder. S. A) بعنوان (2022 -Factors that drive E-commerce growth in India

. تهدف الدراسة الى شرح مراحل تطور التجارة الالكترونية في الهند من سنة 2010 الى غاية 2016، مركزة على ارتباط عملائها باستخدام الانترنت في معاملاتهم التجارية سواء عبر شبكة الانترنت باستخدام الكمبيوتر أو عبر الهاتف الذكي المرتبط بالانترنت. و فهم العوامل التي أثرت عليها وأهم استخداماتها في الهند. حيث عملت الحكومة على تحرير سياسات التجارة الدولية للبلاد كعامل رئيسي عزز نمو البوابات الافتراضية B2B، وجذب شركات متعددة الجنسيات التي ساهمت بدورها في نمو كبير في صناعة تكنولوجيا المعلومات، كما ساهم التوظيف الافتراضي في زيادة قطاع الخدمات وخلق قاعدة لمستخدمي التسوق عبر الانترنت مثل التجارة بالتجزئة، السفر، مواقع التواصل الاجتماعي. خلصت الدراسة الى أنه سيكون نمو محتمل أكثر للتجارة الالكترونية اذا قدمت الحكومة ضمانا قانونيا واطار لها بحيث يسمح للتجارة المحلية والدولية بتوسيع حقوقها الاساسية مثل الملكية الفكرية والخصوصية ومنع الاحتيال وحماية المستهلك.<sup>2</sup>

#### 7-دراسة (OksanaE.Kim) بعنوان (2022 -E-Commerce as Development Factors in International Trade

. تهدف الدراسة الى تحديد دور تقنيات المعلومات المتقدمة بشكل عام وتقنيات الانترنت بشكل الخاص في التجارة. من خلال التطوير المكثف للتجارة الالكترونية وادخال تقنيات الهاتف المحمول في جميع العمليات ذات الصلة، كذلك ترمين البيع بالتجزئة من خلال المواقع التي تستخدم الاجهزة اللوحية والهواتف الذكية. الذي ساعد في ظهور فرص جديدة للتكامل مع انظمة المعلومات بين المتعاملين، وكذلك تقنية السحابية في المعاملات، كل هذا خلق المنافسة بين المؤسسات التجارية سواء بالجملة او بالتجزئة، خلصت الدراسة الى أن التجارة الالكترونية هي اتجاه جديد ساهم في تطوير التجارة الدولية، من خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات في

<sup>1</sup> Kazunobu Hayakawa-Hiroshi Mukonoki-Shujiro Urata (2021), **Can E-Commerce Mitigate the Negative Impact of Covid-19 on International Trade**, article published in Japanes Economic Review,

<sup>2</sup>Ishvinder S A (2022), **Factors that drive E-commerce growth in India**. Paper in journal of the oriental institute Vol 71,issue,02,N°3 april-june .

التجارة وادخال الانترنت، وهذا ما شهدته روسيا في 2020 من تطور في الصناعة وتعزيز مواقع العملاء في التجارة الالكترونية وتعزيز نمط سلوك المستهلك، كما زاد حجم مبيعات التجارة الدولية في كل من الصين وامريكا والاقتصادات الرائدة مثل أوروبا وأسيا من خلال التجارة الالكترونية، مقارنة بروسيا التي يجب عليها العمل أكثر على زيادة تطوير العناصر الرئيسية للتجارة كدعم التسويق، توجيه العملاء والبنية التحتية، كذا الخدمات اللوجستية والخدمة.<sup>1</sup>

### مساهمة البحث:

بعد عرض وتحليل مضمون الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراسة دور التجارة الالكترونية و التجارة الدولية ، توصلنا الى أنها تتوافق مع الهدف الرئيسي لموضوع دراستنا. حيث كانت أهم نقطة تشابه في اعتماد متغيرات الدراسة مع التركيز على مؤشر مستخدمي الانترنت، وصادرات السلع والخدمات، مع الاشارة الى اختلاف فترة الدراسة. واختلفت في بعض النقاط المتمثلة في المنهجية المتبعة كاختيار المتغيرات التي تمثل التجارة الالكترونية والتي امتازت بكثرتها وتنوعها حسب كل دولة. لهذا تعذر ادراجها في نموذج قياسي واحد لعدم توفر البيانات والاحصائيات لحدثة بعض المؤشرات ،وكذلك تفاوت الدول في اعتماد التجارة الالكترونية من الناحية المدة الزمنية وتطورها. بالإضافة الى الاختلاف في فترة السلاسل الزمنية و النموذج المعتمد في الدراسة.

في حين تميزت دراستنا عن باقي الدراسات المعروضة باعتماد عينة من الدول الناشئة( الصين، البرازيل، الهند، تركيا، ماليزيا، جنوب افريقيا)، اضافة الى اعتماد ثلاث مؤشرات في التجارة الالكترونية المتمثلة في عدد مستخدمي الانترنت، عدد خوادم الأمانة للأنترنيت، اشتراكات الهاتف المحمول من النسبة المئوية من عدد السكان، أيضا اعتماد ثلاث مؤشرات في التجارة الدولية المتمثلة في كل من صادرات السلع والخدمات، واردات السلع والخدمات، الانفتاح التجاري من النسبة المئوية من الناتج المحلي الاجمالي، ودراسة قياسية باستخدام نموذج PANAL في فترة

<sup>1</sup>Oksana E, Kim (2022), **E-Commerce as Development Factors in international Trade**,—The EUrASEANs: journal on global socio-economic dynamics, Volume 1 (32); January-February, ISSN 2539 – 5645,



ممتدة ما بين 2010-2022 لقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة.

كما قمنا بدراسة استشرافية لحالة الجزائر في نفس المدة الزمنية بنفس المتغيرات، لكن باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL. بهدف معرفة موقع الجزائر مقارنة بهذه الدول محل الدراسة وكيف يمكن لها أن تستفيد من خبرتهم وتجربتهم في هذا المجال من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني.

# الفصل الأول

الاطار النظري للتجارة الدولية

لقد مرت التجارة الدولية بعدة مراحل عبر التاريخ، حيث اهتمت بدراسة جميع أوجه النشاط الاقتصادي و العلاقات الاقتصادية بين مختلف الدول من حيث حركات الاشخاص، حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال، كما تتبع الدول سياسة تجارية خاصة بها تساعد في تجارتها مع باقي الدول وتعظيم أرباحها. حيث تكمن أهمية التجارة الدولية لكل دولة من حيث عناصر انتاجها ومدى توفرها على الموارد التي تساعد في العمليات الانتاجية باقل تكلفة والتخصص في العمل، كل هذه الامور تطرق لها المفكرون الاقتصاديون عبر الزمن من خلال نظرياتهم التي يقوم أساسها في تفسير قيام هذه التجارة الدولية. ومع توسع الانتاج والتبادل التجاري بدأت الدول تعمل على تطوير اقتصادها، فظهرت بلدان ناشئة تحمل معايير دولية في تصنيفها، و التي ساهمت في زيادة حجم التجارة الدولية سواء من السلع أو الخدمات و حتى في التكنولوجيا تنافس بها الدول المتقدمة من خلال نتائجها المحققة في واقع التجارة الدولية، الذي شهد مرحلة نمو متصاعدة قبل تفشي جائحة كورونا، و التي خلقت فروقات وفرض واقع جديد في الاقتصاد بصفة عامة والتجارة الدولية بصفة خاصة في مجال الرقمنة.

وعليه قمنا بتقسيم الفصل الى ما يلي:

**المبحث الأول: أساسيات التجارة الدولية**

**المبحث الثاني: النظريات المفسرة للتجارة الدولية**

**المبحث الثالث: البلدان الناشئة**

**المبحث الرابع: واقع التجارة الدولية في ظل جائحة كوفيد-19**

المبحث الأول: أساسيات التجارة الدولية:

المطلب الأول: مفهوم حول التجارة الدولية

هناك العديد من التعاريف لمصطلحي التجارة الدولية والتجارة الخارجية في مفهومهما:

**تعريف التجارة الدولية:** هي تبادل السلع والخدمات بين الدول التي تتوافر فيها والدول التي تفتقر إليها، أي أن

هناك دولة مصدرة وأخرى مستوردة، والحكمة من التجارة الدولية هي الاستغلال الأمثل لموارد العالم.<sup>1</sup>

**ونعرف على أنها:** تلك المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع، والأفراد

ورؤوس الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة، أو بين حكومات أو منظمات اقتصادية

تقطن وحدات سياسية مختلفة.<sup>2</sup>

**كما يقصد بالتجارة الدولية أنها عملية تبادل تجاري للسلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج في عدة دول**

بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل.<sup>3</sup>

**وهي أيضا :** فرع من فروع علم الاقتصاد والذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية الجارية عبر الحدود

الوطنية.<sup>4</sup>

أما بالنسبة للتجارة الخارجية فتجلت أهم تعاريفها في ما يلي:

**تعرف التجارة الخارجية:** أنها أحد فروع علم الاقتصاد التي تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية، ممثلة

في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة فضلا عن سياسات التجارة التي تطبقها دول

العالم للتأثير في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة.<sup>5</sup>

**و كذلك:** هي تلك المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاث المتمثلة في انتقال السلع والأفراد ورؤوس

الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هاني وجيه العطار، (2016)، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان. الاردن، ص 167.

<sup>2</sup> جمال جويدان الجمل، (2006)، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ص 11.

<sup>3</sup> حمدي عبد العظيم، (1996)، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ص 13

<sup>4</sup> أحمد جامع ، (1997)، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية. القاهرة، ص 3

<sup>5</sup> السيد محمد احمد السريتي، (2009)، اقتصاديات التجارة الخارجية ، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع. المعمورة، ص 8.

وحسب يوسف صحراوي: يرى أن التجارة الخارجية كمصطلح يشير الى نظرية جزئية للعلاقات الاقتصادية بين دول معينة ومجموعة من دول أخرى، في حين أن مصطلح التجارة الدولية يشير الى نظرية شمولية، بمعنى الى مجمل العلاقات التي تتم بين دول العالم مجتمعة.<sup>2</sup>

ومن خلال تعريف المصطلحين نلاحظ أنه هناك فرق بين المصطلحين. حيث أن التجارة الخارجية تنحصر في ثلاث نقاط المتمثلة في انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال، في حين أن التجارة الدولية أشمل منها في المضمون. والذي يشمل في معناه:<sup>3</sup>

المعنى الضيق لمصطلح التجارة الدولية والذي يضم كلا من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة.

المعنى الواسع لها يضم كلا من:

-الصادرات والواردات المنظورة ( السلع)

-الصادرات والواردات غير المنظورة( الخدمات)

-الهجرة الدولية.

-الحركات الدولية لرؤوس الأموال.

**الطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الدولية:**

يعود قيام التجارة الدولية لأهميتها في توفر المجتمعات على رغباتها من خلال التبادل التجاري سواء من السلع أو الخدمات التي كان يصعب انتاجها محليا وذلك للوفرة النسبية للموارد أو بسبب ارتفاع تكلفة انتاجها النسبية عن باقي الدول، وكذا التوزيع الغير متكافئ لعناصر الانتاج مما يصعب تحقيق الاكتفاء الذاتي.

حيث يمكن ايجاز جملة من الاسباب التي أدت الى قيام هذا التبادل التجاري الدولي فيما يلي:

### ● التوزيع الدولي للامتكافى لعناصر الانتاج:

<sup>1</sup> سهير محمد السيد حسن، (2004)، تطور الفكر والواقع الاقتصادي، مؤسسة شباب، السنة الجامعية، ص 67

<sup>2</sup> يوسف صحراوي، (2010) ، دراسات في التجارة الدولية، دار هومة، الجزائر، ص 12

<sup>3</sup> سامي عفيفي حاتم، (1993)، التجارة الدولية بين التنظيم والتنظيم، الدار المصرية العربية، القاهرة. ط2، ص 36

كما هو معلوم أن كل دولة في العالم تختلف عن باقي الدول من حيث ميزاتها الطبيعية المكتسبة، و من حيث الجو المعتدل الذي يؤهلها لإنتاج نوع معين من المحاصيل كالموز أو البن أو التوابل على سبيل المثال، وأخرى تتمتع بجو حار يؤهلها لإنتاج نوع آخر من المحاصيل الزراعية كالقمح أو الشعير أو الكتان، وتلك تتمتع بأرض صخورها ذات تكوين جيولوجي معين يؤهلها لإنتاج نوع معين من المعادن كالبتروول أو الفحم أو الحديد... الخ.<sup>1</sup>

دون أن ننسى النمو الديمغرافي الكبير في بعض الدول الذي يقابله تعطل قطاعات الإنتاج ، عكس دول أخرى التي تتسم بنسبة الشيخوخة ما يعكس قلة اليد العاملة. كما حضي بعض من تراكم كبير لرؤوس الأموال في حين عانت الأخرى من الفقر.

وكنتيجة لهذا الاختلاف في التوزيع اللامتكافئ لعناصر الإنتاج يؤكد عدم قدرة أي دولة على تحقيق الاكتفاء الذاتي لوحدها مهما كانت قوتها الاقتصادية ذلك بسبب الندرة النسبية لمواردها ما يحتم التبادل التجاري الدولي.

### • التخصص الدولي:

يعتبر التخصص الدولي من أقوى أسس قيام التجارة الخارجية. فهناك علاقة تبادلية بين التجارة الخارجية والتخصص الدولي، حيث ترتبط التجارة الخارجية ارتباطا وثيقا بالتخصص وتقسيم العمل على المستوى الدولي، فلو لم تقم التجارة الخارجية لما استطاعت بعض الدول التخصص في إنتاج السلع والخدمات بكميات تزيد عن حاجتها. هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فلولا التخصص لقامت كل دولة بإنتاج ما يلزمها من السلع والخدمات المتنوعة ولم تتطور التجارة الخارجية، كون أن الدول لا تستطيع اتباع سياسة الاكتفاء الذاتي بشكل كامل ولفترة زمنية طويلة في انتهاجها سياسة العزلة. لأن هذا يجعلها تنتج كل احتياجاتها من السلع والخدمات في حين أن ظروفها الاقتصادية والاجتماعية لا تسمح لها بذلك.<sup>2</sup>

### • تكلفة الإنتاج:

<sup>1</sup> موسى مطر وآخرون، (2001)، التجارة الخارجية، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان (الأردن)، ط1 ، ص14

<sup>2</sup> السيد محمد احمد السريتي؛ مرجع سابق، ص13

هناك اختلاف وتفاوت في تكاليف إنتاج سلعة بين دول العالم، حيث يمكن لدولة ما إنتاج سلعة محليا لكن بتكاليف مرتفعة نسبيا مقارنة بدول أخرى، لذا يفضل لها عدم انتاجها في دولتها واستيرادها من الخارج بتكاليف أقل.<sup>1</sup>

ما يعني أن اختلاف الدول في مدى وفرة أو ندرة عناصر إنتاج يحدد سعرها وتكلفة إنتاج السلع، وهذا ما اعتمده النظرية الحديثة في تفسيرها لأسباب قيام التجارة الخارجية.

### ● التطور التكنولوجي:<sup>2</sup>

يعتمد هذا الأخير على التوسع في البحث العلمي والتكنولوجي المستند على توفر البيئة التي تساعد على ذلك، كذلك الى توفر الكفاءات أو الامكانيات سواء البشرية أو الفنية والمادية وكذا المالية، زيادة على ذلك الطلب والحوافز التي تدفع الى ذلك والتي ينجم عنها تزايد مدى الاكتشاف و الاختراع.

كنتيجة لاختلاف الدول في نسبة تطورها التكنولوجي وقدرتها على القيام بذلك، فان دول الانتاج ليست خطية، وغير متجانسة كما افترضته النظرية الكلاسيكية، أي أن التطورات التكنولوجية يمكن أن تؤدي الى زيادة الانتاج المتحقق مقابل استخدام عوامل إنتاج معينة، ما يعني خضوع العملية الانتاجية الى قانون الغلة بدلا من ثبات الغلة.

كذلك امكانية انتقال عوامل الانتاج بين الدول سواء من حركة رؤوس الأموال الواسعة او السلع بواسطة الشركات الدولية. كل هذا يفسر قيام التجارة الدولية على أساس التطور التكنولوجي.

### ● اختلاف الميول والأذواق الاستهلاكية:<sup>3</sup>

في غالب الأحيان يميل ذوق المستهلك الى اقتناء المنتج الأجنبي كونه يمتاز بالجودة بالرغم من وجود ما يماثله ضمن قطاعات الانتاج الوطني، وينتج اختلاف الأذواق الاستهلاكية عن التفصيل النوعي للسلع ذات المواصفات الانتاجية المميزة، حيث أن المستهلكين في كل دول معينة يسعون الى الحصول على السلع

<sup>1</sup> محمد احمد السريتي، محمد عزت محمد عزلان، (2012)، التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، ص 09

<sup>2</sup> فيروز سلطاني، (2018، 2017)، تحرير التجارة الدولية بين الاتفاقيات التجارية الإقليمية ومتعددة الأطراف- دراسة حالة الاتحاد الأوروبي والمنظمة العالمية للتجارة، أطروحة دكتوراه في علوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة بسكرة، الجزائر، ص 36

<sup>3</sup> حسام علي داود واخرون (2002)، اقتصاديات التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، ص 17

والخدمات ذات المواصفات عالية الجودة، بهدف تحقيق أقصى منفعة ممكنة منها. في حين يلعب مستوى دخل الفرد في ميل الى اقتناء السلع والخدمات ذات الجودة العالية والغالية الثمن والرغبة في تحسين من مستوى المعيشي وهذا يختلف بطبيعة الحال بين الدول الغنية ذات مستوى نمو اقتصادي مرتفع بالدول الفقيرة.

### المطلب الثالث: أهمية التجارة الخارجية:1

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع لما لها من أهمية تتمثل فيما يلي:

-ربط الدول والمجتمعات مع بعضها البعض فضلا عن اعتبارها منفذا لتصريف الفائض من الإنتاج عن حاجة السوق المحلية.

-اعتبارها مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي، وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانيات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدولة على التصدير، ومستويات الدخل فيها، وقدرتها كذلك على الاستيراد، وانعكاس ذلك كله على رصيد الدولة من العملات الأجنبية، بما له من آثار على الميزان التجاري.

-تحقيق المكاسب على أساس الحصول على سلع تكلفها اقل مما لو تم انتاجها محليا.

-تؤدي التجارة الدولية الى زيادة الدخل القومي اعتمادا على التخصص والتقسيم الدولي للعمل.

-نقل التكنولوجيا والمعلومات الأساسية التي تفيد في بناء الاقتصاديات المتينة، وتعزيز عملية التنمية الشاملة.

-تحقيق التوازن في السوق الداخلية نتيجة تحقيق التوازن بين كميات العرض و الطلب.

-الارتقاء بالأذواق وتحقيق كافة المتطلبات والرغبات واشباع الحاجات.

-إقامة العلاقات الودية وعلاقات الصداقة مع الدول الأخرى المتعامل معها.

-العولمة السياسية التي تسعى لإزالة الحدود وتقصير المسافات، والتي تحاول أن تجعل العالم قرية جديدة.

### المبحث الثاني: النظريات المفسرة للتجارة الدولية:

تحقق الدول مكاسب معتبرة جراء التجارة الدولية، حيث تزداد الأرباح خاصة مع تخصص الدول في انتاج

أنواع معينة من السلع والخدمات، ما يساعدها على استغلال الأمتل لمواردها الاقتصادية في مجالاتها الأكثر

<sup>1</sup> ياسر محمود عبد الرحمن، (2019)، النقل البحري والتجارة البيئية، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، ص 40-41.



فعالية في الانتاج مع باقي الدول في التجارة والتبادل الدولي، ولفهم أكثر سوف نحاول سرد أهم النظريات التي مرت عبر التاريخ، والتي كان لها دور في تفسير قيام للتجارة الدولية.

### المطلب الاول: النظريات التقليدية ( الكلاسيكية) في التجارة الدولية:

في أواخر القرن الثامن عشر ومع بداية القرن التاسع عشر ظهرت النظرية التقليدية كرد عن المذهب التجاري، الذي كان يناهز بضرورة فرض القيود على التجارة بغية الحصول على أكبر كمية من المعادن الثمينة، كونها كانت تعبر عن قيمة وقوة الدولة.

تعتبر النظرية التقليدية أولى النظريات المتكاملة التي حاولت تفسير أسباب قيام التجارة بين الدول، فهي الأساس النظري التي قامت عليه النظريات النيوكلاسيكية في التجارة الدولية وما بعدها.<sup>1</sup>

ان المقصود بالنظرية الكلاسيكية مجموعة من الأفكار التي وضع أصولها المفكر آدم سميث في كتابه " ثروة الأمم" عام 1976 وساهم في تطويرها كل من الاقتصادي " توماس روبرت مالتوس" من خلال بحوثه المعروف في السكان والديموغرافيا التي ظهرت الى الوجود عام 1978. والاقتصادي الفرنسي " جون باسييت ساي" الذي أصدر كتابه عام 1803 بعنوان "الاقتصاد السياسي"، كذلك المفكر "دافيد ريكاردو" عبر كتابه 'مبادئ الاقتصاد السياسي والضرائب" الذي صدر في عام 1817.

#### 1-نظرية الميزة المطلقة لأدم سميث:

تعتبر أولى النظريات التقليدية والأساسية التي قام عليها الفكر الكلاسيكي في تفسيره لقيام التجارة الدولية، قام بصياغتها المفكر الاسكتلندي وأب الاقتصاد المعاصر " آدم سميث" من خلال كتابه المشهور " بحث في طبيعة وأسباب ثروة الامم" سنة 1776.

ففي مفهوم هذه النظرية يرى سميث أن الدولة التي لها القدرة على تصدير سلعتها مقارنة بباقي الدول من خلال تفوقها في توافر عوامل الانتاج وانخفاض تكاليفها، وكذلك تخصصها في انتاج سلعة معينة تكسبها ميزة مطلقة في انتاجها. وبالتالي تتاح لها فرصة كبيرة للدخول الى الأسواق الخارجية، في حين عليها تقادي انتاج

<sup>1</sup> رعد حسن الصرن، (2000)، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، الجزء الاول، دار الرضا للنشر، دمشق، ص 151

السلع التي تقل كفاءتها وقدرتها الانتاجية فيها تكتفي فقط باستيرادها، كما أكد أن الكلفة الحقيقية لسلعة ما تقاس بمقدار وقت العمل اللازم لإنتاجها.

يرى آدم سميث أن للعمل وتقسيمه دور كبير في ارتفاع الانتاجية. فمن أهم مزاياه أنه يولد وفرات خارجية وتحسنا في مستوى التكنولوجيا الناتجة عن زيادة الابتكارات، التي بدورها تساعد في انخفاض تكلفة الانتاج وتقليص وتحديد وقت العمل اللازم لإنجاز العمليات الانتاجية، ما يساهم في زيادة الطاقة الانتاجية، وما يترتب عليها من زيادة في الأرباح وادخارها ثم اعادة استثمارها ليتراكم رأس المال، أي المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي عن طريق رفع مستوى الانتاج، فيرتفع بدوره مستوى الطلب الذي يؤدي الى تحسين مستويات المعيشة وتوسع الأسواق واستخدام المعدات والادوات. والتي ينشر استغلالها كثيرا في النشاطات الصناعية لتمييزها بارتفاع العوائد وتزايدها على خلاف الزراعة والمناجم ذات العوائد الثابتة والمنخفضة.<sup>1</sup>

لم تتمكن هذه النظرية من اعطاء تفسير دقيق لأسس تقسيم العمل والتخصص الدولي في قيام التجارة الدولية لعجزها عن تفسير بعض الحالات مثل:<sup>2</sup>

-تمتع بلد معين في انتاج سلعة ما بتفوق مطلق، بالرغم من ذلك لا يتخصص في انتاجها وبالتالي لا يتخصص في تصديرها.

-قيام التجارة الخارجية بين دولتين رغم أن احدهما لا تتمتع بتفوق مطلق في انتاج أي من السلعتين، هذا في حين تتمتع في انتاج سلعتين وتصدير الفائض الى الدولة الاخرى، واذا ما بقيت الدولة الاولى دون تخصص و دون انتاج،

## 2-نظرية الميزة النسبية لدافيد ريكاردو:

بناء على الانتقادات التي وجهت لنظرية الميزة المطلقة قام "دافيد ريكاردو" في طرح نظريته المبنية أساسا على تقديم حلول واجابات على النقائص التي عجز سميث في الاجابة عليها، حيث تقوم نظريته على عدة فرضيات أهمها: أن العمل هو عنصر الانتاج الوحيد لقيمة السلع المختلفة، وأن تقييم جميع عناصر الانتاج

<sup>1</sup> مدحت الفرسي، (2007)، التنمية الاقتصادية، نظريات وسياسات وموضوعات، دار وائل، الاردن، ص 56-57  
<sup>2</sup> سامي عفيفي حاتم، مرجع سابق، ص 93

الأخرى بوحدات العمل، وتجانس وحدات العمل وعدم اختلافها من نشاط لأخر، وبسهولة انتقال عناصر الانتاج داخل الدولة، كذلك بثبات الغلة مع الحجم، وتكون حرية كاملة للتجارة وسيادة المنافسة التامة، وغياب تكاليف النقل، والتوظيف الكامل لعناصر الانتاج. وهي نفس الفرضيات التي اعتمدها سميت.

حاول " دافيد ريكاردو" في نظريته الجديدة حول القيم النسبية أن يثبت أن كل دولة ستتجه الى التخصص في السلعة التي تتمتع بإنتاجها ب " ميزة نسبية" بالمقارنة بالدولة الأخرى وليس في السلعة التي تتمتع بإنتاجها ب "ميزة مطلقة".<sup>1</sup>

حيث تفسر هذه النظرية قيام التجارة الدولية استنادا الي تفوق الدولة نسبيا في انتاج سلعة معينة أكثر من تفوقها في انتاج سلعة أخرى.

بالرغم من تفوق ريكاردو بنظريته هذه التي كانت الأقرب للواقع ، غير أن تحليل ريكاردو للنفقات النسبية أخفق في الاجابة على نقطتين مهمتين الأولى متعلقة بمعدل وشروط التبادل، والثانية نحو اظهار مدى المكاسب التي تعود على الدول أطراف التبادل من اشتراكها في التجارة الخارجية.<sup>2</sup>

### 3-نظرية القيم الدولية لجون ستيوارت ميل:

لقد لاحظ جون ستيوارت ميل الفجوة التي تركها كل من المفكرين آدم سميث في نظريته "الميزة المطلقة" و دافيد ريكاردو في نظريته "الميزة النسبية" في تفسيرهما للتجارة الدولية، و التي ركزتا على جانب العرض أي امكانيات الانتاج دون الاهتمام بالطلب على السلع، ومن جهة أخرى عدم اظهار كيفية التبادل الدولي والمكاسب التي يمكن تحقيقها من خلالها، فحاول جون ستيوارت غلق هذه الثغرة بتقديم نظريته التي سماها " القيم الدولية" معتمدا على أفكار المفكرين السابقين والتعديل في بعض أفكارهم خاصة فيما يتعلق بوجود التمييز بين التبادل الداخلي والخارجي ومعرفة وضع الدولة بالتفصيل وبدقة في مجال التجارة الدولية.

حيث تبحث نظرية "القيم الدولية" للسلع المختلفة، أي قيمة احدى السلعتين بالنسبة للسلعة الأخرى على فرض

أنهما تنتجان في بلدين مختلفين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> موسى مطر وآخرون، مرجع سابق ، ص 34  
<sup>2</sup> سامي عفيفي، مرجع سابق، ص 103

فحسب جون ستيوارت وجد أن الطلب على السلعة كل من الدولتين على منتجات الدولة الأخرى هو الذي يحدد معدل التبادل الدولي بينهما. بمعنى أن تكاليف النسبية للإنتاج تقرر داخل حدود الدولتين عندما يكون تبادل داخلي.

ويرى جون ستيوارت أن التبادل الدولي يتم على أساس مبادلة كمية بكمية وليس وحدة بوحدة والافتراضات التحليلية التي اعتمدها عليها في تحليله لا تتأثر على مبدأ التخصيص وتقسيم العمل على المستوى الدولي.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية للتجارة الدولية:

من أهم رواد المدرسة النيوكلاسيكية نجد كل من " ايد، جورت، هابرلر، مارشل، ميد، هكشر، اولين" حيث ساهموا في بناء ما يسمى " النظرية الكلاسيكية الحديثة" معتمدين على الكثير من أفكار الاقتصاديين كل من " سميث، ريكاردو، ميل" بهدف ايجاد أفضل تفسير للتبادلات الدولية الا أنهم اضطروا الى نقذ بعض الجوانب التي أتت في "النظرية الكلاسيكية" والمتمثلة في " مبدأ التشغيل التام، مبدأ العمل أساس للقيمة، ومبدأ ثبات الغلة". حيث اعتمد على عنصرين من عناصر الانتاج هما العمل ورأس المال.

ومن أهم النظريات التي مثلت النيوكلاسيكية في تفسيرها للتجارة الدولية نذكر ما يلي:

#### 1-نظرية تكلفة الفرصة البديلة لهابرلر:

يعتبر هابرلر من أهم رواد النظرية النيوكلاسيكية في تفسير التجارة الدولية، حيث اعتمد في تحليله على " نظرية التكاليف النسبية" في قيام التجارة الدولية، وكان يرى أنه من الخطأ الاعتماد على عنصر "العمل" لوحده كمقياس أو معيار للقيمة لأنه غير كافي في تحليل التجارة الخارجية ، و لأنه يجعلها بعيدا نوعا ما عن الواقع الاقتصادي، فهو فضل وضع نظريته "تكلفة الفرصة البديلة". والتي هي عبارة عن مقدار ما يتم التضحية به من أحد السلعتين مقابل الحصول على وحدة اضافية من السلعة الأخرى.

وفي تحليله لظروف التبادل الدولي استند على منحنى امكانيات الانتاج (هو اذلك المنحى الذي يظهر علاقات الانتاج القائمة وكمية الانتاج المتاحة للمجتمع) بين دولتين تنتجان سلعتين، معتمدا على فرضيتين منفصلتين هما:

<sup>1</sup> سامي عفيفي، مرجع سابق، ص 105  
<sup>2</sup> اشرف احمد العلي، (2002)، التجارة الدولية، مؤسسة طبية معمورة الاسكندرية، الطبعة الاولى، ص 53

حالة ثبات تكلفة الفرصة البديلة، بمعنى أن تكلفة السلعة لا تقاس بكمية العمل المبذول في إنتاجها، إنما يكون من خلال السلع الأخرى التي كان يمكن أن ينتجها المجتمع بذات الموارد المستخدمة في إنتاج هذه السلعة دون غيرها، ( ثبات تكلفة السلعة في الدولتين)، بعدها حالة تناقص تكلفة الفرصة البديلة ( أي تناقص تكلفة الإنتاج بين تلك الدولتين).<sup>2</sup>

## 2-نظرية الوفرة النسبية لعناصر الإنتاج لهكشر وأولين:

تعرف بما يسمى " المدرسة السويدية"، و تعتبر من أهم النظريات التقليدية الحديثة في التجارة الدولية، كونها تركز على فرضيات أكثر واقعية وتتماشى مع المتغيرات الاقتصادية الراهنة.<sup>3</sup> صاحب النظرية الاقتصادي "إيلي هكشر" والتي قام بتطويرها تلميذه الاقتصادي " برتل أولين" محاولين الإجابة من خلالها عن بسبب اختلاف النفقات النسبية بين الدول، وكذا معرفة تأثير التجارة الدولية على عوائد عناصر الإنتاج التي تستخدمها الدولتين التي تقوم بالتبادل التجاري الدولي.

وقد ارتكزت نظرية "هكشر وأولين" على عدة فرضيات، نذكر أهمها:<sup>4</sup>

- هناك دولتين فقط، تنتجان سلعتين، تعتمدان على عنصري الإنتاج "العمل" و "رأس المال".
- استخدام الدولتين لنفس أسلوب في الإنتاج.
- أحد السلعتين تكون كثيفة عنصر العمل والأخرى كثيفة في رأس المال.
- ان السلعتين يتم إنتاجهما في ظل ظروف "ثبات غلة الحجم".
- التخصص غير كامل في الدولتين بعد قيام التجارة.
- تماثل الأذواق بين الدولتين.
- المنافسة الكاملة في أسواق السلع وأسواق عناصر الإنتاج.
- حرية تحرك عناصر الإنتاج داخل الدولة. وعدم تدفقها على المستوى الدولي.

<sup>1</sup> سامي عفيفي، مرجع سابق، ص 121

<sup>2</sup> انظر: د يونس محمود، (1987)، مقدمة في نظريات التجارة الدولية، دار الجامعية، الاسكندرية، ص 41. بتصرف

<sup>3</sup> رعد حسن الصون، مرجع سابق، ص 197

<sup>4</sup> محمد سيد عابد، مرجع سابق، ص 141، 142، 143

- الحرية التامة للتجارة الخارجية و غياب تكاليف النقل والرسوم الجمركية ونظام التخصص.... الخ.
- الاستخدام الكامل لعناصر الانتاج.
- توازن التجارة بين الدولتين بمعنى تساوي قيمة الصادرات وقيمة الواردات.

ومن أهم الانتقادات التي وجهت للنظرية استبعاد أثر البحوث والتطوير التي تساعد في التقدم التكنولوجي كونها تفترض تشابه دول المتبادلة في الانتاج لسلعة واحدة.

عدم قدرة نظرية هكشر وأولين على تحليل وتفسير قيام التجارة الدولية في غير السلع الاولية، لافتراضها عدم قدرة عناصر الانتاج على التنقل بين الدول في كثير من الحالات تحول نفقات النقل دون قيام التجارة الخارجية في بعض المنتجات لارتفاع نفقات نقلها، في حين افترضت نظرية عدم وجود نفقات نقل بين الدول.<sup>1</sup> أي اختلاف التقنيات التي تؤدي الى تفاوت في تكاليف الانتاج والسعر، كذلك اهمال العوامل التي تقود الى تغيرات ديناميكية تؤثر في عناصر الانتاج.

### 3-مبرهنة ستولبر- سام ويلسون:

تنص هذه النظرية والتي اشتقت من نظرية هكشر-أولين على أن الزيادة في سعر سلعة يؤدي الى ارتفاع العائد الذي تحصل عليه العوامل المستخدمة بكثافة في انتاج هذه السلعة.

وبالعكس فانه يؤدي انخفاض سعر سلعة ما الى تراجع العائد الذي تكسبه العوامل المستخدمة بكثافة في انتاجها.

أي عند حدوث التجارة بين الدول فانه تنخفض عوائد العوامل المستخدمة بكثافة في قطاعات السلع المصدرة.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: النظريات الحديثة للتجارة الدولية:

<sup>1</sup> طالب محمد، (1995)، التجارة الدولية " نظريات وأساسات، مطبعة الاشعاع، الاردن، ص 63  
<sup>2</sup> جبرير. ج، (2013)، الاقتصاد الدولي، ترجمة، هيثم عيسى، قيس خضر وآخرون، مراجعة علمية: مطانيوس حبيب، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، ص 79. 78.

بعد الحرب العالمية الثانية، وكنيجة للنقائص التي شهدتها النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية في تفسيرها للتجارة الدولية خاصة في التبادل الدولي، ظهرت النظريات الحديثة للتعزير واعطاء رؤية جديدة في تفسير قيام التجارة الدولية المعاصرة، حيث اعتمدت على الميزة التنافسية الناتجة عن اقتصاديات الحجم والعامل التكنولوجي. ولفهم أكثر سوف نحاول سرد أهم النظريات الحديثة فيما يلي:

### 1-نظرية اقتصاديات الحجم:

تعد نظرية أو نموذج اقتصاديات الحجم في التجارة الدولية تطويرا وتعديلا لنموذج "هكشر-أولين" لنسب عناصر الانتاج، بإدخالها وفورات الكبير كواحد من المصادر الأساسية للمزايا النسبية المكتسبة، فهي تعتبر توفر سوق داخلي ضخم شرطا أساسيا لتصدير ذلك المنتج الذي يتم انتاجه في ظل شروط اقتصاديات الحجم، و المتمثلة في زيادة العائد مع زيادة الانتاج، حيث تقوم هذه النظرية بالتفريق بين الدول الصناعية كبيرة الحجم والدول الصناعية صغيرة الحجم، في حين أن توجه الدول الصناعية صغيرة الحجم هو الحصول على مزايا نسبية مكتسبة مصدرها اقتصاديات الحجم في السلع نصف المصنعة أو الوسيطة، ذلك لعدم قدرتها على التأثير في أذواق وتفضيلات المستهلكين في الدول الأخرى، عكس الدول الصناعية الكبيرة الحجم تحصل على مزايا نسبية مكتسبة مصدرها اقتصادات الحجم في انتاج السلع التامة الصنع أو السلع الاستهلاكية، وهذا راجع لقدرتها على التأثير في أذواق وتفضيلات المستهلكين في الدول الأخرى،<sup>1</sup>

زيادة عوائد المؤسسة في اقتصاديات الحجم هي نتيجة لتخصص العمل والتكلفة المنخفضة للوحدة التي تشجع نزعة الاحتكار في المؤسسة، وتشجئها على التطور والسيطرة على السوق، حيث يصبح الاقتصادي مجبر على استخدام نموذج المنافسة غير الاحتكارية للتنبؤ بالسلوك، ما يجبر المؤسسة على معرفة أن الأرباح الاحتكارية المرتفعة تدفع للدخول الى الصناعة وتوسيع وتنويع المنتجات لتلبية أولويات المستهلك، فادا كانت زيادة عوائد المؤسسة خارجية تمكنها من زيادة فرص دخولها الى الصناعة أو الى مجموعة من الصناعات

<sup>1</sup> سامي عفيفي حاتم، (1999)، التجارة الخارجية بين التنظيم والتنظيم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 198-199

المتكونة من عدد من المؤسسات، ويكون التنبؤ بسلوكها من خلال نموذج المنافسة لا زال ممكناً، كما تشير هذه الحالة الى تزايد عوائد الحجم الى حالة الانتاج الذي ينمو بنسبة أكبر من زيادة مدخلات الانتاج.<sup>1</sup>

## 2-نظرية الفجوة التكنولوجية:

كمفهوم للتكنولوجيا يمكن القول أنها هيكل المعرفة الملموس والمتاح المستعمل في انتاج السلع والخدمات، كون لها أثر كبير على التجارة الدولية في خلق فرص لجلب السلع الجديدة دائماً الى الأسواق،<sup>2</sup> فاكساب التكنولوجيا في التجارة يساعد على امكانيات تحسين المنتج القديم واعطائه صورة نهائية مختلفة ومرات باقل تكلفة انتاجية، هذا ما يميز الدولة التي تستخدم تقنيات التكنولوجيا عن الدولة المستوردة لهذا المنتج،

يعود تفسير نموذج الفجوة التكنولوجية الى الاقتصادي **Posner** سنة 1961 ، الذي يؤكد من خلالها على أثر التكنولوجيا في هيكل التجارة الدولية بين الدول المتقدمة والنامية، حيث تتمتع الدول المتقدمة على الميزة النسبية المكتسبة التي ساعدتها على التفوق في انتاج كثير من السلع، وذلك راجع الى نقطتين مهمتين هما:<sup>3</sup> وجود تفاوت نسبي في الفن التكنولوجي المستخدم، والى اكتساب حقوق انتاج وشراء المخترعات الجديدة.

لا يمكن لجميع الدول الوصول الى مستوى متساو من التكنولوجيا، وهذا ما يسمى "بالفجوة التكنولوجية". حيث كلما ركزت الدول الأكثر تقدماً في انتاج سلع بتكنولوجيا عالية مستوى، كلما كانت السلع أقل ميزة أو ذات تكنولوجيا منخفضة تنتقل الى الدول الأكثر تخلفاً في عملية التنمية.<sup>4</sup>

يشير **Posner** الى وجود نوعين من الفجوات في عملية الانتشار الدولي للتكنولوجيا الحديثة، وهما<sup>5</sup>

\***مرحلة فجوة الطلب:** تسمى أيضاً بفجوة تأخر الطلب وهي تشير الى الفجوة الزمنية بين اللحظة التي يقدم فيها الابتكار الجديد لأول مرة، واللحظة التي يتعرف فيها المنتجون في الدول الأخرى على حاجاتهم للاستجابة مع التغيرات الحادثة، ويتحقق ذلك عندما تبدأ الدولة المبتكرة في تصدير السلعة الجديدة الى دول أخرى، وهنا يشعر

<sup>1</sup> خالد محمد السواعي، (2010)، التجارة الدولية، النظرية وتطبيقاتها، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، ص 208

<sup>2</sup> سامي عفيفي حاتم، مرجع سابق، ص 232

<sup>3</sup> سكينه بن حمودة، (2009)، مدخل لعلم الاقتصاد، دار المحمدية العامة، الجزائر، ص 92

<sup>4</sup> جون هدسون، مارك هرندر، (1987)، العلاقات الاقتصادية الدولية، ترجمة: طه عبد الله منصور، محمد عبد المنصور محمد علي، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، ص 134

<sup>5</sup> السيد متولي عبد القادر، (2011)، الاقتصاد الدولي، النظرية والسياسات، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ص 62-63



المنتجون في الدول الأخرى بتحدى المنافسة الجديدة، ويعترفون بحاجتهم الى رد فعل ملائم، أي تكون هذه الفجوة في الفترة الممتدة ما بين استهلاك هذه السلعة في الدولة المبتكرة وما بين استهلاكها في الدول الأخرى.

\***مرحلة فجوة التقليد:** هي تشير الى الفجوة الزمنية بين انتاج السلعة الجديدة لأول مرة (الانتاج الأصلي) وانتاج الدول الأخرى لها (الانتاج المقلد)، وفي هذه النقطة تبدأ صادرات الدولة المبتكرة في التراجع، ويحل محلها الانتاج المحلي المقلد للبلدان الأخرى.

يؤخذ على هذه النظرية أنها لم تتمكن من تبيان حجم الفجوة التكنولوجية، والمدى الزمني الذي يمكن من خلاله أن تستمر تلك الفجوة قبل زوالها،<sup>1</sup>

### 3-نظرية دورة حياة المنتج:

يعتبر نموذج دورة المنتج أوسع من نموذج الفجوة التكنولوجية الذي طوره الاقتصادي **Vernon** عام 1966، حيث يدرس هذا النموذج العلاقة بين المبيعات من المنتج في كل فترة وعمر هذا المنتج، كما يمكننا من التنبؤ بتقييم المبيعات والظروف التكنولوجية والتنافسية التي قد تواجه هذا المنتج بهدف وضع استراتيجيات السوق المناسبة، كما يفسر اختلاف المستوى التكنولوجي الذي يؤدي الى اختلاف الاسعار كأساس للتجارة الدولية،<sup>2</sup> حيث بنى نموده على افتراض أن التفوق التكنولوجي المستمر في المنتجات الأمريكية يعطيها الريادة في تطوير المنتجات الجديدة وتصنيعها، وبعد تحقيقها كفاية محلية و رواج كبير تنقل الى دول أخرى خارج أمريكا، ومع التوسع في الطلب الأجنبي على هذه المنتجات التي حققت نجاح تصيح حافز كبير للمنشآت الأجنبية لحصولهم على التكنولوجيا الانتاجية اللازمة، وعليه ستبدأ في الانتاج والبيع في السوق المحلي في المرحلة الأولى، ثم التصدير الى أسواق أخرى ماعدا سوق أمريكا، ما يجعل صادرات الأمريكية في انخفاض، وباعتبار هذه الدول اكتسبت الخبرة والمهارة في انتاج السلع تصيح مصدرة الى الولايات المتحدة،<sup>3</sup> ويوضح **Vernon** في نموده

<sup>1</sup> السواعي خالد محمد، مرجع سابق، ص 218

<sup>2</sup> فيروز سلطاني، مرجع سابق، ص 39

<sup>3</sup> رشاد العصار والآخرين، (2000)، التجارة الخارجية، دار المسيرة- عمان، ص 36

دورة المنتج عن الولايات المتحدة الأمريكية وكل المراحل التي يمر بها المنتج من بداية مسيرته الى تطورها، وكل التغيرات التي تطرأ على ميزته النسبية من خلال هذه المراحل التي يمر بها.<sup>1</sup>

فقد قسم فرنون دورة حياة المنتج الى أربعة مراحل نذكرها كالتالي:<sup>2</sup>

**\*مرحلة المنتج الجديد:** تعتبر المرحلة الأولى حيث تنتج السلعة بكميات قليلة لكن تكلفة انتاجها مرتفعة، وتنتج بيد عاملة عالية المهارة كونها تركز على الكفاءات العلمية والهندسية كعامل مهم، وتكون أسعار المنتج الجديد عالية لذا يكون الطلب عليها غير كبير، وتصديرها محدوداً،

**\*مرحلة النمو أو التوسع:** هي ثاني مرحلة حيث يرتفع الطلب على السلعة التي تلقى قبولا متزايداً ويجري انتاجها بصورة متزايدة، حيث تنخفض تكاليف انتاجها وبالتالي أسعارها، مما يزيد الطلب عليها خاصة في الخارج، ففي البداية يتم الطلب عليها من خلال الانتاج في دولة المبتكرة، ثم يتوسع انتاجها في الخارج سواء من قبل الشركة الأم أو بواسطة شركات أخرى،

**\*مرحلة النضج:** هي ثالث مرحلة يصبح المنتج نمطياً. و تزداد المنافسة عن طريق الاسعار بحيث يتركز الانتاج في الدول ذات الاجور المنخفضة من أجل خفض التكاليف، وتبدأ الدول المقلدة بانتاج المنتج وبيعه في أسواقها الداخلية،

**\*مرحلة الزوال (التدهور):** هي رابع مرحلة تصبح السلعة قديمة فيها وذلك راجع لظهور سلع جديدة أكثر حداثة وتطوراً تلبي الحاجات نفسها، بالرغم من انخفاض أسعارها فان الطلب عليها منخفض ويبدأ انتاجها في التراجع، من خلال ما سبق نجد أن التقدم التكنولوجي له دور كبير وهام في تحديد الميزة التنافسية خاصة في انتاج السلع الصناعية في الدول المتقدمة أو حتى النامية، حيث يمكن الدولة من تصدير منتجا جديدة وفي نفس الوقت تستورده منتجا مماثلاً من دولة أخرى.

### المبحث الثالث: الدول الناشئة

#### المطلب الأول: نبذة حول التطور التاريخي لدول الناشئة

<sup>1</sup> علي ابو الفتاح ابو شرار، (2015)، الاقتصاد الدولي - نظريات وسياسات ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 146  
محمد دياب، (2010)، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، ص 127-128<sup>2</sup>

قبل التطرق الى مفهوم الدول الناشئة يجب سرد أهم ثلاثة ظواهر تاريخية كبرى ساهمت في التطور

التاريخي لمصطلح البلدان الناشئة وهي كالتالي:<sup>1</sup>

● **الحدث التاريخي الأول** تمثل في ظهور التصنيع في بعض البلدان في طريق النمو في سنوات 1970 تزامن مع نشأة أربع بلدان صناعية جديدة (NPI) في قارة آسيا والتي سميت بالتنانين، حيث جمعت كل هونغ كونغ، تايوان، كوريا الجنوبية وسنغافورة والتي أطلق عليها بالبلدان الناشئة، بعدها في عام 1990 ظهرت ثاني مجموعة والتي سميت بصغار التنانين أو صغار النمر ضمت كل من ماليزيا، تايلاند، الفلبين، أندونيسيا، في نفس الفترة شكلت كل من المكسيك والبرازيل ما يسمى Jaguars ممثلة بذلك بلدان أمريكا اللاتينية.

● **الحدث التاريخي الثاني** تمثل في انهيار جدار برلين سنة 1989، الذي أعطى بعد جديد لمصطلح الدول الناشئة، كذلك الاتحاد السوفياتي في سنة 1991 والذي أدى الى الحركة الانتقالية الى اقتصاد السوق نحو بلدان أوروبا الوسطى والشرقية وروسيا الجديدة.

● **الحدث التاريخي الثالث** المتمثل في النمو المذهل الذي حققته الصين منذ 15 سنة أدى بدوره الى ترسيخ مصطلح البلدان الناشئة في سنوات 2000. نتيجة للانفتاح الاقتصادي والمالي وسرعة الصناعة، اضافة الى أبعادها الجغرافية وحجم سكانها الذي يجعل منها أكبر سوق داخلي ناتج من الطلب على المواد الأولية ومعدات التجهيز. حيث أصبحت تمثل كل من الصين والهند 40 بالمئة من عدد سكان العالم.

**المطلب الثاني: مفهوم مصطلح الدول الناشئة وتعريفها**

● **مصطلح الدول الناشئة:**

يعتبر الاقتصادي الهولندي **Agmael Antoin Van** (1981) أول من استخدم مصطلح الاقتصادات الناشئة من خلال مؤسسة التمويل الدولية، من أجل أن يفرق بين فئة البلدان النامية وتلك التي تمثل مخاطر

<sup>1</sup> ترافس ايمان، (2013)، دور الاستثمار الاجنبي في نمو البلدان الناشئة دراسة حالة الصين، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ص 85.

كبيرة على مستوى المستثمرين الدوليين، والذين هم على العكس من ذلك باستخدام تسمية البلدان الناشئة في الثمانيات من القرن الماضي،<sup>1</sup>

كما عرفت الاقتصاديات الناشئة بمصطلح " الدول الصناعية الجديدة" مشيرين بذلك الى الدول الناشئة التي تتميز بقدرتها السريعة على الاندماج الاقتصادي، والتي تحقق معدلات نمو سريعة، كما تكون لها القدرة على جذب أكثر لرؤوس الأموال الأجنبية من خلال عملها على تحرير أسواقها ومؤسساتها من كافة القيود التي يمكن أن تؤثر على أدائها الاقتصادي،<sup>2</sup>

هناك عدة تسميات أطلقت على الدول الناشئة من خلال تشابه بعض الدول من الناحية الاقتصادية، والتي شكلت بدورها تكتلات اقتصادية بهدف ضمان مكانها بين دول العالم والقدرة على منافسة الدول المتقدمة صناعيا واقتصاديا، حيث نجد عدة تسميات لهذا المصطلح نذكر منها، الاقتصادات النامية الأسرع نموا ( **Rapidly Developing Economies** ) والتي سميت بها كل من دولة ماليزيا والشيلي وحتى الامارات العربية المتحدة، بعدها ظهر مصطلح **BRIC** الذي ضم أربعة دول من قارات مختلفة حيث تمثلت هذه الدول في كل من البرازيل، روسيا، الهند، والصين، اضافة الى هذا ظهر مصطلح **BRICET** الذي كان أشمل حيث ضم دول الأربعة السابقة (**BRIC**) مضيفا اليها أوروبا الشرقية ودولة تركيا، ثم بعدها أتى مصطلح **BRICS** والذي أضاف دولة جنوب افريقيا الى مجموعة **BRIC**، كما ظهر مصطلح آخر وهو **BRICM** والذي ضم دولة المكسيك الى مجموعة **BRIC**، ونجد أيضا ظهور مصطلح **ELEVEN** والذي تمثل في مجموعة دول مكونة من أحد عشر دولة وهي أندونيسيا، بنغلاديش، ايران، باكستان، مكسيك، الفلبين، كوريا الجنوبية، فيتنام، نيجيريا، مصر، تركيا. وفي الأخير نجد مصطلح **CIVETS** والذي يشمل كل من كولومبيا، أندونيسيا، فيتنام، مصر، تركيا، جنوب افريقيا،<sup>3</sup> وفي الأخير مصطلح اقتصاديات وهو **MINT** الذي يضم أربعة دول في مجموعة واحدة كالتالي المكسيك، أندونيسيا و نيجيريا وتركيا، وبالرغم من كل هذه التجمعات الاقتصادية إلا أنه لا يوجد معايير موحدة متفق عليها بالعموم في تصنيف هذه الدول على أنها اقتصاديات ناشئة، فهناك

<sup>1</sup> Dalila nicet-chenaf.(2014), **Les pays émergents : performance ou développement ?** la vie des idées 06.

<sup>2</sup> بلهاشمي جهيزه، (2020)، **دور الحكومة المالية للمؤسسات في الدول الناشئة**، اطروحة دكتوراه تخصص مالية مؤسسة، جامعة مصطفى اسطبولي، معسكر، ص 94

<sup>3</sup> Neonila Daniela.Manuela Roxana.( 2014 ). **The emerging Economies Classification in Terms of their Defining.** Management Strategies journal.

شركات متعددة طورت منهجيات لتحديد الاقتصاديات الناشئة الأفضل أداء لكل عام.<sup>1</sup> وهذا الجدول يوضح لنا مختصرات لمصطلحات التي سميت بها مختلف التكتلات الاقتصادية من الدول الناشئة:

الجدول رقم 1-1: مصطلحات تسمية الدول الناشئة

المصطلح	أسماء الدول الناشئة
<b>Rapidly developing economics</b>	الامارات العربية المتحدة، ماليزيا، شيلي، البرازيل، روسيا، الهند، الصين
<b>BRIC</b>	البرازيل، روسيا، الهند، الصين
<b>BRICET</b>	البرازيل، روسيا، الهند، الصين، أوروبا الشرقية، تركيا
<b>BRICS</b>	البرازيل، روسيا، الهند، الصين، جنوب افريقيا
<b>BRICM</b>	البرازيل، روسيا، الهند، الصين، المكسيك
<b>ELEVEN</b>	مصر، أندونيسيا، بنغلاديش، ايران، المكسيك، باكستان، نيجيريا، الفلبين، تركيا، كوريا الجنوبية، فيتنام
<b>CIVETS</b>	كولومبيا، اندونيسيا، فيتنام، مصر، تركيا، جنوب افريقيا
<b>MINT</b>	لمكسيك ، اندونيسيا، نيجيريا، تركيا

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على Neonila daniela§ Manuela roxana the emerging economies classification

in terms of their defining.2014p311-319

• تعريف البلدان الناشئة:

يعرف مصطلح الدول الناشئة على أنه مجموعة الدول التي تقل فيها نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي عن نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي من مجموعة الدول المتقدمة. ويكون معدل نمو اقتصادها مرتفع

<sup>1</sup> Boston Analytics.(2016) ،Pathways to identifying top performing Emerging Markets.

ويتميز بخاصية السرعة في نموه. حيث تعتبر مجموعة دول BRICS من بين الدول الناشئة التي اقترحها الاقتصادي الأمريكي (IM O'Neil) عام 2001.<sup>1</sup>

وتعرف كذلك على أنها مجموعة من الدول الذي تمتاز بسرعة نموها الاقتصادي الذي يمكن قياسه من خلال مختلف المؤشرات الكلية والجزئية للاقتصاد الكلي، فهي تشهد مرحلة انطلاق وتحول اقتصادي لم تعرفها من قبل، وتتميز هذه الدول الناشئة بامتلاكها لقدرات وامكانيات وموارد هائلة تحقق لها كسب ميزة تنافسية، و تؤهلها لتكون ضمن قائمة الدول الصناعية المتقدمة<sup>2</sup>،

بعد مرور السنين من ظهور الدول الناشئة بدأ يظهر التفاوت في نموها الاقتصادي، حيث ساهمت الأخيرة في زيادة معدل النمو الاقتصادي لدول العالم بفضل استراتيجياتها المتكاملة وكذا تطور سياساتها المنتهجة، فكان لها دور كبير في امداد أسواق رأس مال العالمية بحجم تجارتها المتنوعة، حيث يرى الاقتصادي Nicole Gnesotto أنه مستقبلا سوف تتمكن بعض الدول الناشئة من الانطلاق واثبات تفوقها في كل المجالات مثل الصين والهند باحتلالهم صدارة قائمة هذه الدول، بحيث تسيطر الدول الآسيوية على 38% من التجارة العالمية.<sup>3</sup>

### جدول رقم 1-2: بعض تعريفات الباحثين والمؤسسات لمصطلح الدول الناشئة

اسم المؤسسة أو الباحث	مفهوم مصطلح الاقتصاد الناشئ
Cavusgil 1987	هي الأسواق التي تشمل مجموعة من الدول النامية التي تتميز بمعدلات نمو مرتفعة، وتمثل مركز قوة واستقطاب لرأس المال الأجنبي معتمدة بذلك سياسة تحرير أسواقها، كما تحظى بميزات متنوعة وامكانيات اقتصادية تضمن لها استمرارية نموها مع الوقت.
Miller 1998	تتشرك الدول الناشئة في ميزة واحدة المتمثلة في توفرها على الامكانيات والموارد كل الوسائل

<sup>1</sup> Pradel.N( 2013). Pays émergents et droit international .l'enjeu de l'adaptation. L'Observateur des Nations Unies.33(2012-2) P.1-3

<sup>2</sup> Agarana.M.C.Anake.T.AŞ Okagbue.H.I.( 2016).Optimization of Urban Rail Transportation in Emerging Countries.Using Operational Research Techniques.Applied Mathematics.7.1116-1123

<sup>3</sup> Jean joseph Boillot. Onze questions sur les grandes économies émergents.CEPII. P 08

<p>التي تساعدها في مواصلة عملية النمو على المدى الطويل، فأغلب الاقتصاديات الناشئة ترتبط بدول أقل نمو، بحيث تتميز بالدخل المتوسط، فيه تمثل مجموعة الدول التي تتوفر على سياسات تمنحها القدرة على الرفع من معدل النمو، ذلك من خلال العمل على تحرير أسواقها وتجارتها وكذا زيادة في حجم تجارتها الدولية، وكذا جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، واستغلال مختلف التكنولوجيا المتوفرة والاستفادة منها وحتى من تكنولوجيا المستثمر المحلي</p>	
<p>يرى أن الدول الناشئة على أنها كل دولة تعمل على استخدام كل إمكانياتها ومواردها ووسائلها المتوفرة لديها بغرض تحسين هيكلها الاقتصادي وكذا الرفع من أدائها الاقتصادي بهدف مواكبة الدول المتقدمة في العالم.</p>	<p><b>Emerging Markets Directory</b></p>
<p>اعتمد على ثلاث معايير في تفسيره لمصطلح الدول الناشئة وهما مستوى التنمية الاقتصادية للدولة، الوتيرة النسبية للتنمية الاقتصادية، وكذا نظام السوق</p>	<p><b>J.D/Arnold &amp; A/J.Quelch 1998</b></p>

Source : azeiz sunje.emin çivi. Emerging markets ; a review of conceptual frame work 2000.p203,216

من خلال ما سبق يمكن القول أن الدول الناشئة هي مجموعة دول من مختلف القارات، تجتمع في ميزة مشتركة في كونها دول ذات دخل متوسط . تمتاز بتنوع مواردها و بخصائص متعددة في كل المجالات سواء الاقتصادية أو السياسية وغيرها، فهي تتوفر على كل الامكانيات والمعايير التي تؤهلها على استمرار نموها على المدى الطويل، كونها دول ذات اقتصاد سريع النمو، وكثافة سكانية مرتفعة، لكن تختلف كل دولة عن الأخرى من حيث حجم اقتصادها، فهي دول ذات انتشار واسع في تجارتها الدولية، وتعتبر وجهة لجلب رؤوس الأموال الأجنبية.

### المطلب الثالث: خصائص البلدان الناشئة

تتميز الدول الناشئة ببعض الخصائص نطرق اليها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 1-3: أهم الخصائص التي تتميز بها الدول الناشئة حسب بعض الباحثين

الباحث	خصائص الدول الناشئة
Inés Trépant(2008)	<p>لديها ميزة القدرة على الاندماج العالمي، أي لها القدرة على تحقيق نجاحات في أدائها الاقتصادي مثل الصين، الهند والبرازيل في زيادة صادراتها ما اعطاها ميزة تنافسية مع باقي دول المتقدمة.</p> <p>-تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر، الذي يتجلى في قطاع الخدمات والصناعات التحويلية في بعض الدول الناشئة، ساعدها في تسريع نموها الاقتصادي ومعدلاته.</p> <p>- توفرها على الهياكل والبنية المالية تحتية وأساسية، كان تحرير سوق رأس المال من أسباب ظهور اقتصاد الدول الناشئة بعدما قامت الدول الصناعية الكبرى بإلغاء كل القيود التي منعت تدفق وخروج هذه الأموال خاصة، مما ساعد كل من الصين والبرازيل والمكسيك واندونيسيا في رفع معدلات تدفق رؤوس أموالها خاصة من أسواق الدول الصناعية بالرغم من معانيتها لهشاشة أنظمتها المصرفية والمالية وكثرة الديون سابقا.</p>
بزيرية امحمد، اوسرير منور(2012)	<p>تتميز هذه الدول بأنها دول ذات عائد متوسط- الانفتاح على العالم الخارجي، امكانية زيادة النمو عالية، تغيرات هيكلية ومؤسسية على نطاق واسع، مستوى معيشي وهياكل اقتصادية تقارب ما هو موجود في الاقتصادات المتقدمة</p>
Mamadou Koulibaly(2013)	<p>تمتاز الدول الناشئة بخصائص التالية: - موقعها ومكانتها الإقليمية بين دول العالم ، تساعدها في لعبها دور القيادة وأن تكون مركز قوة، كونها تمتلك موارد طبيعية وارتفاع معدلات النمو السكاني، وكذا توسع سوق الاستهلاك المحلي والاستثمار،</p> <p>-قوة موثوقة أجهزتها الاحصائية ومصادقية مختلف البيانات الاقتصادية والاجتماعية المنشورة المتعلقة سواء بتدفق رأس المال الأجنبي، معدلات نمو الناتج المحلي الاجمالي( الفردي أيضا)، مساهمتها في زيادة حجم التجارة الدولية، احتياطي العملة الصعبة وقيمة الصادرات وغيرها.</p>



<p>-عملها على اجراء تغييرات هيكلية في أغلب أجهزتها السياسية والاقتصادية القديمة من أجل مواكبة التطورات والتحويلات التي يشهدها العالم بهدف تحقيق والمحافظة على الاستقرار السياسي وحتى الاقتصادي،</p> <p>-الاعتراف الدولي لها من خلال سياساتها والاصلاحات ويظهر هذا في وزنها و المكانة التي تحتلها بين دول العالم خاصة من حيث مساهمة حجم تجارتها في العالم.</p>	
<p>تتميز الدول الناشئة بارتفاع معدل النمو الاقتصادي على المدى الطويل</p> <p>- ارتفاع في معدل السكان، توفرها على الموارد الطاقوية والطبيعية وكذا اتساع حجم اقتصادها</p> <p>-تتميز كذلك بقوتها العسكرية ونفوذها السياسي والدبلوماسي، كما أنها تمثل 50% من الناتج المحلي الاجمالي العالمي</p>	<p><b>Dalila</b> <b>Chenaf ( 2015)</b></p>

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على عدة مصادر متنوعة

من خلال الخصائص التي سبق ذكرها يمكن القول أن الدول الناشئة تختلف في بعض الميزات كاختلافها في حجم اقتصادها والسياسات المنتهجة، إلا أنها تشترك في بعض الخصائص خاصة ميزة التمثلة في كونها ذات دخل متوسط، وكذا امتلاكها لمواد طبيعية، وكثافة سكانية في ارتفاع دائم، ونمو اقتصادي سريع النمو، ولديها قابلية الانفتاح على العالم الخارجي من خلال العمل على اصلاح أنظمتها ومواكبة التغييرات العالمية، ما ساعدها على جذب رؤوس الأموال الأجنبية وتوسيع نطاق تجارتها الخارجية بغزوها للأسواق الدولية، وهذا ما حققته بعض الدول الناشئة مثل الصين والبرازيل والهند وغيرها من الدول التي كسبت مكانة جيدة وأصبحت ذات قوة مهيمنة في العالم خاصة في مجال الصناعة والخدمات.

#### المطلب الرابع: تصنيفات البلدان الناشئة

بعد سردنا لبعض مفاهيم الدول الناشئة وذكر أهم الخصائص التي تميزت بها، يجدر بنا ذكر أهم المعايير التي اعتمدها بعض الباحثين و أهم المنظمات المالية الدولية في تصنيفها لمجموعة الدول المختلفة، حيث قمنا في جمع مختلف تصنيفات المؤسسات في الجدول التالي:

الجدول رقم 1-4: معايير تصنيف الدول الناشئة حسب بعض المجالات و المنظمات الدولية

معايير تصنيف الدول الناشئة	اسم لمنظمات الدولية والمجلات
<p>ميزت بين مجموعتين من الدول وفق المعايير الآتية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستوى الدخل والذي يقاس من خلال نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي.</li> <li>- مدى توفر الموارد البشرية من خلال قياس مؤشر نوعية الحياة المادية.</li> <li>- مستوى التنوع الاقتصادي والذي نحصل عليه من خلال مؤشر حصة القطاعات الاقتصادية من الناتج واستهلاك الطاقة الى جانب مؤشر نوعية الصادرات.</li> <li>- زيادة على ذلك ضعف نسبة الصناعة في الناتج المحلي الاجمالي (أقل من 10 بالمئة) وكذا الاعتماد على الزراعة التقليدية.</li> </ul>	<p>هيئة الامم المتحدة</p>
<p>يصنف الدول وفق أربع معايير:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستوى التنمية البشرية</li> <li>- حسب الدخل حسب تصنيف البنك الدولي لهذا المعيار،</li> <li>- حسب المجاميع الرئيسية في العالم،</li> <li>- حسب المناطق توزع الدول الناشئة عبر الاقاليم.</li> </ul>	<p>تقرير التنمية البشرية رقم 38 صادر 2008</p>
<p>حددت 20 دولة ناشئة وفق الخصائص التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- المساهمة في النمو الاقتصادي العالمي،</li> <li>- تحسن مؤشرات التنمية والمؤشرات الديمغرافية ودورها في زيادة التجارة العالمية.</li> <li>- زيادة ظاهرة ومنتالية في نسبة الناتج المحلي الاجمالي ونصيب الفرد من الدخل.</li> <li>- تمركز وتوزع الشركات المتعددة الجنسيات عبر العالم</li> <li>- التنوع الاقتصادي والمنتجات المختلفة التي يقدمها الاقتصادي الناشئ وذلك بعدم تركيزه على منتج واحد.</li> </ul>	<p>منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE)</p>

<p>- توفير فرص العمل وتحسين مستوى المعيشي لأفراد المجتمع.</p>	
<p>يصنف الدول الناشئة على أساس معيار الدخل، يميز بين ثلاث مجموعات من الدول :</p> <p>- الدول ذات الدخل الفردي المنخفض أقل من 975 دولار.</p> <p>- الدول ذات الدخل الفردي المتوسط (بين 975 \$ و 11905 \$) وتضم شريحتين من الدول:</p> <p>الشريحة الأدنى للدخل المتوسط ويتراوح فيها الدخل الفردي ما بين ( 976 \$ و 3855 \$)</p> <p>الشريحة الأعلى للدخل المتوسط ويتراوح فيها الدخل الفردي ما بين ( 3856 \$ و 11905 \$).</p> <p>- الدول ذات الدخل الفردي المرتفع أعلى من 11906 دولار وتضم الدول الصناعية وهي أغلبية دول OCDE:</p>	<p>البنك الدولي</p>
<p>استنادا على طريقة <b>apprising</b> صنف 69 دولة من بين الأسواق الناشئة عالميا معتمدا على ثمانية معايير مجموعة في ثلاث مجموعات:</p> <p>- معايير كمية تمثل حجم السوق من الناتج المحلي الاجمالي بالدولار الامريكي الثابت، حجم السكان والقدرة الشرائية.</p> <p>- الديناميكية الكمية المتمثلة في التوقعات السكانية، توقعات الناتج المحلي الاجمالي أو الدخل القومي.</p> <p>- النوعية المتمثلة في المحددات السياسية، محددات السياسات الاقتصادية، وكذا التهديدات المحتملة.</p>	<p><b>euromonitor</b></p> <p>مستندا في 1992</p> <p>تصنيفه على طريقة <b>apprising</b></p>
<p>تنشر المجلة مؤشرات السوق الناشئة ل 25 دولة داخلية ضمن تصنيف قائمة الدول الناشئة، حيث تتعلق المعايير بالاقتصاد المتمثلة في الناتج المحلي الاجمالي لكل دولة، أسعار الاستهلاك الانتاج الصناعي، الميزان التجاري، الحساب الجاري للاحتياطات من</p>	<p>مجلة <b>The economist</b></p>

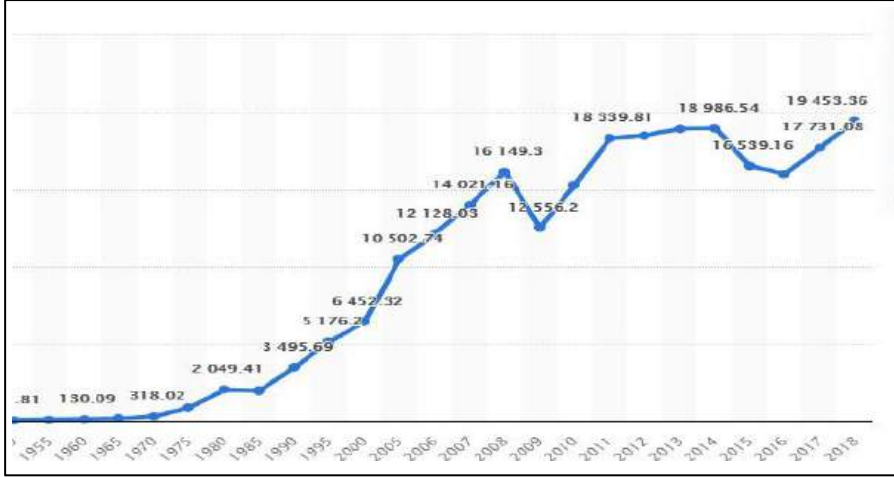
<p>النقد الأجنبي.</p> <p>أما بالنسبة لمؤشرات المتعلقة بالأسواق المالية فهي: وحدة العملة، سعر الفائدة في الأجل القصير، أسواق الأسهم.</p>	
<p>استنادا لهذه الطريقة قام بشرح مختلف الأبعاد التي من خلالها نحدد قياس 13 متغيرا باستخدام مجموعة من البيانات الثانوية التي يتم الحصول عليها من مصادر رسمية لمعرفة نظام الاقتصادات الناشئة:</p> <p>- معدل نمو السوق: حدد عامل الترجيح 20/3 ومتغير واحد متوسط النمو السنوي أو الصناعة.</p> <p>- حجم السوق: حدد عامل الترجيح 20/4، متغير واحد مجموع السكان.</p> <p>- كثافة السوق حدد عامل الترجيح 20/3، متغيرين تعادل القوة الشرائية، تعادل القوة الشرائية وتقديرات الناتج القومي الاجمالي للفرد.</p> <p>- قدرة الاستيعاب واستهلاك السوق، عامل الترجيح 20/2، خمسة متغيرات بنفس الوزن.</p> <p>- الحرية الاقتصادية: عامل الترجيح 20/2، متغيرا مؤشر الحرية الاقتصادية الذي يقيس كل من سياسة التجارة الضريبية، الاستهلاك الحكومي للإنتاج الاقتصادي، السياسة النقدية والمصرفية، السوق السوداء وحقوق الملكية.</p>	<p><b>Cavusgil 1997</b></p> <p><b>indexing بطريقة</b></p> <p><b>approach</b></p>

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على ( aziz sunje, emin çivi و جهيزة بلهاشمي، اطروحة دكتوراه ص 113-116)

المبحث الرابع: واقع التجارة الدولية في ظل جائحة كوفيد-19

المطلب الاول: مراحل تطور حجم التجارة العالمية قبل جائحة كورونا

الشكل 1-1: تطور التجارة العالمية للفترة 1950- 2018



Source: Liam O'connel , 2019, Available at:

<https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950>

(03/09/2022)

يوضح الشكل أعلاه مراحل التي مر بها الاقتصاد العالمي منذ سنة 1950 الى غاية 2018، نجد أن التجارة الدولية كانت في تصاعد لحجم مبيعاتها الى غاية سنة 2008 التي تمثل الازمة المالية العالمية والتي فيها شهدت التجارة الدولية أكبر سقوط حاد في مبيعاتها، ورغم الاجراءات التي اتخذت من قبل هيئات دولية لتعطي تلك المشكلة الاقتصادية التي خلقت الأزمة الا أن مستوى التجارة بقي بتصاعد خفيف على مدار سنين بسبب نقص الطلب على السلع وتراجع الاستثمار لأغلب الشركات.<sup>1</sup> في سنة 2014 حققت التجارة ارتفاع وتطور في حجم التجارة الخارجية بنسبة 3.8%. لتتراجع الى 2,2% سنة 2016 بسبب آثار الأزمة العالمية وسياسات تخفيف المديونية، وكذلك تباطؤ الاقتصاد الصيني الذي لديه حصة كبيرة في التجارة العالمية. لعبت الشركات المتعددة الجنسيات دور في ازدهار التجارة الخارجية من خلال المبادلات التجارية والاستثمارات المباشرة، التي أثرت

<sup>1</sup> مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، (2008)، الامدادات التجارية والسلاسل القيمة العالمية. جنيف، ص3

على هيكل التجارة الدولية وخلق ميزة تنافسية بين الدول في كل القطاعات خاصة الصناعة. حيث أثرت التجارة على فرص العمل والتنمية بشكل كبير بالاتجاهات الناشئة التي ستوجه أكبر أنماط التجارة وأثارها، لتعود التجارة بالازدهار سنتي 2017 و 2018.

### المطلب الثاني: وضع التجارة العالمية في ظل جائحة كوفيد-19

في سنة 2019 شهدت التجارة الدولية تدهورا ملحوظا بعدما حققت معدلات نمو جيد في بنسبتي 5.5% سنة 2017 و نسبة 4,1 % سنة 2018 ، وهذا التراجع بسبب التوترات التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين التي تمثلا أقوى اقتصادات العالم والتي تعد من أهم عمليات التحول في النظام التجاري، وهذا انعكس بالسلب على مناخ الأعمال وثقة الأسواق المالية. حيث شهدت سنة 2019 تهديد الانتعاش الاقتصادي الدولي من خلال الطلب الكلي على الواردات والاقتصاد العالمي من قبل الاقتصاد الأمريكي والصيني اللذان يشكلان تقريبا 46 % من حجم التجارة العالمية،<sup>1</sup> والضغط الاقتصادي الكلية في الأرجنتين وتركيا، والاضطرابات في قطاع صناعة السيارات في ألمانيا، دون أن ننسى تشديد سياسات الائتمان في الصين وتضييق الأوضاع المالية الى جانب عودة السياسة النقدية الى طبيعتها في الاقتصادات المتقدمة الكبرى. كل هذه الأوضاع ساهمت في اضعاف التوسع العالمي الى حد كبير. يتوقع تقرير أفاق الاقتصاد العالمي انخفاض النمو في 2019 ب 70 % من الاقتصاد العالمي بالرغم من معدل 3.3% للنمو العالمي يبقى معقولا. الا أن التحديات تبقى قوية أمام الكثير من البلدان خاصة على المدى القصير<sup>2</sup>

كما أدت جائحة كوفيد-19 والاستجابات الصعبة العالمية الضرورية التي ارتبطت بها الى أكبر وأسرع هبوط في التدفقات الدولية، حيث غطت الاحصاءات الحالة الراهنة للتدفقات الدولية ولغتها الصعبة على اذهان المنتجين والمستهلكين أيضا. فشهدت تراجع في معدلات التجارة الدولية بنسب تتراوح ما بين 13 الى 32 % . وانخفاض يتراوح ما بين 30 الى 40 % في الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتدهور يتراوح ما بين 41 الى 80 % من رحلات الطيران في سنة 2020. وهذا الانخفاض في التجارة الدولية يؤدي حتما

<sup>1</sup> عرفان حسني، وهبة عبد المنعم، (2020)، التوترات التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين، اسبابها واثارها على الاقتصاديات العربية. الامارات العربية المتحدة، صندوق النقد العربي.

<sup>2</sup> صندوق النقد الدولي، (2019)، تقرير افاق الاقتصاد العالمي، 19 أبريل. ص 14

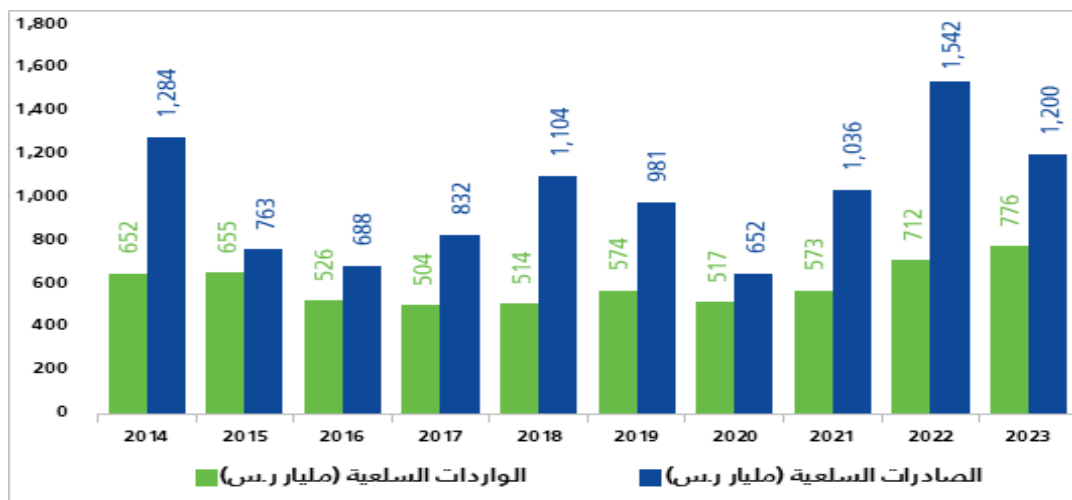
الى زيادة تكاليف التجارة وتعطل خدمات النقل اللوجستي.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: وضع تدفقات السلع عبر السلاسل القيمة العالمية في ظل جائحة كوفيد-19

رغم تعرض التجارة العالمية لعدة أزمات سابقة، إلا أن جائحة كورونا كان لها تأثير أكبر ، حيث دفعت الدول الى اعادة النظر في سياساتها التجارية خاصة في تعزيز سلاسل القيمة العالمية لتخطي كل هذه العقبات تزامنا مع النزاعات التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين حول صادرات الامدادات الصحية والزراعية. فقد ساعدت حائحة كوفيد-19 في اظهار عيوب هذه السلاسل و الاعتماد المفرط على الصين في تأمين الامدادات بالمكونات والأجزاء ، وهو ما أدى الى المطالبة بالاتكال على الذات في تمويل الأجزاء والمكونات الصناعية بدلا من الاعتماد على الصين. وهذا الأمر فرض على الشركات العظمى اعادة هيكلة سلاسل القيمة الخاصة بها والعمل على توزيع قاعدة مورديهم بهدف الحماية من أي خطر من ناحية اي مورد معين أو النطاق الجغرافي.<sup>2</sup> وأكبر الشركات تضررا هي شركات الصناعات الاستخراجية والسيارات، أما الشركات ذات الصناعات الدوائية والتكنولوجية كانت أقل تضرر بالوباء.

### المطلب الرابع: الصادرات و الواردات السلعية قبل وبعد جائحة كوفيد-19

الشكل رقم 1-2: التجارة الدولية من 2019 الى 2023<sup>3</sup>



<sup>1</sup> وسام فزاد، (2020)، **كوفيد-19 تحديات العولمة وسلاسل القيمة العالمية**، تاريخ الاسترداد 15. 02. 2021. من <https://eipss-eg.org>  
<sup>2</sup> Beata Javorcjc. (2020). **Global Suply Chains will not be the same in the post Covie-19**. CEFR Press.UK P25  
<sup>3</sup> الهيئة العامة للإحصاء، (2023) **التجارة الدولية لعام 2023**، ص1

يمثل الشكل أعلاه مستوى كل من الصادرات و واردات السلعية للتجارة الدولية خلال الفترة الممتدة من 2014 الى 2023، حيث نلاحظ أن قيمة المبيعات من الصادرات السلعية كانت تمثل أكبر النسب تقريبا في كل السنوات مقارنة بالواردات السلعية. و كانت سنة 2014 سنة ازدهار للتجارة الدولية بتحقيقها لنسب جيدة، أما الفترة ما بين 2015 الى غاية 2017 كانت نسب متفاوتة . لتتزايد حجم المبيعات في سنة 2018 ما يدل على تحسن الأوضاع الاقتصادية، لكن في نصف سنة 2019 نلاحظ تناقص قيمة المبيعات لتتخفف أكثر في سنة 2019 تزامنا مع جائحة كورونا التي أجبرت دول العالم على الاغلاق الكلي وتعطيل سلاسل الامداد الدولي خاصة في مبيعات السلعية بسبب سوء ظروف التوصيل. لكن بعد انتهاء الوباء عادت المبيعات السلعية الى الازدهار مرة ثانية سنة 2022 لتحقق نسب جيدة سواء في الصادرات أو الواردات السلعية وبعد الاجراءات الوقائية والادارية والسياسية التي أجرتها الدول الكبرى سواء الحكومات أو حتى الشركات العظمى في سياستها التجارية. وكذا انتهاج أسلوب التجاري الالكتروني في المعاملات التجارية. لكن في نهاية سنة 2022 نلاحظ تدهور من جديد لصادرات و واردات السلعية للتجارة الدولية بسبب الظروف الراهنة كالحروب بين الدول.



## خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل الى الجانب النظري المتعلق بالتجارة الدولية والتي تعبر عن تبادل السلع والخدمات في شكل صادرات وواردات بين دول العالم، معتمدة في قيامها على التخصص في الانتاج وتقسيم العمل على المستوى العالمي, و سرد أهم النظريات المفسرة لقيام التجارة الدولية المركزة على أهمية التخصص ومبدأ الميزة النسبية في تنشيط التجارة الخارجية لدى كل دولة, حيث شهدنا تسلسل نظريات المفكرين الاقتصاديين التي أوضحت بعض التناقضات والترابطات في فرضياتها وتكملة لما سبق منها معتمدة على سبب تفسير النفقات النسبية والتخصص في العمل، كذلك مدى وفرة أو ندرة الموارد الاقتصادية وصولا الى التقدم التقني في انتاج السلع واختلاف أذواق الطلب. دون نسيان عدم تجانس الدول من حيث مستوى التنمية وحادثة التكنولوجيا المستخدمة. ففي النهاية لا توجد نظرية كاملة وشاملة في تفسير العلاقات التجارية الدولية.

كما تطرقنا للدول الناشئة و ابراز أهم معايير تصنيفها، التي أصبحت من بين أقوى دول العالم بالرغم من التحديات التي تواجهها في ظل كل هذه التغيرات الاقتصادية، فعملت على اصلاح سياستها التنموية بهدف تطوير أدائها الاقتصادي وضمان مكانة متقدمة على المستوى الدولي ، الذي يظهر في مساهمتها في زيادة حجم التجارة الدولية. كما حللنا واقع الدول قبل وبعد ظهور جائحة الكوفيد-19 الذي كان له أثر على الدول الناشئة و دول العالم من حيث حجم المبيعات الدولية لقيمة الصادرات والواردات ، والذي أجبر الشركات الدولية على اعادة النظر في سلاسل القيمة العالمية الخاصة بها من أجل تسهيل مبادلاتها التجارية الدولية.

# الفصل الثاني

الاطار المفاهيمي للتجارة  
الالكترونية

### مقدمة:

عرف الاقتصاد العالمي تطورات اقتصادية ساهمت في خلق ما يسمى بالاقتصاد الرقمي، ليمثل فكرا وتوجها جديد يختلف عن الاقتصاد التقليدي المرتبط بالزراعة والصناعة، حيث يعتمد الاقتصاد الرقمي على علم المعرفة المتعلق بالتقنيات الحديثة الرقمية، معتمدا بدوره على تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي كان لها دور فعال في تغيير نمط النظام العالمي من خلال التحول الى كل ما هو رقمي. حيث لعبت الانترنت وتكنولوجيا المعلومات دور في تغيير أسلوب المبادلات التجارية ليتحول الى ما يعرف بالتجارة الالكترونية، التي شهدت انتشار واسعا خاصة في ظل تفشي وباء كورونا ( كوفيد-19)، الذي ساهم في تطورها من خلال الاستخدام الكبير للأفراد والمؤسسات وحتى الحكومات لها في كل المجالات خاصة التجارية، حيث أصبحت كل المعاملات الكترونيا (رقمية) عبر الأنترنت.

و لتسهيل هذه المعاملات الالكترونية قامت الهيئات المعنية بتطوير وسائل دفع الكترونية تحت قواعد وقبود قانونية لحماية خصوصيات عملائها، وفي نفس الوقت تناسب رغبات مستخدميها وتتماشى مع المنصات الرقمية في عملية الشراء والسداد الكترونيا سواءا محليا أو دوليا.

وعليه قمنا بتقسيم هذا الفصل على النحو التالي:

**المبحث الأول: الاطار النظري للاقتصاد الرقمي**

**المبحث الثاني: عموميات حول التجارة الالكترونية ونشأتها**

**المبحث الثالث: أنظمة الدفع الالكتروني**

**المبحث الرابع: علاقة بين التجارة الالكترونية و التجارة الدولية.**

المبحث الأول: الإطار النظري للاقتصاد الرقمي

يعيش العالم ثورة تكنولوجية متميزة سواء من ناحية انتشارها الواسع أو في تطورها المتزايد في أداء الأعمال، حيث ساعدت الدول في تغيير أسلوب اقتصادها من التقليدي إلى الأسلوب الجديد أو ما يعرف بالرقمي القائم على الأنترنت والاتصالات، ما جعل دول العالم تقوم بتغييرات وتجديد استراتيجياتها وأجهزتها من أجل الاندماج في هذا التحول الرقمي على كل مستويات نشاطها الاقتصادي.

المطلب الأول: نشأة وتعريف الاقتصاد الرقمي

في الخمسينات من القرن الماضي ظهر مصطلح الاقتصاد الجديد لأول مرة، وبحكم التغييرات والتحولات الجذرية التي عاشها العالم حينها، خلق تضارب في مفاهيم و تفسيرات الباحثين لما يحصل، أدى ذلك إلى تغييرات في المفاهيم الاقتصادية التقليدية خاصة بعد الثورة الصناعية والتحول الكبير من الزراعة إلى التصنيع. فكان هناك تجديد للأسس والمفاهيم لهذا الاقتصاد الجديد تزامنا مع ثورة الثالثة، سبب في طرح عدة استفسارات حوله، فيما إذا كان اقتصاد حقيقي أو وهمي، وهل التغيير في الهيكل الاقتصادي يكون بصفة دائمة أم مؤقتة؟ أم أنها هذا التغيير أتى نتيجة لظواهر مؤقتة؟<sup>1</sup> كون هذا الاقتصاد الجديد هو الاقتصاد القائم على المعرفة والمعلومات، ويعتمد على القطاعات الفرعية مثل السلع والخدمات الرقمية البحتة. وكذلك السلع المختلطة أي السلع المادية التي تباع عبر الأنترنت، وكذا صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي توفر الدعم للقطاعات المذكورة.<sup>2</sup> وكان لهذا الاقتصاد تسميات عديدة حسب التغييرات التي شهدتها العالم.

في عام 1995 م أطلق الكاتب الكندي **Don Tapscott** عليه تسمية الاقتصاد الرقمي، وأتى بعده العديد من الكتاب والباحثين في دراساتهم بتسميات مختلفة منها، اقتصاد الأنترنت، ومنهم ما سماه باقتصاد المعرفة، أو اقتصاد المعلومات وغيرها من التسميات.<sup>3</sup> كما يعود ظهور هذا النوع من الاقتصاد إلى التطورات التي شهدتها الاقتصاد الجديد من تعبير برز مؤخرا ليفسر الظاهرة التي دخلت بالاقتصاد الأمريكي إلى دائرة الانتاجية العالمية والنمو المتواصل، لاعتبار هذا الاقتصاد أكبر اقتصاد في العالم، حيث تمثل تكنولوجيا المعلومات

<sup>1</sup> J,Steven Landefeld and Barbara M Fraumeni.(2001), **Measuring the New Economy. Survey of current Business.** Bureau of Economic Analysis of the US, Department of Commerce ,March 2001, Volume81,N°3,PP23-40,

<sup>2</sup> Nuria Hernandez Nanclares and Fernando Lera Lopez.(2001) The So Called New Economy and the ICT. Concept and Measurement. Researchgate. January.

<sup>3</sup> زهير غراية، (2019)، **مستقبل صناعة التمويل الإسلامي في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي**، مجلة ابعاد اقتصادية، المجلد 09، العدد 02.

والاتصال المحرك الأساسي في الاقتصاد الأمريكي الجديد، و الذي أصبح بشكل كبير اقتصاد رقمي تحكمه الاتصالات وشبكة الأنترنت.<sup>1</sup> كما ظهرت العديد من التعاريف للاقتصاد الرقمي نذكر منها:

● **التعريف الأول للاقتصاد الرقمي (Digital Economy):** هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد أساسا على تكنولوجيا المعلومات التي تعني كل مرحلة من مراحل تصنيع المعلومة، ابتداء من الثقافة والتدريب والتدريس مروراً بصناعة أجزاء ومكونات الكمبيوتر المادية، انتهاء بصناعة برامج الكمبيوتر والتي تعتمد على الكمبيوتر بشكل أو باخر.<sup>2</sup>

● **التعريف الثاني:** هو مجموعة واسعة من الأنشطة الاقتصادية التي تشمل استخدام المعلومات والمعارف الرقمية كعامل رئيسي للإنتاج. وشبكات المعلومات الحديثة كمكان نشاط مهم، والاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوصفها محركاً هاماً لنمو الانتاجية وتحسين الهيكل الاقتصادي. حيث يشهد الاقتصاد الرقمي نمو مرتفعاً، وابتكاراً سريعاً، وتطبيقاً واسعاً على القطاعات الاقتصادية الأخرى.<sup>3</sup>

● **التعريف الثالث:** يقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، مما يحقق الشفافية والفورية والاتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والملائمة في الدولة خلال فترة ما. وتلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً استراتيجياً في زيادة معدلات النمو الاقتصادي واصلاح الأليات الاقتصادية والتجارية والمالية.<sup>4</sup>

وبالتالي فإن الاقتصاد الجديد قائم على المعرفة والمعلومات، وعلى القطاعات الفرعية مثل السلع والخدمات الرقمية البحتة، وكذا السلع المختلطة أي السلع المادية التي تباع من خلال الأنترنت، وصناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي توفر الدعم مختلف القطاعات.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> رضوان ابو شعيشع السيد، (2018)، الاقتصاد الرقمي. الطبعة الاولى. مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 7

<sup>2</sup> معوشي عماد، (2020)، مسألة واساليب حماية الخصوصية في ظل الاقتصاد الرقمي، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01 ص 250

<sup>3</sup> كنزة تنيو، محمد دهان، (2019)، دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق جودة الحياة دراسة مقارنة بين الجزائر والامارات، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 09 العدد 03 مكرر، ص 6

<sup>4</sup> فريد نجار، (2007)، الاقتصاد الرقمي. الانترنت وهيكل الاستثمار والبنوك الالكترونية، الدار الجامعية. الطبعة الاولى، الإسكندرية. مصر، ص 30

<sup>5</sup> Nuria Hernandez and Fernando Lera Lopez. (2001) January. The So Called New Economy and The ICT. Concept And Measurement. Researchgate.P5

وعليه فهناك اختلاف بين الاقتصاد القديم والاقتصاد الجديد أي الرقمي، نوضحه الاختلافات من خلال الجدول

الآتي:

الجدول رقم 2-5: مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي Economy Digital	الاقتصاد التقليدي Traditional Economy	مجال المقارنة
متغيرة. ديناميكية عالمي	مستقرة نوعا ما محلي . اقليمي	<u>الخصائص الاقتصادية</u> الأسواق مجال المنافسة
شبيكي الانتاج المرن الابتكار والمعرفة الرقمنة الابتكار. الجودة. الوقت. التكلفة مرتفعة التحالفات والتعاون	تدريجي الانتاج بكثافة رأس المال والعمالة المكننة اقتصاديات الحجم منخفضة. متوسطة تعمل بمفردها غالبا	<u>الشكل التنظيمي للصناعة<sup>1</sup></u> تنظيم الانتاج العوامل الرئيسية للنمو المحرك الأساسي للتكنولوجيا المصدر الميزة التنافسية أهمية البحث والابتكار العلاقة مع الشركات الأخرى
ارتفاع الأجور الحقيقية والدخل مهارات واسعة والتدريب المشترك التعليم مدى الحياة التعاونية	العمالة الكاملة مهارات محددة مهارة أو درجة علمية معينة الخصومة	<u>القوى العاملة</u> الهدف الرئيسي المهارات التعليم المطلوب علاقة العمل والادارة

<sup>1</sup> A,Raj Chowdhury and Muhbub Uddin.(2003) The Digital Economy and The Rise of Knowledge Workers. International Conference onEngineering Education. Spain.July 21/25. P4.

طبيعة التوظيف	مستقرة	الفرص والمخاطر
<u>الحكومة</u>	فرض متطلبات	تشجيع فرص النمو
<u>النمو الاقتصادي<sup>1</sup></u>	توفير وظائف والزيادة في النمو تخفيض التكاليف مصادر ثابتة	أعلى دخل واكبر نمو الجودة العالية والابتكار التكيف والتعلم الفردي والتنظيمي

المصدر: مجاهدي فاتح (2007) ، A.Raj Chowdhury and Muhib Uddin (2003)

## المطلب الثاني: خصائص وأهمية الاقتصاد الرقمي

### 1- خصائص الاقتصاد الرقمي:

يتميز الاقتصاد الرقمي بعدة خصائص نذكر أهمها فيما يلي:<sup>2</sup>

- **سهولة الوصول الى المصادر:** يتمثل نمو الاقتصاد الرقمي ونجاحه في قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الأنترنت المختلفة، حيث يتطلب الاشتراك الفعال في تلك الشبكات وفي الاقتصاد الرقمي ضرورة توفر البنية التحتية واستخدام الأموال الالكترونية والبلاستيكية.
- **المنافسة وهيكل السوق:** يتكون الاقتصاد الرقمي على كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التجارة الالكترونية وخدمات التوصيل الالكترونية وكذا البرمجيات والمعلومات، حيث تختلف باختلاف حجم المعاملات الاقتصادية ومكونات الناتج المحلي الاجمالي، في حين يرى بعض الاقتصاديين أن مكونات الاقتصاد الرقمي تختلف باختلاف نطاق الاقتصاد.

<sup>1</sup> مجاهدي فاتح، (2007)، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته، مداخلة ضمن ملتقى الثاني المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف .

<sup>2</sup> اسامة عبد السلام السيد، (2019)، الاقتصاد الرقمي، دار المنهل عمان، الاردن، ص 14-15

• **مستقبل الاقتصاد الكلي:** يعتبر دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال أساسي في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي الاستثمارات الرأسمالية والتجارة الالكترونية سواء المحلية أو الدولية، حيث تؤثر الانترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل المعتمدة.

• **توفير المعلومات لاتخاذ القرارات:** يمكن التحكم في المعلومات بالاستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات السياسات الاقتصادية. حيث تساعد مهارات ادارة المعلومات في نجاح اتخاذ القرارات الاستثمارية بعيدة المدى بدقة. ويعمل الاقتصاد الرقمي على توفير المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختبار المصادر المناسبة.

### 2- أهمية الاقتصاد الرقمي:

- تكمن أهمية الاقتصاد الرقمي من خلال دوره الفعال في تحسين التنمية الاقتصادية في كل المجالات معتمدا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الانترنت، المعرفة والعلم، وتتمثل أهميته في ما يلي:<sup>1</sup>
- يتضمن الاقتصاد الرقمي على المعرفة العلمية التي هي أساس توليد الثروة وزيادتها من خلال استخدام التقنية الحديثة.
  - يساهم في زيادة الانتاج والمشروعات والدخل الوطني، المساهمة في توليد دخول الأفراد الذين ترتبط نشاطاتهم بها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. خاصة في مجالات الصناعية التي تعتمد على أجهزة ومعدات الكترونية دقيقة، والتي تحقق زيادة في انتاج الاقتصاد الوطني.
  - يزيد في تحفيز على التوسع في الاستثمار خاصة الاستثمار في المعرفة العلمية والعملية، بهدف تكوين رأسمال معرفي يساعد في توليد وزيادة انتاج معرفي بشكل مباشر، وكذلك في الانتاج الذي يستخدم التقنيات المتقدمة بشكل غير مباشر.
  - يعمل الاقتصاد الرقمي على خلق فرص عمل في المجالات التي تستخدم التقنيات المتطورة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة، ذلك نتيجة للتنوع والتوسع في النشاطات الاقتصادية ذات التقنيات المتقدمة.
- كما يساعد الاقتصاد الرقمي على:<sup>1</sup>

<sup>1</sup>سفيان خلوفي وآخرون، (2020)، تقييم جاهزية الجزائر للولوج الى الاقتصاد الرقمي- دراسة استكشافية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة. المجلد 04. العدد02. ص ص 77-78:



- زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الاقتصاد العالمي،

- زيادة فرص التجارة العالمية والوصول الى الأسواق العالمية.

- كما يحسن من العلاقات بين الموردين والمصدرين والمنافسين والمتعاملين والمستثمرين، بين البنوك و شركات التأمين والصناع والمنتجين والأجهزة الحكومية والجمارك والضرائب، وحتى المؤسسات الدولية غيرها.

من خلال ما سبق فان الاقتصاد الرقمي ناتج عن ثورة تجلت في تكنولوجيا والاتصالات والحوسبة، التي بدورها تقوم على المعرفة والمعلومات وأساس محركها هو تكنولوجيا الرقمية والأنترنت عكس الاقتصاد القديم التي كان يعتمد على الأساليب التقليدية في كل المعاملات. فالاقتصاد الرقمي تميز بعدة تطبيقات أهمها التجارة الالكترونية التي ازدهرت بانتشار الأنترنت واستخدام الهواتف والتطبيقات الذكية، ولقد عملت بعض الهيئات على وضع بعض محاور التي تساعد في تقييم أو قياس مؤشر الدول من أجل الارتقاء الى المعايير الدولية ومواكبة كل التطورات التكنولوجية والاقتصادية بهدف تحسين مستوى التجارة والاقتصاد ككل.

المطلب الثالث: تطبيقات الاقتصاد الرقمي وأهم محاوره

### 1- تطبيقات الاقتصاد ارقمي:

هناك عدة تطبيقات للاقتصاد الرقمي ساهمت في تعزيز المعاملات التجارية الالكترونية معتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال سواء بين الأفراد أو المؤسسات وحتى في ادارة وتسهيل عمل الاداري الحكومي وأداء الأعمال التجاري سواء المحلي أو الدولي ، سنحاول ذكرها مع الشرح من خلال عرضها في الجدول التالي:

### جدول رقم 2-6 : تطبيقات الاقتصاد الرقمي

تعريفها	تطبيقات
هي نوع من التعامل التجاري الذي يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل	التجارة
المعلومات والخبرات عبر الوسائل الالكترونية المتقدمة بين الأطراف المعنية، بحيث	الالكترونية

<sup>1</sup> اسامة السيد عبد السلام ، مرجع سابق، ص 13

<p>تتيح هذه العملية الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على السلع والخدمات، وبالتالي دعم المبيعات وخدمة العملاء، وتعتبر من أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي</p>	
<p>ان الانتقال من الحكومة التقليدية الى حكومة الكترونية يعتمد على استخدام تكنولوجيا متطورة تمكنها من العمل على خدمة مصالح الأفراد والمؤسسات دون التنقل بين الادارات الحكومية عند الحاجة، ويمكن القول أنها تقوم على محورين وهما تقديم العمل الاداري باستخدام تطبيقات تقنية نظم المعلومات ،و تقديم الخدمة عن بعد</p>	<p>الحكومة الالكترونية</p>
<p>تعني استخدام المعلومات الالكترونية لتحسين الأداء التجاري ولصنع القيمة للشركة بتشكيل علاقة قوية بين الشركة التجارية والزبائن، وتتعدى الأعمال الالكترونية عملية البيع والشراء كما هو الحال في التجارة الالكترونية إلى ما وراء ذلك لتقوية العلاقة بين الشركات وبين الأطراف الأخرى المختلفة مثل الزبائن وشركاء العمل وغيرهم. إذن الأعمال الالكترونية تمكن الشركات التجارية من اتمام الأهداف الرئيسية للمؤسسة وهي أكثر شمولية من التجارة الالكترونية</p>	<p>الاعمال الالكترونية</p>
<p>هو نظام يعتمد على الحاسوب باستخدام الأنترنت حتى يمكن لأي فرد من استغلال فرصة التعلم عند بعد وفي أي وقت.</p>	<p>التعليم الالكتروني</p>
<p>هو نظام يحرص على ضمان سيرورة الرعاية الصحية معتمدا بذلك على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنسيق بين عمال الصحة ومرضاهم عند بعد خاصة مع أزمة الكوفيد 19، فهي تحتوي على سجلات الكترونية تضمن فيها معلومات الإدارية الخاصة بالقطاع وكذا المرضى</p>	<p>الصحة الالكترونية</p>
<p>تشمل البيئة الالكترونية استخدام النظم القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل الوصول إلى البيانات والمعلومات البيئية ونشرها، بالإضافة إلى إنشاء نظم رصد ومستودعات مدعومة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل المعارف</p>	<p>البيئة الالكترونية</p>

البيئية. ويمكن من خلال البيئة الالكترونية

المصدر: عجال وسيلة، زياد أحمد"، ( 2022)دراسة تحليلية لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020-مجموعة من الدول العربية، مجلة

الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد07. العدد 01. ص 304. 305

## 2- محاور بناء مؤشر الاقتصاد الرقمي:

كون التحول الرقمي أمر ضروري في تحسين جودة الخدمات وتسيير الأنشطة الكترونية، و زيادة الثقة والجودة التي تساهم في خدمة التنمية الاقتصادية، والذي يساعد الأفراد والمؤسسات في التنسيق بينهم من حيث نشر المعلومة وتقليص الوقت، لذا سعت بعض الدول العربية الناشئة على تحسين بعض محاور الأساسية التي يركز عليها الاقتصاد الرقمي والتي بدورها تساعدها على التقدم واطهار مستوى أدائها مقارنة بالدول المتفوقة في هذا المجال وفقا لأبعاد استراتيجية الاقتصاد الرقمي المتمثلة في<sup>1</sup> الأسس الرقمي والابتكار والمواطن الرقمي، وكذا الأعمال الرقمية والحكومات الالكترونية التي تبين الدول من خلالها قيمة مؤشر اقتصادها الرقمي الذي يؤهلها الى الارتقاء بالمعايير الدولية ذات الجودة العالية والتطور التكنولوجي، فقامت بوضع محاور معينة لبناء مؤشر اقتصادها الرقمي، والتي نذكرها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 2-7: محاور بناء مؤشر الاقتصاد الرقمي

المؤشرات	المحاور	الترتيب
البيئة السياسية	المؤسسات	1
الأمن والاستقرار السياسي		
الحكومة الفعالة		
البيئة التنظيمية		
جودة التنظيمات		

<sup>1</sup> مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020، (2021)، كوفيد-19 وضرورة التحول نحو الاقتصاد الرقمي، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، الطبعة الاولى، ص 29-30

سلطة وانفاذ القانون		
الثقة والامن الرقمي		
معدل القرصنة البرامج		
خوادم الانترنت الامنة		
الأمن الالكتروني		
الثقة والأمان على الانترنت		
مؤشر البنية التحتية للاتصالات	البنية التحتية	2
اشترابات الهاتف الخليوي المتنقل لكل 100 نسمة		
نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت		
اشترابات النطاق العريض الثابت(السلكي) لكل 100 نسمة		
الأجهزة النقالة -اشترابات النطاق العريض لكل 100 نسمة		
الأداء اللوجستي	التعليم والمهارات	3
القوى العاملة الحالية		
مهارات القوى العاملة الحالية		
مهارات القوى العاملة المستقبلية		
معدل محو امية الكبار %		
خدمات الأنترنت	الحكومة الالكترونية	4
المشاركة الالكترونية		
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكفاءة الحكومة		
المشتريات الحكومية لمنتجات التكنولوجيا المتقدمة		
التوجه المستقبلي للحكومة		

تعاون أصحاب المصلحة المتعددين	الابتكار	5
المنشورات العلمية		
طلبات براءات الاختراع لكل مليون نسمة		
نسبة الانفاق على البحث والتطوير من الناتج المحلي الاجمالي		
اهمية وكفاءة مؤسسات البحث	المعرفة والتكنولوجيا	6
شهادة الجودة من الناتج المحلي على أساس تعادل القوة الشرائية		
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانشاء النموذج المؤسسي		
صادرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات % اجمالي التجارة		
انشاء تطبيقات الهاتف المحمول الحديثة من الناتج المحلي على أساس تعادل القوة الشرائية	بيئة الاعمال الجاهزية الشبكية	7
سهولة ممارسة الأعمال		
سهولة بدء عمل تجاري		
سهولة حسم الاعسار		
سهولة الحصول على الائتمان		
شدة المنافسة المحلية		
حماية الاقلية من المستثمرين		
ثقافة ريادة الاعمال		
نمو الشركات المبكرة		
المواقف تجاه مخاطر تنظيم المشاريع		
الشركات التي تتبنى الافكار الرقمية		
الاستعداد لتفويض الصلاحيات		

التسويق عبر الانترنت		
نفقات البحث والتطوير من قبل الشركات		
الائتمان المحلي للقطاع الخاص % من الناتج المحلي الاجمالي	نمو سوق الخدمات المالية	8
تمويل الشركات الصغيرة و المتوسطة		
توافر راس المال المخاطر		
القيمة السوقية لسوق المال		
متانة الانظمة البنكية		
نسبة القروض المتعثرة من اجمال القروض		
جودة الحياة	التنمية المستدامة	9
المساهمة في اهداف التنمية المستدامة		

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على: مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020. ص 32-40

#### المطلب الرابع: خطط الاقتصاد الرقمي في بعض الدول الناشئة

لقد استوعبت حكومات الدول في العالم الى أن الاقتصاد الرقمي هو مجال نمو استراتيجي، حيث بذلت جهود مكثفة لتطوير البنية التحتية وكفاءات رقمية بهدف تعظيم القيمة المحتملة جراء الاقتصاد الرقمي، فقامت بعض الدول الناشئة بوضع استراتيجيات له،

حيث نجد أن الصين تفوقت كثيرا بقطعها لشوط كبير في التخطيط للاقتصاد الرقمي وتنفيذه، فقامت بإصدار خطط منها (2015) internet plus و خطة تطوير صناعة الروبوتات (2016) وكذا الارشادات الثلاثية للذكاء الاصطناعي (2016) لتصبح أكثر بلد متطور ولا مجال لمقارنتها ببقية الدول الناشئة في هذا المجال، بإصدار خطة اقتصادية رقمية مدتها 5 سنوات تحتوي على 300 استراتيجية من بنية تحتية رقمية، جعل الخدمات الرقمية عامة أثر شمولاً وتعزيز الحكومة والمراقبة والأمن السيبراني، كما أصدرت ماليزيا مخطط سنة 2021 للاقتصاد الرقمي عبارة عن 10 سنوات لتطلعات الحكومة الماليزية الى قائد اقليمي له، شملت الخطة دفع التحول

الرقمي الى قطاع عام، تعزيز الشفافية الاقتصادية من خلال الرقمنة، بناء بنية تحتية رقمية من خلال خلق موقع رقمي شامل وموثوق وأمن واخلاقي، ومن أهم مبادراتها Usahawan و Rezeki التي صدرت عام 2016، وخارطة الطريق الاستراتيجية الوطنية للتجارة الالكترونية عام 2016،<sup>1</sup>

أما دولة تركيا فهي تعمل على تكيف مع اتجاهات العالمية بسرعة التي تدفع الى التغيير في القطاعات الرئيسية، مثل تكثيف صناعة السيارات التركية بشكل كامل مع التحول نحو المركبات الكهربائية، حيث تمتلك تركيا رابع أكبر صناعة سيارات في أوروبا، وتدعم في المقام الأول مصنعي المعدات الاصلية للأسواق الأوروبية. لكن مازالت لم تستثمر في تحديث بنيتها التحتية تحتاج من أجل تلبية الطلب المتزايد على المركبات الكهربائية . و من أهم مبادراتها لتسهيل قاعدة تصنيع أكثر تنافسية، خاصة لدعم الاستثمارات في البحث والتطوير والتحول الرقمي والصناعة الرابعة العمل على أحدث تطور في تقنيات وعمليات التصنيع أو ما يسمى بالثورة الصناعية الرابعة، بهدف تحقيق استثمار ما يقرب 1,5 مليار دولار أمريكي سنويا لجعل تركيا مركز عالميا للإنتاج والتكنولوجيا والابتكار والتحول الرقمي.<sup>2</sup>

حسب تقرير (Mckinsey.Company-2019) يري أن البرازيل في صناعة الخدمات المالية جذابة، مع نمو الأصول بشكل أسرع من GDP والتخلف عن السداد الخاضع للسيطرة وانخفاض تكلفة الدخل مع نمو أرباح ثابت وعائد حقوق المساهمين بنسبة 44 %، ومع ذلك فان الصناعة شديدة التركيز، حيث تتمتع البرازيل باختراق لجميع المنتجات المالية بما في ذلك الحسابات المصرفية والائتمان خاصة على الأجل الطويل واستثمارات التأمين، حيث تحول عملاء البنوك الى الرقمنة، وأكثر من نصف نشاطهم للخدمات المصرفية عبر الأنترنت أو الهاتف المحمول، وأكثر من نص المعاملات المصرفية الكترونية، حيث أن هناك أكثر من 400 شركات FinTech نشطة في البرازيل مما يعكس بنيتها التحتية في الرقمنة،<sup>3</sup>

لقد شهدت الهند ارتفاع حاد في اعتماد الأنشطة الرقمية مثل المدفوعات الرقمية، التجارة الالكترونية، التعلم عبر الأنترنت وتوصيل الطعام وفق البنك الدولي فان أكثر من 80 مليون هندي قاموا بأول دفعة رقمية بعد بداية

<sup>1</sup> Rachel Gong and Yeu.Mynn Yeung(2022).Digital economy mans : Comparing Malaysia and China. Kasanah research institute views. Kri. 06may 2022/ P2

<sup>2</sup> Famer Engin.(2022). Digital Transformation Turkiye. Risks and Opportunies. Senior regional manager.Turkiye. levant and central asia.P 1

<sup>3</sup> Mckinsey Company.(2019) Brazil Digital Report. 1st Edition april 2019. P 131

كوفيد-19، حيث سجلت الهند 23 مليار معاملة، كما تشير التقديرات الأخيرة الى أن ما يقرب 30 مليون هندي يستخدمون UPI مما يجعل الهند أكبر نظام دفع رقمي في العالم بعد الصين مما يعكس اهتمام الحكومة الهندية بتطوير الجيد للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالرغم من انخفاض أرقام دخل الفرد فان القيمة الاجمالية السنوية للمعاملات الرقمية أعلى مقارنة بالعديد من الدول النامية وحتى الدول المتقدمة مثل كندا واستراليا، حيث أبرمت شركات التجارة الالكترونية الناشئة 279 صفقة وجمعت 107 مليار دولار امريكي سنة 2021. وحصة سوقية ب 41,5 % عام 2022، مما يدل على التوسع الشامل للتجارة الالكترونية في الهند وعلى تحكمها الكبير في التقنيات التكنولوجية الحديثة.<sup>1</sup>

لقد شهدت دولة جنوب افريقيا نمو سريع وعالي من الرخاء الاقتصادي ، حيث تعتبر الوجهة المفضلة في افريقيا بالرغم من صغر مساحتها، حيث تعتمد قطاعاتها على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والقطاع الرقمي، وتكتسب ميزة كبيرة لشبكات الكابلات الاتصال تحت سطح البحر بحكم موقعها الجغرافي، حيث جذب معدل انتشار الانترنت المرتفع فيها لاستثمارات من شركات عالمية التي بدأ في توسع ماكنة جنوب افريقيا كمركز هبوط تحت سطح البحر ونقطة دخول لتلك الشركات. ومن المتوقع ان يزيد استثمارهم في شركة الكابلات البحرية 6.7 مليار دولار أمريكي في GDP لدولة جنوب افريقيا، ويضيف 180 الف فرصة عمل غير مباشرة نتيجة لأثر الاقتصادي الواسع النطاق لبنية التحتية، كما تعسى Google الى معالجة مسالة تخزين البيانات من خلال منطقة Google Cloud على الاطلاق في افريقيا. مما يكسب الدولة مليار دولار و 40 مليار دولار فرصة عمل غير مباشرة للاقتصاد. كما ستقوم شركة Microsoft بتعزيز مؤسسات صغيرة ومتوسطة من خلال استثمار بقيمة 63.6 مليار دولار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خدمة مجتمع الدولة، كما عززت الدولة مؤسسات التعليم العالي أصابعها على نبض الاقتصاد الرقمي مثل جامعة جوهانسبورغ مؤخر.<sup>2</sup>

### المبحث الثاني: عموميات حول التجارة الالكترونية

<sup>1</sup> IPCIDE Team.( 2023). **State of India's Digital economy**. indian council for research on international economic relations.Fabruary 2023.P38.

<sup>2</sup> Brand South Africa.(2024). **Development within South Africa's Digital Economy. Underscored as a sSolution to economic Growth..**06 june 2024



تعتبر التجارة الالكترونية من أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي حيث عرفت انتشارا واسعا مؤخرا معتمدة على استخدام تكنولوجيا المعلومات في كل المجالات وأصبحت كل معاملاتها التجارية الكترونية باعتماد الانترنت سواء بين الأفراد أو المؤسسات أو حتى بين الحكومات.

### المطلب الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية ومراحل تطورها

#### 1. نبذة عن نشأة التجارة الالكترونية:

كان ظهور التجارة الالكترونية قبل ظهور شبكة الأنترنت الدولية بفترة طويلة، وابتدأ من أبسط تعريف لتجارة الالكترونية، وهي التي تتم عبر أي وسيط الكتروني فان استخدام التلفون والفاكس في اجراء المعاملات التجارية ، يدخل في ضمن تعريف التجارة الالكترونية،<sup>1</sup>

في حين أن بدايات التجارة الالكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر مع تنسيق خاص يعمل على توزيع البيانات الخاصة بالمشروعات التجارية، وهو ما يعرف بالبيانات الالكترونية، وهو وسيلة لنقل البيانات بين المؤسسات عبر نطاق مغلق، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع البطاقات الائتمان، والعديد من المعاملات الأخرى خلال العقود الثلاث الماضية.<sup>2</sup>

ان أول تطبيقات ربط أجهزة الكمبيوتر بواسطة قناة المفردة، وبعدها تطورت لتصبح الربط بواسطة قنوات متعددة الذي كان في سنة 1969 لما نفذت وزارة الدفاع الأمريكية مشروع شبكة عمليا وأطلقت عليه اسم ARPANET. حيث ربطت الشبكة مجموعة من الجامعات الأمريكية بأربع عقد مكونة من أجهزة كمبيوتر عملاقة، بهدف نقل المعلومة بسرعة هائلة بينهم، وفتحت للباحثين فرصة الاستفادة المشتركة من موارد أنظمة الكمبيوتر لديهم برغم بعد المسافات.<sup>3</sup>

في أواخر الثمانينات، ومع تزايد مستخدمي الكمبيوتر الشخصي وتعودهم عليه، تم دمج الشبكات البحثية و الاكاديمية فيما نسميه الآن بالانترنت، وبحلول سنة 1991 بدأ تنفيذ خطط خصصة الانترنت، وقد اكتملت خصصتها أساسا في عام 1995 بعد تحويل الوصلات الأساسية بالانترنت لمجموعة من الشركات الخاصة. صاحبها ثورة الانترنت ثورات في كل المجالات كالتجارية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية. وعليها

<sup>1</sup> مصطفى كمال طه، وائل انور بندق، (2005)، الاوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، ص 325

<sup>2</sup> عماد الجداد، (2003)، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، مصر، ص 11

<sup>3</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، (2009)، التجارة الالكترونية، دار المناهج، عمان، الاردن، ص 103.

ظهرت التجارة الالكترونية ، ومن أهم القصص الناجحة في مجال التجارة المحلل المالي **Jeff Bezos** الذي انتبه لسرعة انتشار الأنترنت ، فقام بوضع قائمة من عشرين منتج غير متاح عبر سوق على شبكة الأنترنت، وبعد تحليله المكثف استنتج أن الكتب حققت المرتبة الأولى في المبيعات، حيث بلغ رقم أعمال الشركة التي أسسها (**Amazon.com**) لبيع 2 مليون دولار في السنة، ومع النمو السريع لشركته قرر توسيع عمله بربط مع مواقع أخرى وتنويع المنتجات، بحيث أصبحت أمازون تمثل سلة منتجات متنوعة بما فيها الالكترونيات، البرمجيات، الفنون والأجهزة المنزلية، وبهذا أصبحت شركة أمازون من أنجح الأمثلة في مجال التجارة. <sup>1</sup> إلى أن انتشرت أنشطتها بشكل واسع خلال العقدين الأول والثاني من القرن الواحد والعشرين، حيث شهدت نمو واسع خلال عام 2020 نتيجة الاغلال تقريبا الكلي بسبب جائحة كوفيد-19.

### 2. مراحل تطور التجارة الالكترونية: <sup>2</sup>

لقد مرت التجارة الالكترونية تقريبا بثلاث مراحل من خلال التطرق الى نبذة عن ظهورها ونشأتها وسنحاول توضيحها بإيجاز على النحو التالي: <sup>3</sup>

#### • المرحلة الأولى: التحويل الالكتروني للأموال ( Electronic Funds Transfer )

ترجع هذه المرحلة الى بداية تطبيق التجارة الالكترونية في أوائل السبعينيات من القرن الماضي، منذ ظهور التحويلات الالكترونية للأموال بين المشتري والبائع ونقل الأموال من حساب الى حساب آخر بدلا من كتابة الصكوك التقليدية واجراءات التحصيل النقدي.

#### • المرحلة الثانية: تبادل البيانات الرقمية ( Electronic Interchange )

بدأ ظهور التبادل الالكتروني للبيانات في نهاية عام 1970 واستمر حتى بداية عام 1982. حيث سمحت التجارة الالكترونية بتبادل المستندات والبيانات مثل أوامر الشراء والفواتير الكترونيا. وربطت بين الشركات الرئيسة للموردين الفرعيين أو بين الشركة الأم وفروعها، حيث ساهم ذلك في انخراط الشركات في هذه الأنشطة خاصة

<sup>1</sup> مسعود جماني، (2018-2019)، اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وامكانية استفادة الجزائر من التجربة الفرنسية، اطروحة مقدمة لنيل

شهادة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص ادارة اعمال، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، ص 58. 59

<sup>2</sup> بورحلة زهرة، (2022-2023)، مرجع سابق، ص 110، 111

<sup>3</sup> جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، (2021)، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، ص 8-9

المؤسسات المالية والمصانع وبائعي التجزئة، كما ظهرت تطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل بيع وشراء الأسهم في الأسواق المالية.

• المرحلة الثالثة: التجارة الالكترونية ( Electronic Commerce )

استفادت التجارة الالكترونية من الانتشار الواسع الذي حققته الشبكة العالمية للمعلومات، وتم تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية بصورة كبيرة بداية من عام 1995, كما شهدت هذه المرحلة بدايات الاعلانات عبر الشبكة العالمية للمعلومات والمزادات، لدرجة أن الشركات الكبيرة والمتوسطة الحجم قامت بإنشاء مواقع لها على الشبكة العالمية للمعلومات، نجد على سبيل المثال شركة جنرال موتورز لها أكثر من 18000 صفحة على موقعها الالكتروني، وأكثر من 98000 رابط لمنتجات الشركة وخدماتها ووكلائها. كما سعت الشركات والمؤسسات الى تأكيد حضورها في التجارة الالكترونية على الأنترنت ، ومن خلال هذا فقد مرت التجارة الالكترونية عبر ثلاث مراحل نوجزها في الجدول التالي:

الجدول رقم 2-8: مراحل تطور التجارة الالكترونية

مرحلة تقديم المعلومات	مرحلة التفاعل	مرحلة التكامل
يتم ذلك بتطوير موقع الوب الأساسي ويكون الموقع بسيطاً تماماً في اعلان ويحصلون الزبائن عن طريق هذا الموقع على المعلومات حول المنتجات التي يريدون شرائها ويعرفون أكثر عن الشركة ومنتجاتها	هي المرحلة الثانية لتطوير التجارة الالكترونية وتتمثل في التفاعل مع تقديم المعلومات، فان الموقع يقدم للزائرين القدرة على التفاعل مع الشركة باستخدام مواقع الوب، النوع الأول للتفاعل هو استخدام البريد الالكتروني للحصول على معلومات أكثر. للاستفسار أو الاتصال بأفراد معينين في الشركة ما بعد البريد الالكتروني، يمكن للشركة أن تضيف قاعدة بيانات تمكن الزبائن من البحث،	الشركات التي تريد أن تأخذ ميزة كاملة من الأنترنت في أعمالها تتحرك للتكامل الكامل وفي هذه المرحلة فان صفحات الزبائن لكها يمكن أن تتجز باستخدام الأنترنت، وأن الزبائن يمكن أن يحصلوا على كل ما هو ضروري عن المنتج من الأسعار الى الشحن.. الخ، كما تتاح لهم فرص الطلب للمنتجات حسب الحاجة والدفع من أجل الطلب للمنتجات حسب الحاجة والدفع من أجل الطلبية، تعقب

<p>وبالتالي هم يستطيعون أن يعرفوا تكاليف المنتج، رسوم الشحن، ويحددوا كم يأخذ التوريد من الوقت، وفي هذه المرحلة قد تستخدم الشركة صور ثلاثية الأبعاد ، وكليبات فيديو قصيرة ونماذج مبسطة من أجل الزبائن للاختبار.</p> <p>الشحنة حتى يستلمها أن الشركات ذات التكامل الكامل لا تعني بالضرورة أنها أصبحت شركات الدوت كوم المجردة، فالكثير من أنشطتها يمكن أن تنجز من خلال الطرق التقليدية. ولكن الزبائن سيكونون قادرين على اكمال صفقات أعمالهم مع الشركة باستخدام الأنترنت، ان التطور الراهن يتمثل في توظيف الأنترنت من أجل المزيد من التجارة الالكترونية الديناميكية سواء في نماذج الأعمال الجديدة أو تنوع أنماط الصفقات أو الصفقات من الشركة الى الجميع كما في المزادات المعاكسة أو الصفقات حسب الطلب</p>	<p>وبالتالي هم يستطيعون أن يعرفوا تكاليف المنتج، رسوم الشحن، ويحددوا كم يأخذ التوريد من الوقت، وفي هذه المرحلة قد تستخدم الشركة صور ثلاثية الأبعاد ، وكليبات فيديو قصيرة ونماذج مبسطة من أجل الزبائن للاختبار.</p>
---	--

• المصدر: بورحلة زهرة، 2022-2023. دراسة دور التجارة الالكترونية في النمو الاقتصادي، حالة عينة من الدول العربية،

اطروحة دكتوراه ، جامعة مستغانم- عبد الحميد ابن باديس، الجزائر، ص111

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن ميول التجارة الالكترونية متجه نحو تجارة الخدمات أكثر من تجارة السلع، ما يتماشى مع نظرة منظمة التجارة العالمية لها والخاص بالتجارة في الخدمات المؤرخ في 1999، الذي يهدف الى تزويد الخدمات بالطرق حديثة التقنية وذلك حسب اتفاقية عامة للتجارة في الخدمات كون أن العوامل التي تؤثر على التوريد الالكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> طروبيا نذير،(2017)، التجارة الالكترونية كالية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدول العربية على ضوء الهدف الثامن من الاهداف الانمائية لللفية ، مجلة الاقتصاد وادارة، المجلد 01، العدد03، ص 32

### 3. مفاهيم عامة حول التجارة الالكترونية:

هناك عدة تعاريف للتجارة الالكترونية المتكونة من كلمتين هما التجارة والالكترونية نذكر منها ما يلي:

**التجارة:** تمثل النشاط التجاري الذي من خلاله تتداول السلع والخدمات وفق لأسس وقواعد متفق عليها.<sup>1</sup>

**الالكترونية:** يعني بها القيام بأداء النشاط الاقتصادي (التجاري) باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

الحديثة مثل شبكة الأنترنت.<sup>2</sup>

عرفها الدكتور عبد الرحمن الصغير(2019) كذلك على أنها: شراء وبيع، توزيع، أو تسويق السلع

والخدمات، أو ارسال الأموال أو البيانات، عبر نظم الاتصالات الالكترونية مثل الأنترنت وشبكات الكمبيوتر

الأخرى، حيث تحدث هذه المعاملات التجارية على عدة أشكال أهمها الأعمال التجارية (B2B)، أو من

المنظمات التجارية الى المستهلك (B2C)، أو من المستهلك الى المستهلك (C2C). كما يطبق تسمى باللغة

الانجليزية **Electronic commerce** ومرات يطبق عليها **e-commerce**.<sup>3</sup>

**التعريف الثاني:** التجارة الالكترونية هي نظام يتيح عبر الأنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات

والمعلومات. كما يتيح أيضا الحركات الالكترونية التي تدعم توليد العوائد، مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك

السلع والخدمات والمعلومات، وكذا عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء عبر الأنترنت.<sup>4</sup>

**التعريف الثالث:** تعرف التجارة الالكترونية على أنها جميع العمليات والأنشطة التي لها صلة بشراء وبيع السلع

والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت أو أي شبكة أخرى مثل الشبكات العالمية أو الشبكات المحلية.<sup>5</sup>

**التعريف الرابع** عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للتجارة الالكترونية: على أنها جميع أشكال

المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات. سواء

<sup>1</sup> معيزي قويدر،(2011)، التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتنا ومتطلبات نجاحها، الملتقى الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة،الجزائر،26-27 افريل، ص 2

<sup>2</sup> صدام محمد محمود الحياي و اخورن،(2006) اثر التجارة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد02، العدد03، ص 138

<sup>3</sup> عبد الرحمن الصغير، عباس البرق، ايمان الشمري(2019)، التسويق الدولي، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص282

<sup>4</sup> هاني وجيه العطار، مرجع سابق، ص 15.

<sup>5</sup> نوال عبد الكريم الاشهب،(2015)، التجارة الالكترونية، دار امجد للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان ، ص129

كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة. هذا بالإضافة الى شمول الأثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية.<sup>1</sup>

**التعريف الخامس (G.Bergendahl-2005):** يرى أن التجارة الالكترونية هي نشاط يستخدم شبكة الكمبيوتر (الأنترنيت) من أجل تبادل المعلومات حول المنتجات والخدمات كما في ذلك الأسعار بغرض شراء وبيع المنتجات أو الخدمات والمعلومات عبر الأنترنيت، اذ مثلت تغيير جذري بأنظمة الكمبيوتر ومبادئ العملاء، واقامة علاقة وثيقة معهم بتطوير ولانهم من خلال التسويق واللوجستيات، و الهدف من تطوير الأساليب هو تخفيض التكلفة، و أن يكون ربح الأكبر للتجارة الالكترونية من خلال الأعمال التجارية ( B2B ) مقارنة بتجارة (B2C).<sup>2</sup>

**التعريف السادس:** يمكن تعريف EC على أنها استخدام الأنترنيت لأجراء المعاملات التجارية محليا أو دوليا، فأصبحت تأخذ دورين مهمين، الأول كفاءة أكثر فاعلية وكفاءة في تجميع المعلومات، والثاني كأليه محتملة لاستبدال العديد من الأنشطة الاقتصادية التي أجروها مرة واحدة داخل المؤسسة التجارية من قبل تلك التي يمكن القيام بها من قبل الموردين الخارجيين الذين يتنافسون مع بعضهم البعض لتتنفيذ هذه الأنشطة.<sup>3</sup>

ومن خلال التعاريف ان التجارة الالكترونية تركز على استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات في اجراء المبادلات الكترونيا، حيث تعتبر **الأنترنيت** ركيزة التجارة الالكترونية والتي عرفت على أنها:<sup>4</sup> واحدة من أهم الخدمات التفاعلية، فهي عبارة عن شبكة عنكبوتية مؤلفة من شبكات حاسوبية ترتبط ببعضها البعض بطريقة تمكن المستخدم من البحث والوصول الى المعلومات التي يوفرها الآخرون. كما يوفر تشكيلة متنوعة من النشاطات التي تضمن السير الحسن للشبكة.

مصطفى صافية، علماوي احمد،(2020)، الأنترنيت كركيزة للتجارة الالكترونية، مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 04، العدد 02 ص25

<sup>2</sup> Goran.Bergendahl(2004).Models for Investment in Electronic Commerce- Financial Perspectives with Empirical Evidence. P363

<sup>3</sup> Nuray Tirzia(2011). The impact of E-Commerce on Internatioanl Trade and Employment. P 746

<sup>4</sup> ضيف الله نسيمية،(2016-2017)، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على تحسين جودة العملية التعليمية، دراسة عينة من الجامعات الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير منظمات، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، ص 35

في حين عرفت تكنولوجيا المعلومات على أنها: تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الادارة على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال اتخاذ القرارات في الشركة، فهي أداة تعتمد على الحاسوب لمساعدة الأفراد على التعود على العمل مع المعلومات.

كما أن هناك عدة تعاريف للتجارة الالكترونية التي تم تصنيفها وفقا للمنظور الذي يتم من خلاله تناول تلك الظاهرة الرقمية وسوف نتطرق لها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 2-9: بعض تعريفات التجارة الالكترونية من مختلف المناظير

أهم مناظير	تعريفات التجارة الالكترونية
من منظور الاتصالات <b>Communication</b>	هي المقدرة على تسليم المنتجات أو الخدمات أو المعلومات أو اتمام عملية الدفع عبر الشبكات مثل شبكة الانترنت و شبكة الويب أو حتى عبر الهاتف الخليوي Mobile Phone
من منظور الواجهة المقابلة <b>InterFace</b>	يمكن أن تكون مسؤولة عن مختلف المعلومات وتبادل العمليات التجارية، أي يمكن أن تكون العملية بين طرفين في شكل: B2B, B2C, B2G, C2C
من منظور الحركات التجارية <b>Business Process</b>	تتضمن نشاطات بدورها تدعم التجارة الكترونيا باستخدام وسائل شبكات الاتصالات نفسها لمختلف التصنيفات للتجارة الالكترونية في مختلف أشكالها أي B2B ،، الخ
من منظور المباشر <b>Online</b>	تعتبر EC بيئة تمكن وتسهل عملية البيع والشراء للمنتجات والخدمات عبر الأنترنت، سواء كانت منتجات ملموسة مثل الكتب وأجهزة الفيديو وغيرها،

<sup>1</sup> محمد الأمين عسول، (2015-2016)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق جودة التعليم العالي، دراسة حالة بعض المؤسسات الجامعية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، جامعة خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 42.

أو تكون غير ملموسة مثل شراء معلومات معينة أو كتب الكترونية، أو خدمات مثل استشارات أو اخبار معينة.	
تتضمن EC الكثير من الوسائل المستخدمة مثل: البيانات، النصوص، صفحات الأنترنت، طريقة الاتصال، الأنترنت وغيرها.	من المنظور الهيكلي <b>Structural</b>
هي شبكة عالمية واسعة الانتشار، حيث يمكن للبائع المحلي فتح متجر على الأنترنت من خلاله بيع المنتجات لكل العالم الموجودين على الكرة الأرضية، كما يمكنه الاتصال مع كل من الزبائن والموردين والمنافسين والمؤسسات التي تقدم الخدمات المالية وغيرهم.	من منظور الاسواق <b>Market</b>
تعني EC تأمين الاطار الخاص بالتعاون داخل المنظمات من جهة، وبين المنظمات من جهة أخرى	من منظور التعاونية <b>Collaborative</b>
تعني EC هنا التمكن من التدريب والتعليم، على الخط المباشر، في المدارس والجامعات وغيرها من المنظمات وبما فيها منظمات الأعمال.	من منظور التدريب والتعليم والتعلم <b>Online Training and education</b>
هي أداة التي تحدد رغبة كل من الحكومات، والمنشآت والزبائن، وادارة المؤسسة في تخفيض التكاليف، وفي نفس الوقت الذي يتم فيه تحسين جودة الخدمة وتسريع ايصالها للزبون.	من منظور تحسين الخدمة وتقليص النفقات <b>Cost while improving its quality Cut Services</b>
تعني التجارة الإلكترونية توفير الملتقى والمكان للأفراد المجتمع للأعراض التعامل، من جهة والتعلم والتعاون من جهة أخرى.	من منظور افراد المجتمع <b>Community Members</b>

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على \* خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية، من منظور تقني وتجاري واداري،

2017، ص 31-32. \* عامر ابراهيم قنديلجي، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، 2016، ص 34،



من خلال التعاريف المتعددة السابقة يمكن القول أن التجارة الالكترونية هي نشاط تجاري يتم باستخدام تكنولوجيا متقدمة، تقوم EC بعمليات بيع أو شراء سلع أو خدمات أو حتى معلومات و تكون بين أطراف سواء أفراد أو مؤسسات أو حتى حكومات(المشتري، البائع، المنتج)، تعتمد الأطراف في اجراء معاملاتهم التجارية عبر شبكة الأنترنت التي تتعدى كل الحدود الجغرافية ، و تكون معاملات التبادل الكترونيا والدفع الكتروني أيضا عبر جهاز الي، ما يساعد على كسب الوقت وتقليص التكلفة بدون تحديد المكان الجغرافي، وربما هذا هو الفرق أو الميزة التي تتميز بها التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية، والمتمثل في السرعة في غزو الأسواق العالمية من حيث البيع والشراء والسعر والوصول الى المعلومة والعملاء بأقل جهد ووقت وتكلفة مقارنة بالتجارة التقليدية.

ومن خلال الجدول التالي نحاول ايضاح أهم الاختلافات بين التجارة الالكترونية والتقليدية من حيث خطوات المتبعة خلال عملية البيع:

الجدول رقم 2-10: مقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية<sup>1</sup>

خطوات عملية البيع	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات، الكتالوجات، الممثلين	صفحة الويب
طلب السلعة	رسالة بريدية، استمارة	بريد الكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، استمارة قوائم	بريد الكتروني
مراقبة السعر	كتالوج	كتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف، فاكس	-
تقديم الطلبية	استمارة مطبوعة	صفحة الويب- بريد الكتروني
بعث -استقبال الطلبية	فاكس، برفية-مراسلة	التجارة الالكترونية
اعطاء الاولوية لطبية معينة	-	قاعدة بيانات على الخط

<sup>1</sup> مصطفى صفية، علماوي احمد، مرجع سابق، ص59

قاعدة بيانات على الخط- صفحة الويب	استمارة مطبوعة، هاتف، فاكس	مراقبة الوفرة في مكان التخزين
قاعدة بيانات على الخط	استمارة مطبوعة	تحرير الفاتورة
-	موزع	استقبال السلعة
بريد الكتروني	استمارة مطبوعة	تأكيد وصول السلعة
بريد الكتروني EDI	برقية/ مراسلة	اسال/استقبال الفاتورة
قاعدة بيانات EDI	استمارة مطبوعة	استحقاق الدفع
EDI-EFT	برقية/ مراسلة	اتمام الدفع

المصدر: مصطفى صفيه، علماوي احمد(2020)، الانترنت كركيزة للتجارة الالكترونية،

من خلال الجدول نلاحظ أن التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية لهما نفس المبدأ المتعلق في عملية بيع أو شراء السلع والخدمات لكن يختلفان في مدى توثيق لها كون أن أسلوب التجارة الالكترونية غير ملموس عكس أسلوب التجارة التقليدية وكلا منها وطريقة تنقيدها للعمليات التجارية.

**المطلب الثاني: أهداف وخصائص، مزايا ومعوقات التجارة الالكترونية:**

### 1-أهداف التجارة الالكترونية:

تعمل التجارة الالكترونية على تحقيق مجموعة من الأهداف التي تساعد في نشرها نذكر أهمها:<sup>1</sup>

- تعمل على زيادة نطاق السوق من خلال تجاوز الحدود الجغرافية والاقليمية أمام السلع، وهو أهم شيء حققتها حتى هذا الوقت وترتكز عليه التجارة الالكترونية.
- تسعى على زيادة معدلات الوصول الى العملاء، والتواصل معهم مباشرة، وتوطيد العلاقة بين زبائنها وعملائها الفعليين والمحتملين من خلال الحرص على تحقيق الأمان لهم.

<sup>1</sup> عامر ابراهيم قنديلجي،(2016)، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة ، عمان، مرجع سابق، ص 35.36

- تقليص التكاليف سواء في الانتاج أو التسويق أو التوزيع، مقارنة بتكاليف التجارة التقليدية وذلك حسب طبيعة التجارة الالكترونية.
- تحقيق السرعة في أداء الأعمال، في ضوء التحول نحو استثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستثمار تطوراتها وتحولاتها المعاصرة وكذا الاعتماد عليها.
- العمل على توسيع الفئة المستهدفة من خلال البحث عن عملاء جدد والوصول اليهم، وجذبهم للشراء من خلال عرض عليهم أهم مزاياها وكذا طبيعة التعامل لضمانهم.
- اللجوء الى عمليات التفاوض في كل من التسويق والبيع والشراء، وكذا اجراءات الدفع والتسديد من خلال شبكة الأنترنت، وعرض ما تقدمه من تسهيلات في اجراء عملية المبادلة التجارية.
- العمل على تقديم وتحسين الخدمة المقدمة للزبائن، وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة، لإبراز الفرق بينها التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية، وترسيخ الصورة الجديدة في ذهن الكثير من الزبائن والعملاء.
- العمل على قيام سوق عالمي الكتروني وتأمين بيئة تمكن الزبائن من التحكم بشكل أكثر فعالية في عملية الشراء، وكذا سهولة حصولهم على المعلومة حسب طلبهم.
- تحقيق وجود تبادل تجاري سواء كانت تجارية أو خدمية، ووجود عدة أطراف تتعامل مع بعضها البعض معتمدة على التكنولوجيا أو الجانب الالكتروني أي عبر الأنترنت عند تطبيقها،

### 2. خصائص التجارة الالكترونية:

- للتجارة الالكترونية مجموعة من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية نذكر منها ما يلي:<sup>1</sup>
- \* تعتبر التجارة عاملا محفزا للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية الالكترونية بشكل مستمر، حيث تتخذ المنافسة أقصى أشكالها، مما يساعد على تطوير القدرات التنافسية، من أجل تقديم أفضل سلعة أو خدمة للمستهلك الالكتروني.

\* تعتبر التجارة الالكترونية أنها آلية فعلية عالمية جدا، ذلك أنها وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر، فلو أن احدى الشركات أعلن عن بضائعها عبر التلفاز فمن الممكن يتوصل العميل مع المعلن عبر الجهاز، ولكن هذا التواصل أصبح ممكنا عبر التجارة الالكترونية.

\* التجارة الالكترونية لا تشترط وجود مكان جغرافي محدد يجمع بين البائع والمشتري، انما يكون مكان التبادل عبر شبكة الأنترنت، أي سوق الكتروني يجمع كل المبادلات التجارية.<sup>1</sup>

\* تعمل الأنترنت والتجارة الالكترونية على توسيع فرص المعاملات التجارية بين الشركات والأعمال التجارية والمستهلكين بشكل كبير عبر الحدود بالنسبة للأعمال التجارية والمعاملات الاستهلاكية على وجه الخصوص، حيث تشكل الأنترنت ثورة محتملة في التجارة العالمية، اضعاف الطابع الفردي على التجارة يمنح المستهلكين القدرة على اجراء معاملة مباشرة مع بائع احبني دون السفر الى بلد البائع، كما يسنح للبائعين بوضع واجهات محلاتهم على شكل صفحات الويب أمام المستهلكين في جميع أنحاء العالم ما يدل على توسع التكنولوجيا في السوق الاستهلاكية بدرجة غير مسبوق.<sup>2</sup>

وهناك خصائص أخرى تتميز بها التجارة الالكترونية نذكر منها:<sup>3</sup>

\* الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية، فالوسائط الالكترونية المستخدمة كالأنترنت لا تعرف حدود مكانية أو جغرافية.

\* غياب المستندات الورقية للتعاملات في التجارة الالكترونية، حيث تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات والسندات كإرسال الحوالات المالية، وبالتالي عملية التبادل الالكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية،

\* يتم التلافي بين البائع والمشتري عبر الأنترنت وبالتالي نادرا ما يعرفون بعضهم.

\* امكانية عرض المنتجات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة.

\* امكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه.

\* تسهم التجارة الالكترونية في تحفيز الشركات لكي تطور خدماتهم بشكل مستمر

<sup>1</sup> يتوجي سامية، (2020)، الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية مجلة الاجتهاد القضائي المجلد 12، العدد 2 ال 4 ص 76

<sup>2</sup> Nuray Tirzia، (2011). The impact of E-Commerce on International Trade and Employment. P 746

<sup>3</sup> باسم غدير غدير، مرجع سابق، ص 76.

### 3. مزايا التجارة الالكترونية:<sup>1</sup>

#### - على مستوى الأفراد:

- \* تتيح امكانية التسوق في مختلف الأسواق العالمية بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة بطريقة واضحة.
- \* خدمة مواقع التجارة الالكترونية بدون توقف وعلى مدار الساعة.
- \* تمنح فرصة أكبر للمفاضلة بين السلع والخدمات.
- \* كسب الوقت وتوفير الجهد الذي يهدر بسبب البحث التقليدي.

#### - على مستوى الأعمال:

- \* تتيح فرصة التوسع والدخول الى أسواق جديدة بأقل جهد ووقت باستخدام تكنولوجيا التجارة الالكترونية.
- \* انخفاض التكلفة مقارنة بأنشطة التجارة التقليدية الى حد كبير ، حيث أنها لا تحتاج الى متاجر أو معارض أو مخازن أو مجتمعات لتسويق مكثفة بوضع موقع على الأنترنت.
- \* تعتبر المواقع الالكترونية وسيلة اعلامية تعبر عن الشركة.
- \* امكانية تلقي أمر الشراء وتنفيذها للعملاء دون مقابلة شخصية.
- \* وجود فرصة السداد الالكتروني.

#### - على مستوى القومي:

- \* امكانية فتح أسواق عالمية جديدة وسهولة غزوها.
- \* تمنح فرصة تصديرية أكبر مما يؤدي الى تحسين الميزان التجاري وتدفق العملة الأجنبية.
- \* التعرف على مزايا التنافسية التي تتمتع بها المنتجات والخدمات المحلية.
- \* مواكبة التقدم التكنولوجي العالمي.

كما تقدم التجارة الالكترونية فوائد كثيرة التي يمكن أن تستفيد منها الشركات و المؤسسات بشكل كبير نذكر

منها:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> طرشي محمد. د بوفليج نبيل، (2018)، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14. العدد 19. ص 38-39.

- تخفيض انشاء وتوزيع وحفظ واسترجاع المعاملات الورقية.
- القدرة على انشاء تجارات متخصصة جدا مما يسهل على الزبون عملية الطلب ويعود بالأرباح على الشركة.
- الاعتماد على ما يسمى عملية السحب، ومبدأ هذه الطريقة هو بعد الحصول على طلب تجاري من قبل الزبون، يتم التصنيع الوقي المناسب **Just-in-time**. وفقا للطلب على المواصفات التي يحددها الزبون أيضا. وأكبر مثال على ذلك شركة DELL لتصنيع الحواسيب.
- تختصر التجارة الالكترونية على الوقت ما بين دفع الأموال على السلع والخدمات.
- زيادة المبيعات عن طريق الترويج، حيث يتم عرض أفضل قوائم المبيعات لترويج وزيادة المبيعات لهذه المنتجات وبالتالي زيادة الانتاج.
- بالإضافة الى فوائد أخرى تشمل تحسن صورة الشركة ورفع الانتاجية، وأخيرا زيادة المرونة في التعامل وخفض تكاليف المواصلات.

### 4. معوقات تطبيق التجارة الالكترونية:

- يمكن حصر أهم المعوقات التي تؤخر في تطبيق التجارة الالكترونية في النقاط التالية:<sup>2</sup>
- غياب منظومة قانونية تحكم التعاملات التي تخص التجارة الالكترونية.
- الاحجام عن كشف المعلومات الخاصة كرقم بطاقة الائتمان وغيرها، وذلك لغيب عنصر الأمان، والاجراءات التي تتبعها بعض البنوك قبل منح هذه البطاقات، مثل المطالبة بإيداعات نقدية مساوية للسقف الائتماني للبطاقة، مما يحد بالتالي من انتشارها.
- عدم اتباع شركات التخليص والشحن سياسة الدفع عند التسليم.
- عملية التنقل في المواقع عملية مملة وشاقة وذلك بسبب بطء الشبكة أحيانا.
- احادية اللغة المستخدمة في معظم المواقع.
- بطء الاستجابة لطلبات الشراء وأليات التسليم والتوزيع.

<sup>1</sup> باسم غدير غدير، مرجع سابق، ص 76

<sup>2</sup> باسم غدير غدير، مرجع سابق، ص 73

المطلب الثالث: تصنيفات وأشكال التجارة الالكترونية

1- تصنيفات التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من تصنيفات التجارة الالكترونية، منها تصنيفات المعاملات القائم على طبيعة النشاط التجاري، أو التصنيف بحسب المنتجات والخدمات، هناك أيضا التصنيف القائم على حسب وسائل الدفع وربما أهمها وأشهرها التصنيف القائم على الطرفين المشاركين في العملية التجارية عبر الأنترنت. الذي يجمع بين المستهلك، ووحدات الأعمال والمؤسسات، والشركات والحكومات.

الشكل رقم 2-3: تصنيفات أنواع تطبيقات التجارة الالكترونية

	الحكومة والادارة المحلية G	وحدات الأعمال B	العملاء و المستهلكين C
العملاء والمستهلكين C	<b>G2G</b> مثل التنسيق	<b>G2B</b> مثل المعلومات	<b>G2C</b> مثل المعلومات
وحدات الأعمال B	<b>B2G</b> مثل المشتريات	<b>B2B</b> مثل الاعمال الالكترونية	<b>B2C</b> مثل التجارة الالكترونية
الحكومة والادارة المحلية G	<b>C2G</b> شكاوي ، ضرائب	<b>C2B</b> مثل مقارنة الاسعار	<b>C2C</b> مثل الاسواق، المزادات

المصدر: <https://www.ispo.ccc.be/commerce>

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن هذا التصنيف يشمل تسعة أقسام أساسية لأنشطة التجارة الالكترونية

المتتمثلة فيما يلي:<sup>1</sup>

1- من مؤسسات الأعمال الى المستهلكين (Business to Consumer ( B2C):

في هذا النوع من التجارة يكون العامل بشكل أساسي بعمليات البيع المباشر بين الشركات والمستهلكين، هنا يقوم المستهلك بتصفح الموقع الالكتروني للشركة عبر الأنترنت واختيار وشراء ما يرغب فيه، وغالبا يكون

<sup>1</sup> جاسم قاسم حسن، محمود عيد السلام، مرجع سابق، ص 10. 11. 12

دفع الرسوم مضافا الى تكاليف الشحن، وعليه تقوم الشركة المعنية بشحن الطلب وارساله مباشرة الى عنوان المستهلك أو الزبون. وعلى الرغم من أن حجم التجارة (B2B) يبلغ 85 % من حجم التجارة الالكترونية الاجمالية، إلا أن تجارة (B2C) التي لا تتجاوز حصتها 15 % تلقى اهتماما بنسبة 95% من طرف وسائل الاعلام المختلفة،

### 2- من شركة أعمال الى شركة أعمال أخرى (Business to Business ( B2B)):

هذا لنوع من التجارة معني بشكل اكبر بعمليات البيع والشراء التي تتم بين المنتجين و تجار الجملة والتجزئة، ولا يشارك فيه المستهلكين فيه، أي هو كل الصفقات التي تتم بين مؤسسات الأعمال. حيث يصل هذا النوع من التجارة الى أكثر من 85 % من حجم التجارة الالكترونية.

### 3- من المستهلك الى المستهلك (Consumer to Consumer( C2C)):

هذا النوع من التجارة الالكترونية يتم عادة بين المستهلكين، حيث يقوم أحد المستهلكين بعرض ما يرغب بيعه عبر الشبكة العالمية للمعلومات من خلال وضع اعلانات على مواقع شخصية في الأنترنت، وعليه يقوم من يرغب بشراء المنتج المعروض بالاتصال مباشرة بالبائع، مثال ( بيع سيارة أو جهاز حاسوب أو أثاث....الخ). ويهدأ الشكل يسهل للأفراد التعامل مع بعضهم البعض من خلال عملية البيع والشراء الكترونيا.

### 4- من المستهلك الى مؤسسات الأعمال (Consumer to Business( C2B)):

يتم هذا النوع من التجارة ما بين المستهلكين (الأفراد) والشركات، حيث يقوم المستهلك بتقديم أعمال تجارية وعرضها على الشركات، ومنه تقوم الشركات باستخدام الأعمال المقدمة من المستهلك لإتمام عملياتها التجارية. كما<sup>2</sup> تتضمن هذه التجارة بعض الأفراد الذين يبيعون خدماتهم للمشروعات أو أولئك الذين يلجؤون للمشروعات للمساعدة في بيع منتجاتهم وخدماتهم، وكذا البحث عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات مختلف الشركات من خلال تصفح مواقع هذه الشركات أو مواقع الأسواق الافتراضية أو بالدخول الى المزادات على الخط(Online) مباشرة.

### 5- من المستهلك الى الحكومة (Consumer to Government (C2G)):

<sup>1</sup> كنزة تنبو ، مرجع سابق ،ص 53  
<sup>2</sup> عائشة موزاوي، عبد القادر موزاوي، (2020)، التأثير الاقتصادي للتجارة الالكترونية على المستهلك، مجلة التكامل الاقتصادي المجلد 08، العدد1 ص 154



تشمل هذه الأنشطة المعاملات التي تتم ما بين المستهلك والحكومة مثل دفع فواتير الماء والكهرباء عبر المواقع الالكترونية للوزارات أو المؤسسات الحكومية.

### 6- من المؤسسات الى الحكومة (Business to Government ( B2G):

هذا النمط من التجارة يتضمن جميع المعاملات التجارية التي تقدمها الشركات ذات الصلة بمشتريات الحكومة من مختلف السلع والخدمات. تكون على شكل تعاقدات تضم بنود معينة متفق عليها الطرفان بهدف تزويد احتياجات تلك الجهات من أجهزة ومعدات ومستلزمات، فتح الطرق ومختلف أنواع الصيانة وغيرها.

### 7- من الحكومة الى مؤسسات الأعمال (Government to Business ( G2B):

هذا النمط من التجارة الالكترونية يتضمن استخدام المؤسسات الحكومية للشبكة العالمية للمعلومات في تبادل المعلومات مع الشركات، مثل المعلومات الخاصة بالضرائب والرسوم الجمركية و ما الى ذلك من معلومات، كما تشمل الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للشركات، باستخدام الحكومة للإنترنت في البحث عن الموردين لشراء واختيار احتياجاتها.

بالرغم من حداثة هذا النوع من التجارة الالكترونية الا أن مختلف الحكومات تهتم به و تحرص الكثير منها على استخدام وسائل الكترونية في العديد من معاملاتها في اطار ما يعرف بالحكومة التجارية.<sup>1</sup>

### 8- من الحكومة الى الحكومة (Government to Government ( G2G):

يتضمن هذا النوع من التجارة الالكترونية جميع المعاملات والخدمات التجارية بين الحكومات، وتشمل التعاملات التجارية الالكترونية أو تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية باستخدام التكنولوجيا الرقمية. على سبيل المثال أن تؤجر هيئة الأوقاف أراضي معينة لهيئات حكومية، أو أن تؤجر بيانات الى دوائر حكومية. كما ينطوي أيضا تبادل البيانات و المعلومات بين الحكومات في الدول المختلفة تحت اتفاقيات تبادل دولية موثقة تحت هذا التصنيف.

### 9- من الحكومة الى المستهلك (Government to Consumer ( G2C):

<sup>1</sup> فضيلة بوطورة، وآخرون، (2020)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، ص 63

في هذا النمط من التجارة يتم تبادل المعلومات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين، كما يشمل هذا النمط الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للمواطنين كالخدمات التعليمية والثقافية والطبية. وكذلك تزويد الباحثين المتخصصين بالإحصاءات والبيانات، كما تشمل اعلانات الاجهزة الحكومية عن الوظائف الشاغرة لديها.

### 2- أشكال التجارة الالكترونية:

تستخدم التجارة الالكترونية بأشكال مختلفة حسب الوسائل التكنولوجية المستخدمة أثناء اجراء المعاملات التجارية، ومن بين هذه الأشكال يمكن التطرق الى بعضها فيما يلي:<sup>1</sup>

#### • التسوق عبر التلفاز ( TV Shopping ):

وهي أول صورة ظهرت للتجارة الالكترونية، حيث تقوم أحد الشركات بعرض المنتجات بها على شاشة التلفزيون، بحيث يمكن العملاء من مشاهدتها ثم يقوم من يرغب في الشراء بالاتصال برقم الهاتف الخاص بالشركة والموضح على شاشة التلفاز من خلال الاعلان.

#### • التجارة الالكترونية عن طريق شبكة الأنترنت (I-Commerce):

وهي الأكثر شهرة وشيوعا خاصة التسوق عبر الأنترنت (Online Shopping)، والتجارة الالكترونية عبر شبكة الأنترنت تقتصر على ممارسة المعاملات التجارية من خلال شبكة الأنترنت فحسب.

#### • التجارة الالكترونية عبر الأجهزة المحمولة (M-Commerce):

ويتم هذا النوع من التجارة الالكترونية باستخدام الأجهزة المحمولة مثل الهاتف المحمول والكمبيوتر المحمول وغيرها، وقد يعتمد هذا النوع من التجارة على شبكة الأنترنت أيضا.

#### • التجارة الالكترونية الصوتية (Voice Commerce):

يعتمد هذا النوع من التجارة الالكترونية على خاصية الرد الألي على المكالمات الهاتفية والمعروفة من قبل ولكن بصورة مختلفة. وتوفر خاصية الرد الألي على المكالمات الهاتفية للزبون أي طالب الخدمة العديد من الاختيارات للحصول على المعلومة التي يريدتها أو يحتاجها.

### المبحث الثالث: أنظمة الدفع في التجارة الإلكترونية

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد، (2014)، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، ص 75-77

لقيام بعملية الشراء الكترونيا وجب على المشتري أو الزبون استخدام احدى وسائل الدفع الالكترونية الموثوقة والمتعارف عليها. كما يجب تحديد وسيلة الدفع التي يرغب في استخدامها لإتمام عملية الشراء. تشير عمليات الدفع الالكتروني الى المعاملات النقدية غير الورقية التي أحدثت ثورة في عالم الأعمال المصرفية، بسبب تقليل تكاليف المعاملات الورقية وتكلفة العمالة، لكونها سهلة الاستخدام وأقل استهلاكاً للوقت مقارنة بوسائل الدفع المباشر التقليدية. زيادة على ذلك فهي تساهم في توسيع نطاق أنشطة التجارة الالكترونية ودعم مؤسسات الأعمال والتوسع في الأسواق المستهدفة بسهولة.<sup>1</sup>

قبل التطرق الى وسائل الدفع الالكتروني وشرحها ندرج بعض تعاريف لماهية الدفع الالكتروني.

### المطلب الأول: مفهوم الدفع الالكتروني

**تعريف الدفع الالكتروني:** وسيلة الكترونية بها قيمة نقدية مخزونة بشكل الكتروني كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، معترف بها كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها. حيث توضع في متناول مستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية. بهدف احداث تحويلات الكترونية لمدفوعات ذات قيمة.<sup>2</sup>

**ويعرف أيضا:** على أنه وسيلة للدفع مقابل المعاملات باستخدام نظام أو وسيط دفع الكتروني، دون الحاجة لاستخدام النقد التقليدي، كون أن تطور وسائل الدفع الالكتروني المتنوعة أدت الى تسهيل قبول الدفع الالكتروني في جميع المبادلات التجارية عبر الأنترنت.<sup>3</sup>

**كذلك يعرف :** على أن أنظمة الدفع الالكتروني تعكس كل الأنشطة المستخدمة في تسوية المعاملات المالية غير الوسائط الالكترونية، حيث يتم اعتمادها بين البنوك أو الأفراد أو الشركات من داخل وخارج دولة واحدة.<sup>4</sup>

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن **الدفع الالكتروني** هو وسيلة أو طريقة تسهل للعملاء بقيام بالقيام بمعاملاتهم الالكترونية سواء شراء أو تسديد فواتير أو حتى تحويل أموالهم من حساب الى آخر الكترونيا عبر الأنترنت دون الحاجة للدفع التقليدي المباشر.

### المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكتروني

<sup>1</sup> جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام،(2021)، مرجع سابق، ص 14

<sup>2</sup> سايجي الخامسة، طويل حدة، (2019)، إثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي- وكالة تيسة-

محلة اجات اقتصادية وادارية، المجلد 13، العدد 02، ص 73

<sup>3</sup> Sang Man Kim. ( 2021). **Payment Methods and Finance for International Trade**. Sapringer Sinagapore.P65

<sup>4</sup> Salaheddine Cheriet/ Hadjira Ghanem( 2018). **The Role of Electronic Payment System in the Development of the Algerian Banking System . Roa Iktissadia Review. Vol 08. N° 02. P 214**

ان وسائل الدفع الالكتروني كثيرة ومتنوعة وسريعة التطور، سوف نعرض منها ما يلي:<sup>1</sup>

**(1) التحول الالكتروني:** تشمل هذه الطريقة في تحويل مبلغ معين من حساب المدين الى حساب الدائن، ويتولى

ذلك الجهة التي تقوم على ادارة الدفع الالكتروني وهي غالبا البنك. يمكن أن تكون الحسابات في نفس البنك

أو في بنك آخر.

**(2) البطاقات البنكية ( النقود البلاستيكية):** وهي البطاقات البلاستيكية المغناطيسية التي تصدرها البنوك

لعمالئها للتعامل بها كالكارت الشخصي أو الفيزا (Visa)، أو الماستر كارد (Master card) أو American

Express بدلا من حمل النقود التي تعرض للسرقة والتلف. تستخدم لتخزين الأموال وكافة المعلومات

الخاصة بالعملاء، ويمكن الخصم منها بعد كل عملية شراء مباشرة.<sup>2</sup>

وفيها عدة أنواع من هذه البطاقات نذكر أهمها باختصار من خلال الجدول التالي:

جدول رقم 2-11: أنواع البطاقات البنكية الالكترونية

تعريفها	أسماء البطاقات
تكمل الزبون بسحب مبالغ نقدية من حسابة بحد أقصى متفق عليه، الهدف من هذه البطاقة هي رغبة البنوك في تسهيل وتوفير لعمالئها احتياجاتهم من النقود، لذلك تنشئ البنوك منافذ توزيع لها عن طريق هذه البطاقات في أماكن مختلفة مثل المطارات، محطات السكك الحديدية، مراكز التسويق.	بطاقات السحب الألي <b>Cash Card</b>
بمقتضاها يتعهد البنك مصدر هذه البطاقة لعميله حاملها بان يضمن له سداد الشيكات التي يحرزها العميل من عنده، وفقا لشروط اصدار البطاقة وتحتوي هذه البطاقة على اسم وتوقيع ورقم حساب العميل، والحد الأقصى الذي يتعهد	بطاقات الشيكات

<sup>1</sup> محمد حسين منصور، (2003)، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، د ط الاسكندرية، مصر، ص 124- 130

<sup>2</sup> احسان محمد ابراهيم، (2002)، مستقبل التجارة الالكترونية في الوطن العربي ودورها في تنمية الصادرات المصرية. مداخلة مقدمة في مؤتمر التجارة الالكترونية الافاق والتحديات، المجلد الثاني 25. 27 يوليو، الاسكندرية، مصر، ص 740

<p>البنك بالوفاء به في كل شيك يحرره العميل.</p>	
<p>تخول البطاقة لحاملها سداد ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق مع الجهة المصدرة لها. من خلال تحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب العميل حامل البطاقة الى حساب التاجر أي البائع.</p>	<p><b>بطاقات الدفع</b> <b>Debit card</b></p>
<p>تعتبر أجد وسائل الدفع الالكتروني التي يمكن استخدامها لإتمام عمليات الشراء عبر الشبكة العالمية للمعلومات أو من خلال أجهزة الدفع الالكترونية المخصصة لذلك دون الحاجة لاستخدام العملات الورقية، و يمنح البنك لحامل البطاقة تسهيلات ائتمانية، بحيث يستطيع استخدامها للحصول على السلع والخدمات، ويتولى البنك السداد، ثم يقوم الحامل بسداد دفعة البنك مع الفوائد خلال أجل متفق عليه. ولا تمنح البنوك هذه البطاقات الا بعد التأكد من ملائمة العميل أو الحصول منه على ضمانات عينية أو شخصية كافية لسد المبلغ.</p>	<p><b>بطاقات الائتمان</b> <b>Credit Card</b></p>
<p>هي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني لدى البنوك الالكترونية، ويطلق عليها بطاقات الصراف الألي (ATM)، ولا تتجاوز فترة الائتمان في تلك البطاقة مدة شهر، ويتعين على العميل السداد أولاً بأول خلال الشهر الذي يتم فيه السحب.</p>	<p><b>بطاقات الصراف البنكي</b> <b>Charge Cards</b></p>
<p>هي آخر جيل من البطاقات الدفع الالكتروني وتحتوي على رقائق حاسوب (Chips) أو معالج (Processor) ولا تعتمد على الاتصال مع حاسوب المصرف أو الجهة المصدرة، هذه البطاقات تمكن العملاء من شحنها بمبلغ معين من النقود الموجودة في حسابه بواسطة جهاز الصراف الألي، وتخزن عليها كافة المعلومات الرقمية أو البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم والعنوان والهاتف والمصرف المصدر.</p>	<p><b>البطاقات الذكية</b> <b>Smart Cards</b></p>

<p>هي مثل البطاقات الذكية، تتسم بمرونة كبيرة في الاستخدام، حيث تجمع مميزات النقود الورقية التقليدية وبطاقات الدفع الالكتروني الحديثة، يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة الزبون ، أي كبديل للنقود في كافة عمليات الشراء، بحيث يتم الخصم الفوري من حساب البطاقة واطافة القيمة الى حساب التاجر المدون على ذاكرة الكترونية داخل نقطة البيع، كما تسهل البطاقة عمليات تجارية لسهولة ادارتها مصرفها بضوابط أمنية محكمة تمنح لحاملها اجراء العمليات المصرفية دون الرجوع لفرع البنوك، ويكون السحب وتحويل المال من خلال الات الصرف الذاتي أو التلفون.</p>	<p>بطاقات الموندكس <b>Mondex cards</b></p>
---	--

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على عدة مراجع

### (3) النقود الالكترونية (Electronic Money):

تعرف النقود الالكترونية على أنها وحدات أو عملات رمزية نقدية تأخذ شكلا رقميا، أو مخزون الكتروني لقيمة نقدية عبر وسيلة تقنية و تنتقل عبر شبكات الكترونية، تستخدم بصورة واسعة للقيام بمدفوعات المتعهدين غير من أصدرها، حيث يستخدم كأداة محمولة مدفوعة مسبقا، والنقد الالكتروني يتجسد في صورتين وهما حالم النقد الالكتروني و النقد الافتراضي.<sup>1</sup>

### (4) التشفير والتوقيع الالكتروني:

مع تطور التكنولوجيا وخوفا من الاختراق لأنظمة الدفع الالكترونية لجأت العديد من الهيئات الرسمية والمسؤولة عن هذه الأنظمة الى تطوير تقنيات جديدة لتأمين نظامها وتسهيل عمليات المبادلة الخاصة بعمليات التجارة الالكترونية من خلال استخدام التشفير والتوقيع الالكتروني وغيرها:

#### • التشفير الالكتروني:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يوسف حسن يوسف،(2012)، البنوك الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية الطبعة الاولى، القاهرة، ص 25  
<sup>2</sup> عقوبي محمد، بلمهدي ابراهيم،(2019)، الاليات التقنية والقانونية لحماية التوقيع الالكتروني، مجلة المفكر، المجلد14، العدد01، ص 303

يعتبر التشفير الالكتروني عملية تحويل النص الى رموز واسارات غير مفهومة لمنع الغير من الاطلاع عليها، ما عدا الشخص المرخص له الاطلاع على النص المشفر وفهمه،

### • التوقيع الالكتروني<sup>1</sup>:

يعتبر التوقيع الالكتروني ذلك الاجراء الذي يقوم به من يود التوقيع على وثيقة الكترونية، بحيث يتم ربط هوية الموقع بالوثيقة الموقع عليها خلال تلك العملية، ويتم التوقيع بالضغط على زر معين به، وبعدها يتم ادخال عبارة سرية للقيام بالتوقيع على الملف أو الرسالة.

بعد طرحنا لمفهوم الدفع الالكتروني و التعرف على أهم البطاقات التي أصدرتها الهيئات المعنية بنظام الدفع الالكتروني، نستنتج أن كل هذه المعاملات لم تأتي من عبث انما تسير تحت نظام قانوني خاص بها مبني على قواعد وأسس تساهم في اجراء هذه المعاملات والتحويلات المالية واثباتها وتنفيذها وتحمل مسؤوليات المترتبة عليها، ومن هنا نحاول التطرق الى أهم أربعة أبعاد قانونية للتجارة الالكترونية فيما يلي:<sup>2</sup>

• **العقود:** تتمثل العقود في كونها وعد متبادل يلزم به القانون، وهو قبول متبادل يجب أن يلتزم به الطرفين المعنيين به، أي أطراف عقد المبادلة، حيث تبقى قواعد العقد الالكتروني هي نفسها المتعارف عليها سابقا مثل بقية العقود، بالرغم من قدرة النظام القانوني على ادخال وتطبيق التكنولوجيا الحديثة في الاتصالات لتقوية وتطوير اجراء المبادلات على أحسن وجه وبنجاح أكثر.

• **الخصوصية وأمن المعلومات:** بما أن التجارة الالكترونية تنشط عبر شبكة الأنترنت فهي تستوجب استخدام أليات فعالة وموثوقة من أجل حماية وضمان خصوصيات وأمن عملائها من أي خطر خارجي، بحيث يجب أن تتضمن هذه الأليات مسؤولية الأمن والخصوصية البيانات لديها، اضافة الى ذلك فان أليات الخصوصية والأمن المشخصة تحتاج الى شهادة وضمانة جهة ثالثة موثوق فيها مثل هيئات حكومية، وفي هذه الحالة وحالة التجارة الالكترونية فأنها تحتاج ارسال نظام دولي.

<sup>1</sup> اليافوت عرعار، (2020)، التوقيع الالكتروني كالية لامن وسلامة الوفاء الرقمي، مجلة العلوم القانونية والسياسية.المجلد11. العدد03. ص 488  
<sup>2</sup> بورابو هاجر اميرة،(2019-2020)، دور وسائل الدفع الحديثة في تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص مالية وبنوك، جامعة البليدة2، الجزائر. ص 69-72

● **الملكية الفكرية:** تعتبر الملكية الفكرية منتج غير ملموس للعقل البشري، ويمكن لها أن تكون ذات قيمة كبيرة، حيث تؤكد أنها احدى محالات القانون التي تأثرت سابقا بشكل كبير من خلال الأنترنت والتناقض الظاهري الكبير للأنترنت الذي هو مركب من المعالم العروفة في نقل المعلومات.

● **الاعلانات عبر الأنترنت:** لقد حققت التجارة بالأنترنت فرصا كثيرة لنشر الاعلان، فالأفراد التي تستخدم مواقع الأنترنت يقدمون خدمات مجانية مثل محركات البحوث، الويب أو حتى عبر البريد الالكتروني وغيرها المعتمد عليها ان لم تكون هي الوسيلة الوحيدة في أرباح الاعلانات لتغطية نفقاتهم، كما تنطبق على الأنترنت مثل الجدية في الاعلان،

من خلال ما سبق نفهم أن الدفع في التجارة الالكترونية له خيارات عديدة لإتمام صفقات البيع والشراء التي يقوم بها المشتري في التجارة الالكترونية بإتمام عملية الدفع من خلال استخدام وسائل الدفع الالكترونية عبر الشبكة العالمية للمعلومات، و من خلال وسائل الدفع التي توفرها المؤسسات المصرفية والمالية من نظام مكون من البرامج والتقنيات لتسهيل عمليات الدفع والسادد بشكل أمن.

### المبحث الرابع: علاقة بين التجارة الالكترونية والتجارة الدولية

شهدت التجارة الالكترونية نمو متسارع وواضح في الآونة الأخيرة خاصة مع ظهور جائحة كوفيد-19، التي ساهمت في انتشارها بشكل واسع وسوف نحاول عرض حجمها من خلال بعض المؤشرات التي تمثلها:

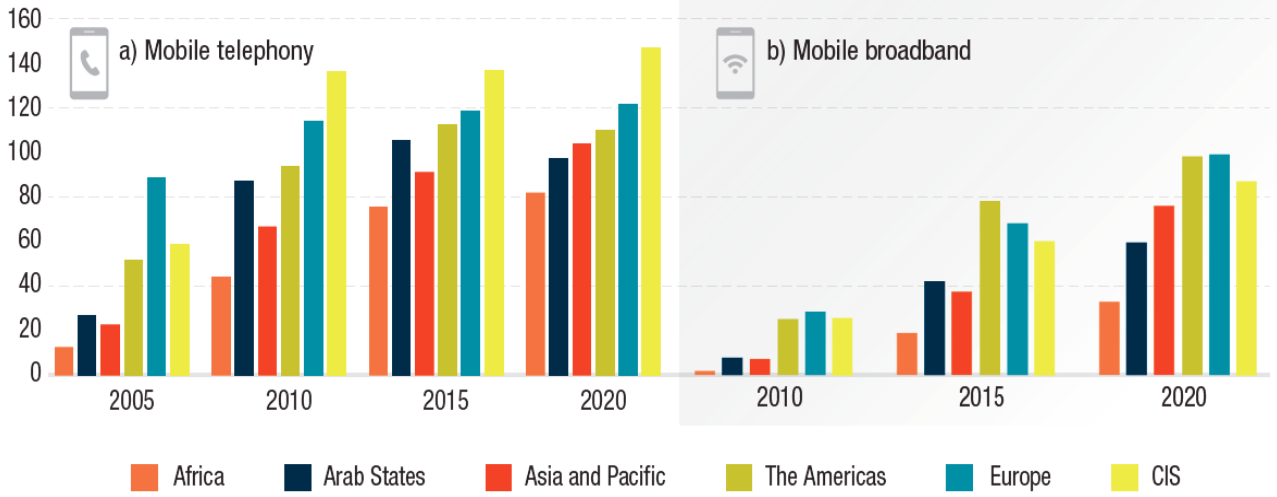
#### المطلب الأول: الفجوة الرقمية بين دول العالم:<sup>1</sup>

#### 1- الهاتف المحمول و اشتراكات النطاق العريض:

الشكل رقم 2-4: اشتراكات الهاتف المحمول والنطاق العريض، حسب المنطقة والسنوات ( لكل 100 شخص)

<sup>1</sup> Shamika N. Sirimanne United Nations;(2021). **Digital Economy Report 2021**. United Nations Conference on Trade and Development , P 28/32





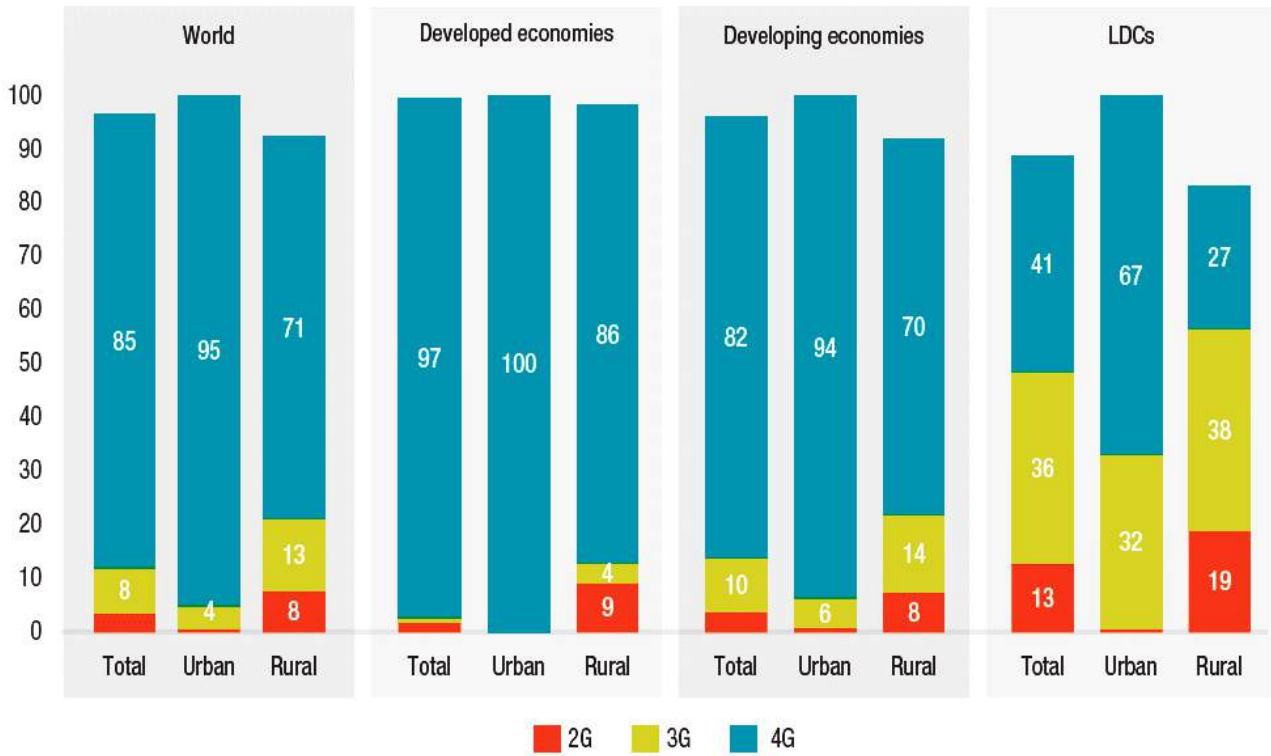
Source: UNCTAD, based on ITU Statistics database, available at [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx), 2020 ITu estimates.P32

يوضح الشكل رقم 12 نسبة استخدام الهاتف الثابت والمحمول لبعض الدول في مختلف مناطق العالم، منها الدول المتقدمة والنامية وحتى الدول أقل نمواً، وقد شهد الهاتف الثابت تراجعاً في السنوات الخمس عشرة الأخيرة في كل من الاقتصاديات المتقدمة والنامية، في حين لم ينتعش حقاً في الدول أقل نمواً، أما بالنسبة لاشتراكات النطاق العريض الثابت فقد زاد معدل انتشاره في الاقتصاديات المتقدمة والنامية، في حين كان متوسطاً في البلدان أقل نمواً وهذه الاشتراكات لكل 100 شخص صفر تقريباً في الفترة 2005-2020. والملاحظ أن هذه البلدان قفزت إلى اتصال محمول أكثر كفاءة وسهولة في الوصول، لقد شهدت الدول المتقدمة والنامية منها انتشاراً واسعاً في استخدام الهاتف المحمول سنة 2020 مقارنة بالدول أقل نمواً التي عملت على تقليص هذه الفجوة في استخدام الهاتف المحمول تزامناً مع جائحة كورونا، فقد أظهرت الاقتصاديات الانتقالية أعلى معدل لاشتراكات الهاتف المحمول في عام 2020، وتليها أوروبا والأميركتان، وكانت أدنى معدلات الانتشار في آسيا والمحيط الهادي والدول العربية وإفريقيا، بالرغم من هذا إلا أن المناطق الأقل نمواً هي الأخرى حققت زيادات معتبرة في استخدام الهاتف المحمول ومواكبة الرقمنة.

2- توزيع وتغطية شبكات الهاتف المحمول:

الشكل رقم 2-5: توزيع وتغطية انواع شبكات الهاتف المحمول في المناطق الريفية والحضرية حسب

مستوى التنمية من نسبة السكان 2020



Source: UNCTAD calculations, based on ITU Statistics database, available at

[www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx) p 10

لقد نتج عن الاختلافات والفروقات التكنولوجية بين دول العالم فجوة في الوصول الى النطاق العريض والهاتف المحمول ( 3G و 4G والان 5G)، واعتماد الهاتف الذي فضلا عن القدرة على تحمل تكاليف الهواتف المرتبطة بالانترنت وخطط البيانات المحمولة، ولم يبدأ تنفيذ شبكات 5G بشكل فعال الا في عام 2020 ، بالنسبة للنطاق العريض عبر الهاتف المحمول فقد وصلت نسبة 93% من سكان العالم

مشمولين ب شبكة 3G على الأقل سنة 2020. فكانت النسبة للدول المتقدمة نسبة 98 % من السكان، بينما وصلت نسبة البلدان النامية 92 % و البلدان الأقل نمو وصلت نسبة 77 %، وتبقى نسبة 23 % من السكان ( الريف) التي لم يتمكنوا من الوصول الى شبكة النطاق العريض المحمول في عام 2020. وهذا بعيد عن أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة في زيادة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والسعي وراء توفير شامل للإنترنت بأسعار مقبولة الى البلدان الأقل نموا خاصة مثل دول افريقيا التي مازالت تعاني من التخلف التكنولوجي.

### 3- استخدام الإنترنت على مستوى العالم:

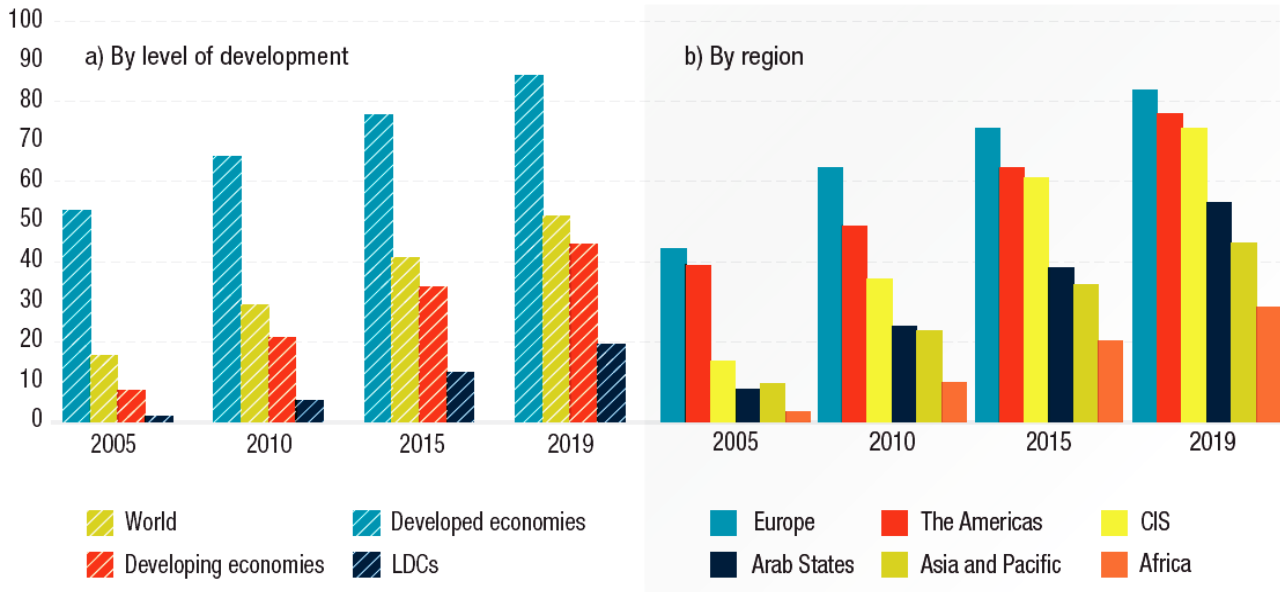
لقد شهد استخدام الإنترنت منحنى تصاعدي بفضل استخدام الاتصالات الثابتة والمنتقلة التي ساعد في نشر وخفض تكاليف خطط البيانات، والاستخدام الأوسع للأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية وغيرها، ففي سنة 2019 شهدت استخدام أكثر من نصف سكان العالم للإنترنت، وهي زيادة كبيرة في بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، حيث كانت نسبة مستخدمي الإنترنت في البلدان النامية 44 %، والبلدان الأقل نمو 20 % وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالدول المتقدمة. وهذه الفجوة بين الدول تثير قلق المجتمعات دوليا، ومن أجل التنمية المستدامة من المتوقع أن يصل معدل انتشار مستخدمي الإنترنت عريض النطاق الى 75 % في جميع أنحاء العالم في عام 2025.

ومن المنظور الاقليمي، كانت أوروبا والولايات المتحدة وكندا وأمريكا اللاتينية رائدة في استخدام الإنترنت خلال السنوات الماضية، وحتى ولو أن بعض الدول العربية عملت على تطوير بنيتها التحتية وتكنولوجيا الاتصال الا انها مازالت متأخرة مقارنة بالدول المتقدمة.

ومن ناحية التنمية الاقتصادية، فمن المهم معرفة الأنشطة التي تستخدمها الأفراد عبر الإنترنت من خلال المشاركات في الشبكات الاجتماعية خاصة في مرحلة الغلق أقل انتاجية من شراء وبيع السلع او الخدمات عبر الإنترنت. نرى أن مستوى استخدام الإنترنت جيد سواء في الدول المتقدمة و حتى الأسويية التي تنصدر من بين هذه اقتصاديات بفارق كبير وهذا ما يوضحه الشكل التالي رقم 09.

الشكل رقم 2-6: استخدام الأنترنت على مستوى العالم حسب مستوى التنمية والمنطقة من 2005 الى

2020.



**Source:** UNCTAD, based on ITU Statistics database, available at [www.itu.int/en/ITU-](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx)

[D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx).

المطلب الثاني: حجم استخدام التجارة الالكترونية حسب مؤشراتها وتصنيفاتها

1- حجم التجارة الالكترونية حسب مؤشراتها:

الجدول رقم 2-12: مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، حسب المنطقة، 2020

قيمة	قيمة	درجة	خوادم	نسبة	نسبة الأفراد	المجموعات حسب
المؤشر	قيمة	موثوقية	الإنترنت	الأفراد	الذين	المجموعات حسب
لعام 2019	المؤشر	البريد في	الأمنة	الذين لديهم	يستخدمون	المنطقة ومستوى
(بيانات	لعام 2020	الاتحاد	(معيارية،	حساب	الإنترنت	التنمية
2018)		البريدي	(2019	مصرفي	2019	

		العالمي ( 2019 )		(2017)		
31	30	21	28	40	50	افريقيا
58	57	58	54	60	57	شرق وجنوب و جنوب شرق آسيا
48	49	29	50	53	64	أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي
59	58	50	45	58	77	غرب آسيا
63	62	59	60	58	71	اقتصادات انتقالية
57	86	80	84	93	88	الاقتصادات المتقدمة
55	55	47	53	60	60	العالم

المصدر: اعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير الاقتصاد الرقمي 2021. للانكتاد

يبين الجدول أعلاه لقيم مؤشر (B2C) التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلكين كمتوسط لأربعة مؤشرات تظهر لنا القيم الاقليمية والاختلاف الموجود بين البلدان لسنة 2020. حيث تعتمد التجارة الالكترونية على قدرة الدولة أو مدى استعدادها في الانخراط في الاقتصاد الرقمي والاستفادة منه، وتبين لنا القيم عدد الأفراد المستخدمين للأنترنت من سنة 2017 الى غاية 2019 ، بحيث يختلف نوع الأنشطة التي تمارسها هذه الشريحة من خلال تسوقهم عبر الأنترنت التي وصلت أعلى نسبة الى 88 % في الدول المتقدمة ، ما يعكس نقاط القوة والضعف بين الدول من حيث البنية التحتية التي تعتمد عليها كل بلد، بالنسبة لشرق وجنوب وجنوب شرق آسيا كان المؤشر الوحيد الذي يقل عن المتوسط العالمي هو استخدام الأنترنت في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، وتوجد الفرص الرئيسية للتحسين في الموثوقية للبريد، من أجل تسهيل أكثر لانتشار التجارة الإلكترونية بحيث يساعد الدول افريقيا من الاستفادة منها مستقبلا.

حيث زاد بروز فجوات الاتصال بين الدول مع جائحة كوفيد-19 من خلال ردة فعل أفراد المجتمع على تدابير الإغلاق المرتبطة بالجائحة بواسطة الاتصالات بالإنترنت لاستمرار في نشاطاتهم، بالرغم من الصعوبات التي واجهت بعض البلدان خاصة المتأخرة جراء الوباء إلا أن التجارة الإلكترونية عرفت تصاعد في عام 2020. وقد عملت الشركات الصغيرة في الدول النامية على التحول إلى الرقمنة وتلبية الطلب المتزايد على المبيعات عبر الإنترنت.

## 2- توزيع حجم التجارة الإلكترونية حسب تصنيفاتها في الدول الناشطة فيها:<sup>1</sup>

حسب تقرير قامت به الأمم المتحدة سنة 2023 حول مسح تفصيلي يشمل 22 اقتصاديات دول حول العالم لمعرفة أكثر النشاطات انتشاراً والتي تعتمد عليها الدول في للتجارة الإلكترونية عبر العالم لسنة 2022،

الجدول رقم 2-13: تصنيف إيرادات التجارة الإلكترونية وفق هيئات مسح في اقتصاديات مختلفة

B2B-B2C	B2C-B2B-B2G	B2C-B2B/G	B2B/G-only	B2B-B2C-B2G-npnprofil
Indonesia	korea (Rep)	Austria	canada	hong kong.China
japan	Malaysia	Finland	residual	
	Mexico	France	assumed b2C	
	Singapore	hungary		
	Spain	Malta		
	Thailand	Poland		
	united			
	kingdom	Slovenia		

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير الانتكاد سنة 2023

<sup>1</sup> Daniel Ker ، (2023). Measuring The Value of E-commerce. Unated Nations.Geneva.2023P 17

فالجداول رقم 14 يعبر عن نشاط بعض اقتصاديات الدول الناشئة والمتقدمة في مجال التجارة الالكترونية ، حيث يظهر لنا أهم الأنواع التي تنشط فيها كل دولة حسب حاجاتها والمجال الذي يحقق لها إيرادات كبيرة من خلال التجارة عبر الأنترنت، ففي كندا يتم تحديد شركات المبيعات والهيئات الحكومية (B2B/B2G) فقط مع افتراض أن بقية المبيعات تكون على مستوى الأفراد (B2C). أما الصين، هونغ كونغ فقط تعترف صراحة بأن المنظمات غير الربحية يمكن أن تكون عملاء للتجارة الالكترونية، ولا يتم تغطيتها في الفئات الأخرى من الجهات الفاعلة. هذا مهم كون أن معظم الحالات تتطلب نماذج المسح المستخدمة أن تصل المكونات الى 100 % من اجمالي التجارة الالكترونية حتى نحصل على معلومات شاملة لحجم المبادلات التجارية الالكترونية، في حين أن مبيعات التجارة الالكترونية للمنظمات غير الربحية من غير المرجح أن تكون ذات أهمية اقتصادية بشكل عام. ونرى أن الدول المتقدمة مثل اسبانيا و المملكة المتحدة وبعض الدول الناشئة مثل ماليزيا تركز في مبيعاتها على كل من تصنيفات التالية (B2B-B2C-B2G) يعني تركز على المعاملات بين الأفراد والشركات وحتى هيئات الحكومية. أما اليابان واندونيسيا فكان تركيز نشاطها على المبيعات بين الأفراد وبين الشركات.

حسب احصائيات الحكومة الصينية فقط حققت الصين سنة 2020 في القيمة المضافة لصناعات الاقتصاد

الرقمي 7.8 % من الناتج المحلي الاجمالي، في حين وصل حجم التجارة الالكترونية الى 37.2 تريليون يوان

صيني، والى نسبة 14.7 % من معدل انتشار تطبيقات منصة الأنترنت الصناعية لعام 2020.<sup>1</sup>

**المطلب الثالث: تأثير جائحة كورونا على القيمة السوقية للمنصات الرقمية العالمية وتكنولوجيا المعلومات:**<sup>2</sup>

### 1- تأثير جائحة كورونا على القيمة السوقية لمنصات الرقمية العالمية:

حققت المنصات الرقمية الرائدة زيادات كبيرة في أرباحها وقيمة رأس مالها السوقي خلال فترة الكوفيد-19.

حيث تم توفير معظم الحلول الرقمية التي تم استخدامها للتعامل مع مختلف عمليات الاغلاق والقيود على السفر

من قبل بعض الشركات الكبيرة، مثلا شركة أمازون فقد شهدت دفعة كبيرة لأعمال البيع بالتجزئة عبر الأنترنت

<sup>1</sup> Security Law of people's republic of China :(2021).10 june/2021.

<sup>2</sup> Shamika N. Sirimanne United Nations. **Digital Economy Report 2021**. Ops .cit P25/25/26

بفضل زيادة التجارة الالكترونية، خاصة في عمليات أعمالها السحابية، بسبب زيادة الطلب على الأنترنت وحركة المرور ارتفاعا في Apple,

حسب تقرير 2020، فقد تجاوزت بحلول سنة 2019 القيمة السوقية لشركتي Microsoft و Apple تريليون دولار لكل منهما، واقتربت Alphabet ( بما في ذلك Google ) و Amazon من هذا الحد، وقدرت قيمة Facebook ب 0.6 تريليون دولار، وخلال عام 2020، أظهرت القيمة السوقية لهذه الشركات زيادات كبيرة ب 22% Facebook و 27% Alphabet ، وقيمة 34% لشركة Microsoft. و 66% لـ Apple. و 70% لشركة أمازون، ونتيجة لذلك، بعد عام شهدت العديد من حالات الإفلاس والاعانات الحكومية الوطنية الضخمة لانقاذ الصناعات في جميع أنحاء العالم، حيث في عام 2021، بلغت قيمة الفيسبوك 716 مليار دولار، و شركة Alphabet بلغت 1,17 ترليون دولار، وقيمة أمازون 1.56 ترليون دولار، وقيمة Microsoft 1.61 ترليون دولار، تفوقت شركة Apple على بقية الشركات حيث وصلت قيمتها السوقية الى أكثر من 2 ترليون دولار، لتصبح أول شركة في الولايات المتحدة الأمريكية.

كما حققت الصين أرقام كبيرة في قيمة السوقية لشركاتها العملاقة في تكنولوجيا الرقمنة مقارنة بتلك الموجودة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث شهدت شركة Baidu التي كانت الأقل قيمة سوقية في حلول سنة 2019 الى زيادة 86.4% خلال عام 2020، لتصل الى 81.5 مليار دولار في جانفي 2021، كما شهدت شركة Alibaba التي كانت أعلى قيمة سوقية بحلول عام 2019 (571 مليار دولار)، نمو بنسبة 17.8%. لتصل الى 672.8 مليار دولار، وشهدت شركة اكبر زيادة مطلقة في عام 2020 (51.9%)، وبلغت 699.8 مليار دولار متجاوزة بذلك قيمة شركة Alibaba.

### 2- تأثير جائحة كورونا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:1

حسب تقرير (الاونكتاد) لبيانات عام 2020 فان الاعتماد المتزايد على التقنيات الرقمية يعزز التجارة الدولية في أجهزة الكمبيوتر والمعدات ذات الصلة وهو ما يعكس الانخفاضات التي يشهدها العالم في عام 2019. وعلى

<sup>1</sup>Shamika N. Sirimanne and others. Unctad, (2020). Impacts of the Covid-19 pandemic on Trade Digital Economy, based on unctad digital economy statistics.44 P2



خلفية التراجع الحاد للتجارة، ومن خلال تسريع التحول الرقمي، يبدو أن جائحة كوفيد-19 قد عززت التجارة في سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي كانت قد تراجعت قبل الوباء، ارتفعت الصادرات العالمية من سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بنسبة 4% لتتجاوز 2,3 مليار دولار أمريكي في عام 2020، و في نفس الوقت، نمت واردات هذه السلع بنسبة 1,1% حيث ارتفعت بمقدار 27 مليار دولار أمريكي والى ما يقرب 2,5 مليون دولار أمريكي،

وفي الأخير يمكن القول أن الاقتصاد مر بتطورات عديدة خاصة في مجال التجارة الإلكترونية، التي بدورها عرفت توسعا كبيرا تزامنا مع حائجة كورونا، من خلال مساهمتها في زيادة المشتريات عبر الأنترنت والاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء على مستوى الأفراد أو الشركات العالمية، هذا التطور في البلدان المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية ودول الأوروبية وفي بعض الدول الناشئة مثل الصين والهند وماليزيا في مجال التكنولوجيا ويبقى التطور الطفيف في الدول النامية خاصة الأفريقية.

### المطلب الرابع: دور التجارة الالكترونية في تعزيز التجارة الدولية

لقد ساهمت التجارة الالكترونية بشكل كبير في تسهيل التجارة الدولية من خلال زيادة توسيع الأسواق وسهولة الوصول اليها عبر الأنترنت، التي مكنت المنتجين من عرض وتسويق منتجاتهم سواء كانت سلعة أو خدمة الى عملائها المحليين وحتى الخارجيين من خلال عمليات البيع أو الشراء عبر الأنترنت. حيث عملت الشركات على توفير مواقع و منصات رقمية للتجارة الالكترونية تنشر من خلالها منتجاتها وأسعارها لتسهيل عملية البحث لزبائنها دون عناء التنقل واضاعة الوقت وبأقل جهد. كل هذه التدابير ساهمت في نشر واسع للتجارة الالكترونية مؤخرا بفضل التكنولوجيا الحديثة ووسائل الدفع الالكتروني في عمليات الشراء، حيث عززت التجارة الالكترونية بدورها حجم التجارة الدولية من خلال بعض الأدوار نذكر منها ما يلي:<sup>1</sup>

- تعمل التجارة الالكترونية على التوسع من خلال الوصول الى الأسواق الجديدة في دول مختلفة، ما ينتج عنه التوسع العالمي للشركات الذي يسمح لها بتسويق وبيع منتجاتها وخدماتها لفئة أكبر في العالم دون

<sup>1</sup> بتصرف انظر الى \*حجاج مصطفى، (2023)، التجارة الالكترونية، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، ص ص 72- 82

الحاجة الى اقامة فروع اضافية في تلك الأماكن الجديدة. كما يمنح لها فرصة تحقيق زيادة ايراداتها ونمو مستدام.

- تعمل التجارة الالكترونية على خلق التنافسية والابتكار كونها تركز على الأنترنت تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تصبح الشركات الكبرى مجبرة على تطوير استراتيجياتها التنافسية وابتكار منتجات وخدمات جديدة بجودة عالية لتحقيق بها الميزة التنافسية أمام منافسيها وهكذا تضمن توسعها العالمي من خلال مكائنتها في الأسواق التجارية الدولية.
- تسمح التجارة الالكترونية للشركات بتوفير تكاليف الانتاج والتصنيع بأقل ثمن من خلال استغلال الشركات فرصة التعاون مع موردين جدد في دولة أخرى تكون تكلفة الانتاج فيها أقل وتعظم الأرباح، أو ايجاد موارد متنوعة بأقل ثمن ، أو منتجات بأسعار تنافسية في أسواق عالمية.
- تساهم التجارة الإلكترونية في زيادة حجم المبيعات الدولية عبر قنوات توزيع خاصة بها مثل المتاجر الالكترونية العالمية من خلال التعاون مع موزعين متخصصين وتجار تجزئة في أسواق عالمية مختلفة وهذا بدوره يساهم في زيادة النمو الاقتصادي
- تسهل التجارة الالكترونية للشركات العالمية في اجراء الصفقات التجارية الدولية فيما بينها عبر الأنترنت من خلال سلاسل التوريد العالمية التي تبسط عمليات الشراء والبيع بكفاءة وأقل تكلفة. ويعمل على تعزيز علاقات الشركات مع بعضها من خلال شراكات الدولية وتبادل الخبرات.
- تعمل التجارة الالكترونية على تنظيم معاملات التجارية الدولية من خلال العقود الالكترونية التي تضمن حسن سير عملية التبادل بين الطرفين، وكذا استخدام وسائل الدفع الالكتروني الدولي من خلال أليات دفع آمنة لتبسيط وتسريع اجراءات الدفع و السداد الالكتروني أو تحويل الأموال بطريقة آمنة و فعالة تحفظ بها حقوق وخصوصيات الطرفين خاصة على المستوى الدولي.
- تسمح التجارة الالكترونية بتداول أكثر من عملة في عمليات الشراء والبيع عبر الأنترنت، كما توفر خيارات الدفع بتلك العملات لتسهيل عمليات التبادل بين الطرفين بتقليل تكاليف تحويل العملات، حيث تستخدم الشركات تقنيات التشفير والبروتوكولات الآمنة لحماية معلومات عملائها المالية .

- تلعب التجارة دور في زيادة النمو الاقتصادي من خلال التحكم في تأثير على هيكل السوق من سلع أو خدمات أو عناصر الانتاج، حيث تؤثر على متغيرات الاقتصادية مثل زيادة الأجور، ورفع المستوى المعيشي، استخدام الدول لوسائل التكنولوجيا الحديثة، هيكل السوق. وتوسيع نطاق التسوق الذي يزيد بدوره في حجم المبيعات والصادرات التي تؤدي الى زيادة حجم التجارة الدولية
- تعمل التجارة الإلكترونية على تبسيط الاجراءات الجمركية وتسريع عمليات التجارة الدولية من اعداد الوثائق الجمركية، والتصريح الجمركي، وتسهيل الاجراء الجمركي والتواصل مع الجهات المعنية مثل الجمارك والشركات اللوجستية عبر الوسائل الالكترونية من أجل تقليل الأخطاء وتبسيط وتسهيل مرور ووصول السلع في أقل وقت وتكلفة، من خلال التواصل الالكتروني وتبادل المعلومات السريع يسهل في عمليات التجارة الدولية.
- تمنح التجارة الالكترونية الشركات امكانية التوسع العالمي والانتشار عبر الأنترنت، من خلال انشاء هوية رقمية وعلامة تجارية عالمية، وبناء سمعة جيدة تعزز الثقة لدى عملائها وتضمن مكانها الدولية.

كان للاقتصاد الرقمي دور كبير في نقل العالم من أسلوب تقليدي الى أسلوب رقمي يعتمد على التقنيات الحديثة المتطورة في جميع تطبيقاتها التي شملت التجارة الالكترونية، الحكومة الإلكترونية، قطاع الصحة والتعليم وغيرها. من خلال اعتماد على شبكة العالمية للإنترنت، وباستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي ساهمت في تطوير وسائل الدفع الالكتروني من قبل هيئات ومؤسسات حكومية وشركات كبرى متخصصة، بهدف تسهيل المعاملات التجارية مثل الشراء و البيع عبر الإنترنت، أو التحويلات المالية مثل الدفع الالكتروني. وهذه الاجراءات ساعدت كثيرا المعنيين بالتجارة الالكترونية.

كما كان لجائحة كورونا أثر في تنشيط التجارة الالكترونية ، بعدما أجبرت الدول على الاغلاق كإجراء وقائي لمنع تفشي أكثر اللوباء، حيث توجهها الأفراد الى التسوق عبر الإنترنت أكثر من منازلهم، وكذا المؤسسات الكبرى حولت تجارتها عبر المنصات الرقمية للتسوق، ما ساعد في الوصول الى الاسواق العالمية والتعرف على منتجات أكثر في أسرع وقت وبأقل تكلفة، وهذا زاد من حدة المنافسة بين الشركات العالمية الكبرى، حيث حققت التجارة الالكترونية زيادة كبيرة من حيث الحجم والأرباح خاصة في قطاع الخدمات، و سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وزيادة الأسواق جديدة وتنوع المنتجات، كل هذا يزيد في حجم التجارة الدولية سواء من ناحية الصادرات أو الانفتاح التجاري، وبالتالي تحسن من مستوى الاقتصاد العالمي.

محاولة لقياس دور التجارة  
الالكترونية في تنمية المبادلات  
التجارية في بعض الدول الناشئة  
مع الاشارة لحالة الجزائر

**تمهيد:**

بعد تطرقنا في الجانب النظري الى كل من التجارة الدولية والتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز نشاط وحجم التجارة الدولية من خلال زيادة حجم صادراتها و وارداتها ومدى انفتاح الدول على الأسواق العالمية، وعرض أهم الأدبيات التي لها علاقة بموضوعنا والتي استخدمت بعض المؤشرات المتشابهة لدراستنا الى حد ما. وعليه فان هذا الفصل يتضمن الجانب التطبيقي من خلال تحليل وقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في بعض الدول الناشئة محل الدراسة التي شملت مجموعة من ستة دول من مختلف القارات والمتمثلة في كل من دولة الصين، البرازيل، الهند، ماليزيا، تركيا، جنوب افريقيا. خلال الفترة الزمنية الممتدة من سنة 2010 الى غاية 2022. لمعرفة العلاقة الرابطة بين التجارة الالكترونية والتجارة الدولية، استخدمت الدراسة تقنيات بيانات نموذج Panel لدول الناشئة محل الدراسة، كما سنقوم بدراسة الجزائر كدراسة استشرافية بنفس متغيرات دراستنا من خلال استخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL .

يتناول هذا الفصل التطبيقي للدراسة على العناصر التالية:

**المبحث الأول: منهجية القياس الاقتصادي للبيانات البانل و ARDL**

**المبحث الثاني: تحليل وقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في بعض الدول الناشئة**

**المبحث الثالث: دراسة استشرافية لدور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الجزائر**

المطلب الأول: ماهية بيانات البائل

• مفهوم البائل (Panel) :

تعرف السلاسل الزمنية بمجموعة من البيانات التي تجمع بين خصائص كل من البيانات المقطعية والسلاسل الزمنية، فالبيانات المقطعية تصف سلوك عدد من الأفراد أو الوحدات المقطعية ( شركات أو دول) عند فترة زمنية واحدة، بينما بيانات السلاسل الزمنية تصف سلوك مفردة واحدة خلال فترة زمنية معينة.<sup>1</sup>

حيث يمكن كتابة النموذج الأساسي لبيانات البائل على الشكل التالي:<sup>2</sup>

$$Y_{it} = B_0(i) + \epsilon_{it} + \sum_j B_j X_j(it)$$

حيث:

$Y_{it}$ : قيمة متغير الاستجابة التابع للملاحظة  $i$  عند الزمن  $t$ .

$t = 1, 2, \dots, T$

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

$B_j$ : قيمة ميل الانحدار

$B_0(i)$ : هي نقطة التقاطع عند الملاحظة

$X_j(it)$ : قيمة المتغيرات التفسيرية  $j$  للملاحظة  $i$  عند الفترة  $t$ ,

$\epsilon_{it}$ : قيمة الخطأ للملاحظة  $i$  عند الفترة  $t$ ,

• أهداف معطيات البائل: لنماذج البائل أهداف بالغة الأهمية نذكر منها باختصار في ما يلي:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> دومنيك سلفاتور، (2012)، الاحصاء والاقتصاد القياسي، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، الطبعة الثالثة، القاهرة مصر ص 60

<sup>2</sup> Free. A. Kim(2007). Longitudinal and Panel Data. University of Wisconsin. Madison.P02

<sup>3</sup> العقون زهرة، العقون ام الخير(2021)، دراسة وصفية تحليلية لنماذج بائل، مجلة الجزائرية لأداء الاقتصادي، العدد(6)، ص3

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

- الأخذ بعين الاعتبار تأثير الخصائص عبر المشاهدة للأفراد على سلوكياتهم.

- القدرة على تحديد بعض الظواهر الاقتصادية.

- تتميز بيانات البانل عن غيرها بعدد أكبر من درجة الحرية وبكفاءة أفضل، وهذا يؤثر ايجابا على دقة

المقدرات، بمعنى أن بيانات البانل تشمل محتوى معلوماتي أكثر من تلك المقطعية أو الزمنية.

- التحكم في التباين الفردي، الذي يظهر في حالة البيانات المقطعية أو الزمنية، حيث يفضي نتائج متحيزة.

- امكانية الحصول على تقديرات ذات ثقة أعلى. كما أن مشكلة الارتباط المشترك بين المتغيرات تكون أقل حدة

من بيانات السلاسل الزمنية،

- توفر معطيات البانل امكانية أفضل لدراسة ديناميكية التعديل التي تخفيها البيانات المقطعية, كما أنها تعتبر

مناسبة لدراسة فترات الحالات الاقتصادية، ويمكن من خلالها الربط بين سلوكيات مفردات العينة من نقطة

زمنية أخرى.

- تسهم في الحد من امكانية ظهور مشكلة المتغيرات المهملة (Omitted Variables) الناتجة عن خصائص

المفردات عبر المشاهدة والتي تقود الى تقديرات متحيزة (Biased Estimates) في الانحدارات المفردة.

### المطلب الثاني: أنواع نماذج Panel :

هناك ثلاث أنواع تنقسم فيها بيانات البانل المتمثلة في:<sup>1</sup>

#### ➤ نموذج الانحدار التجميعي (PRM) (Pooled Regression Model) :

هو من أبسط نماذج البيانات Panel و تكون فيه كل المعاملات ثابتة لجميع الفترات الزمنية يهمل أي تأثير

للزمن، ويكون بالصيغة التالية:

$$Y_{it} = B_0(i) + \epsilon_{it} + B_j X_j (it) + E_{it}$$

#### ➤ نموذج التأثيرات الثابتة (FEM) (Fixed Effects Model) :

<sup>1</sup> بن عمرة عبد الرزاق، (2021) خطوات تطبيق تقنية Panel Data Model باستخدام برنامج Eviews 10، جامعة فرحات عباس ، سطيف، ص 4



يأخذ هذا النموذج بعين الاعتبار الميل والمقطع من وحدة الى أخرى لمشاهدات المقطع العرضي ضمن عينة الدراسة، بافتراض أن المعلمات تتغير بأسلوب ثابت وعلى هذا الأساس سميت بنماذج التأثيرات الثابتة، كونها تمثل البعد الفردي والزمني معاً لنموذج بيانات Panel وهذا يمكن تقدير النموذج بمقارنة الافراد مع الزمن، ويكتب بالصياغة الآتية:

$$Y_{it} = \mu + B_0(i) + \epsilon_{it} + \sum_j B_j X_j (it) + E_{it}$$

### ➤ نموذج التأثيرات العشوائية (REM) (Random Effects Model):

يتميز هذا النموذج بكون أن الثابت يتغير عشوائياً، وفي حالة العثور على الاثر العشوائي في كل من العامل الفردي والزمني، تكون طريقة التقدير الملائمة في حالة هذا النموذج في طريقة المربعات الصغرى والتغيير داخل الافراد (Between) أو عن طريقة تربط بين التقدير ما بين الافراد (GLS) المعمقة (Within)، وهذا النموذج هو عكس نموذج التأثيرات الثابتة كون أن المشاهدات المقطعية والزمنية ما هي لا معالم عشوائية، ومنه فان متوسطها معدوم وتباينها ثابت حيث يأخذ الثابت فيها الصياغة التالية:

$$Y_{it} = \mu + B_0(i) + \epsilon_{it} + \sum_j B_j X_j (it) + V_i + E_{it}$$

المطلب الثالث: التحليل الوصفي لبيانات و الدراسة ارتباط بين متغيرات:

#### • التحليل الوصفي لبيانات الدراسة:

تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في البحث العلمي كونها تعمل على تحصيل الباحث على النتائج المرجو الوصول لها. كونها تقوم بتنظيم وترتيب البيانات من أجل أن يتم اخراجها و ابرازها على شكل معلومات جديدة تجيب عن الأسئلة التي تم طرحها في الدراسة. وتأتي هذه المرحلة بعد جمع البيانات الدراسة. حيث تهدف الى:

- اختبار الأسلوب التحليلي المناسب الذي يساعد الباحث في تفسير المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة التي يقوم بدراستها.

- يتيح تحليل البيانات للباحث بالوقوف على مدى جوهر تأثير المتغيرات على الظاهرة التي يقوم بدراستها.<sup>1</sup>

#### • دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة:<sup>2</sup>

تقوم دراسة الارتباط على تحديد وجود ونوع ومدى ارتباط في العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث يعتبر أسلوب الارتباط مقياس لدرجة قوة العلاقة الخطية واتجاهها بين متغيرات الدراسة، كما يستعمل لإظهار نوع العلاقة بين المتغيرات سواء كانت هذه العلاقة عكسية أو طردية، وغالبا ما يأخذ معامل الارتباط قيما محصورة ما بين (-1، +1)،

بحيث يعبر معامل الارتباط (+1) على علاقة موجبة تامة بين متغيرين وتسمى علاقة طردية،

ويعبر معامل الارتباط (-1) على علاقة تامة سالبة وتسمى علاقة عكسية.

أما الارتباطات التي تأخذ ما بين (-1، +1) تعبر عن علاقات غير تامة، وتأخذ العلاقة بين المتغيرات ثلاث حالات:

- علاقة قوية: تأخذ معامل ارتباط (+/- 0.90) وهي علاقة قوية بين المتغيرات.
- علاقة متوسطة: تأخذ معامل ارتباط (+/-0,50) وهي علاقة متوسطة بين المتغيرات.
- علاقة ضعيفة: تأخذ معامل ارتباط (+/-0,20) وهي علاقة ضعيفة بين المتغيرات .

#### المطلب الرابع: ماهية نموذج ARDL

##### 1-منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL

تعتمد كثير من الدراسات القياسية على استخدام منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL ، و التي تهدف الى دراسة العلاقة ما بين المتغيرات وذلك يعود الى سهولة استخدامها. حيث تختلف هذه المنهجية عن باقي منهجيات القياس الاقتصادي كونها لا تشترط أن تكون كل المتغيرات مستقرة من نفس الدرجة، اذ يمكن

<sup>1</sup> <https://www.bts.-academy.com> (16. 02. 2022) كيفية تحليل البيانات في البحث العلمي،شهد يوم 12. 05.2024 الساعة 13: 14:

<sup>2</sup>Correlation and Correlation Coefficient

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

اعتماد اذا كانت المتغيرات كلها مستقرة عند المستوى أو في حالة استقرارها كلها في الفرق الأول ، أو بعضها مستقرة في المستوى والبعض الأخر في الفرق الأول.<sup>1</sup>

### 2- شروط تطبيق نموذج ARDL:

- اجراء اختبارات السكون للسلاسل الزمنية و أن تكون هناك السلاسل الساكنة عند المستوى  $I(0)$  أو السلاسل الساكنة عند المستوى  $I(0)$  أو عند الفرق الأول  $I(1)$  أو خليط منها.
- يجب أن يكون حجم العينة في حدود 30 مشاهدة، كون نموذج ARDL يعتمد على تكوين فترات ابطاء متعددة للمتغير التابع ومتغيرات المستقلة، مما يعني تخفيف درجة حرية النموذج.
- يجب أن يكون معامل تصحيح الخطأ في نموذج ARDL القصير الأجل سالب ومعنوي ECM، بعد التأكد من وجود علاقة طويلة الأجل من خلال اختبار الحدود.
- يجب استخدام معايير تحديد فترات الابطاء في تحديد رتبة النموذج منها AIC وخلافه، وكذا اعتماد القيمة الأقل في تحديد النموذج الملائم.
- يجب اجراء كل الاختبارات القياسية لسلامة النموذج مثل LM الارتباط الذاتي واختبار عدم ثبات التجانس للتباين واختبار استقرارية الدالة.<sup>2</sup>

### المبحث الثاني: تحليل وقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في بعض الدول الناشئة

#### المطلب الأول: الجانب النظري للمتغيرات الدراسة

- أسباب اختيار عينة الدراسة:

بالرغم من الاختلافات الموجودة في الدول الناشئة من حيث المساحة وعدد السكان والموقع الجغرافي ونسبة نمو الانتاجي لكل دولة منها، الا أنها تشترك في بعض الخصائص المالية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية

<sup>1</sup> جلولي نسيم، مقران محمد، (2019)، منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL كأحد تصنيفات القياس الاقتصادي، (دراسة تطبيقية على برمجة Eviews10)، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول تطبيقات القياس الاقتصادي في ظل البيانات الضخمة وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، المركز الجامعي، بلحاج بوشعيب، عين تموشنت

<sup>2</sup> Rajarathimam.A.Subha.S.S (2021) The interaction between Area and Production of Food grain Crops in india. An Empirical Evidence from ARDL Test Cointegration. P03

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

وغيرها المتمثلة في انتمائها الى فئة الدول المتوسطة الدخل، التي تمتاز بكثافة سكانية كبيرة، وباقتصاد متسارع النمو يؤهلها في الاندماج السريع في الاقتصاد العالمي من خلال مساهمتها في زيادة حجم التجارة الدولية الى جانب تسريع حركة صادرات السلع والخدمات المصنعة. هذا ما نشهده في كل من الصين والهند والبرازيل وكذا دولة ماليزيا في المجال التكنولوجي.

تحتل الدول الناشئة أكثر من 15 موقعا في الأسواق العالمية، حيث بلغت ذروته الى 9.3 % سنة 2018<sup>1</sup> كما عملت على توفير احتياطات النقد الاجنبي (العملة الاجنبية) وجلب العديد من التكنولوجيا المتطورة والرفع من تجارة السلع الاستهلاكية في الخارج مثل البرازيل، الهند، روسيا، تاوان، الصين، و من بين أكثر الدول الناشئة استفادة من تدفقات رؤوس الأموال الاجنبية نجد كل من الصين، البرازيل، الهند، المكسيك، روسيا، المملكة العربية السعودية، وجنوب افريقيا، ومن حيث حجم الشركات المتعددة الجنسيات تملك الصين أكثر من 500 شركة في كل من الصين والهند والبرازيل وغيرها ما يثبت تفوقها في مجال التوريد الدولي وحجم منتجاتها وصادراتها العالمية. فهناك العديد من المزايا التي حققتها الدول الناشئة والمتقدمة من خلال استخدامها لتقنيات التكنولوجيا الحديثة في مجال التجاري عبر الأنترنت من خلال ما يسمى بالتجارة الالكترونية التي ساعدت الدول في اختراق الأسواق العالمية واثبات وجودها بفضل المعاملات التجارية الالكترونية باقل وقت وجهد وسهولة الاتصال.

### • متغيرات الدراسة:

تتمثل متغيرات دراستنا كالتالي:

**المتغير التابع:** التجارة الدولية ( من نسبة الناتج المحلي اجمالي(GDP % )) المتمثلة في المؤشرات التالية: صادرات السلع والخدمات، واردات السلع والخدمات، الانفتاح التجاري.

**المتغير المستقل:** التجارة الالكترونية ( من نسبة عدد السكان) والمتمثلة في المؤشرات التالية: عدد مستخدمي الانترنت، خوادم الأنترنت الأمن، اشتراكات الهاتف المحمول.

المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، (2018) الاقتصاد العربي، مؤشر الاداء بين 2000-2018 ، ص 51

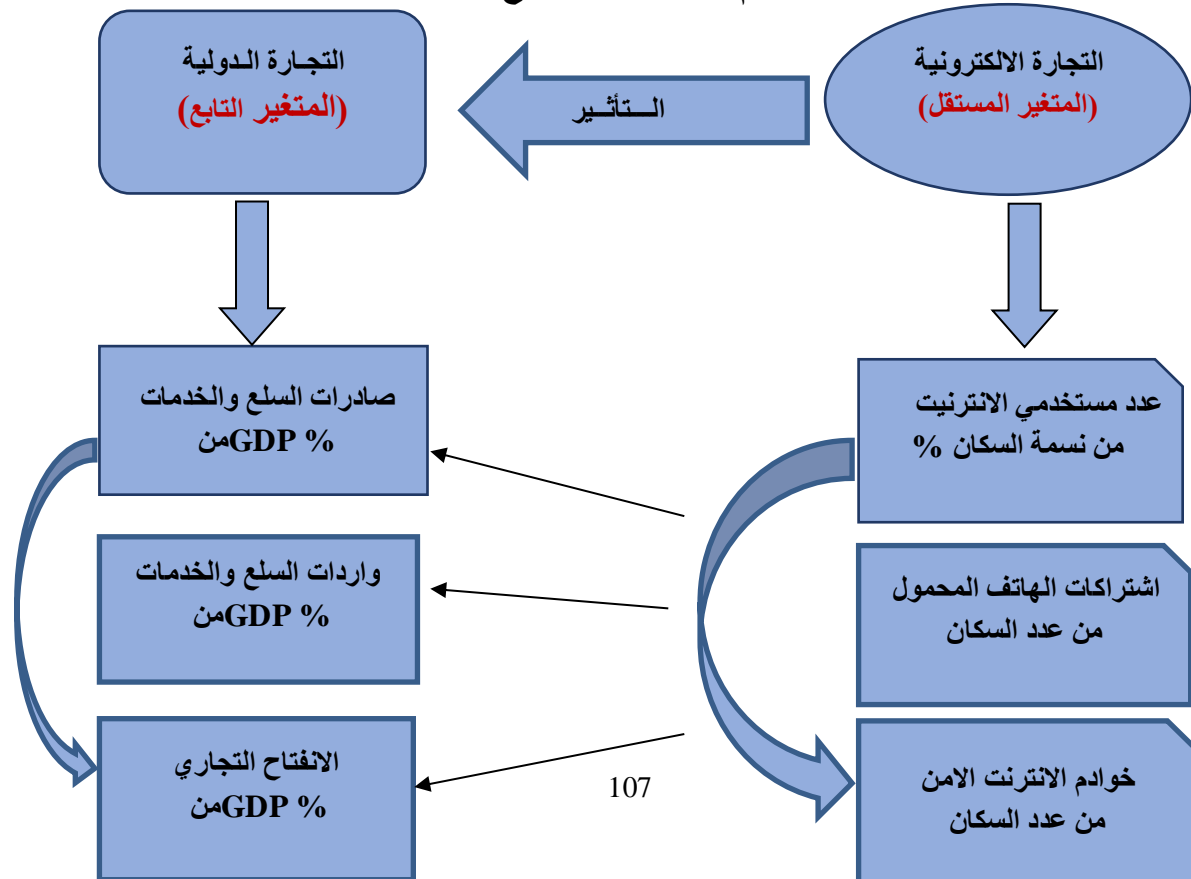
الجدول رقم 3-14: متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة

نوع المتغير	المؤشر	رمز المؤشر	المصدر	فترة الدراسة
المتغير التابع	صادرات السلع والخدمات من GDP %	Exp	البنك العالمي 2022	2010-2022
	واردات السلع والخدمات من GDP %	Imp		
	الانفتاح التجاري من GDP %	Opnt		
المتغير المستقل	مستخدمي الانترنت من % عدد السكان	Unt	البنك العالمي 2022	2010-2022
	اشتراكات الهاتف المحمول من % عدد السكان	Mbs		
	خوادم الانترنت الامن من 100 شخص	srvnt		

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على ما سبق

### ➤ نموذج الدراسة:

من خلال ما سبق قمنا بوضع النموذج التالي للدراسة:  
الشكل رقم 3-7: شكل نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبة

## المطلب الثاني: تحليل بيانات الدراسة لكل من التجارة الالكترونية و التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة

سوف نقوم بتحليل دور التجارة الإلكترونية في تطوير التجارة الدولية، من خلال مجموعة من البلدان المتمثلة في الصين وماليزيا وتركيا والهند وجنوب أفريقيا والبرازيل. كما أضفنا دراسة دولة الجزائر كدراسة استشرافية. و يتناول تحليلنا على مؤشرات مختلفة متعلقة باعتماد التجارة الإلكترونية، و المتمثلة في مثل استخدام الإنترنت، واشتراكات الهاتف المحمول، والبنية التحتية لخدم الإنترنت الامن من النسبة المئوية لعدد السكان. و من خلالها نبحث في كيفية تأثير ومساهمة هذه العوامل التكنولوجية على وضعية ازدهار التجارة الدولية التي جسدها في ثلاث عوامل المتمثلة في حجم الصادرات والواردات للسلع والخدمات من الناتج المحلي الاجمالي، فضلا عن الدرجة الإجمالية للانفتاح التجاري من GDP %.

تستخدم الدراسة تقنيات بيانات Panel، بما في ذلك اختبارات التجانس، ونماذج التأثيرات الثابتة والعشوائية، والفحوصات التشخيصية. كما يعرض أيضاً الإحصائيات الوصفية، وتحليلات الارتباط، واختبارات ثبات السلاسل الزمنية للحالة الجزائرية (باستخدام نموذج ARDL).

كما تهدف النتائج إلى تقديم نظرة ثاقبة للعلاقات المعقدة بين مؤشرات التجارة الإلكترونية وأنماط التجارة الدولية، وتسلط الضوء على الدوافع المحتملة والآثار المترتبة على الانفتاح الاقتصادي والتكامل العالمي.

### 1- حجم استخدام بعض الدول الناشئة لمؤشرات التجارة الالكترونية خلال الفترة (2010-2022).

سوف نحاول عرض أهم تدفقات استخدام الدول الناشئة للمؤشرات الثلاثة من مستخدمي الانترنت واشتراكات الهاتف وخدام الانترنت الأمن من نسبة عدد سكان لبعض الدول الناشئة والمقارنة بينها لمعرفة مدى تطور واعتماد البلدان هذه المؤشرات في معاملتها التجارية الالكترونية.

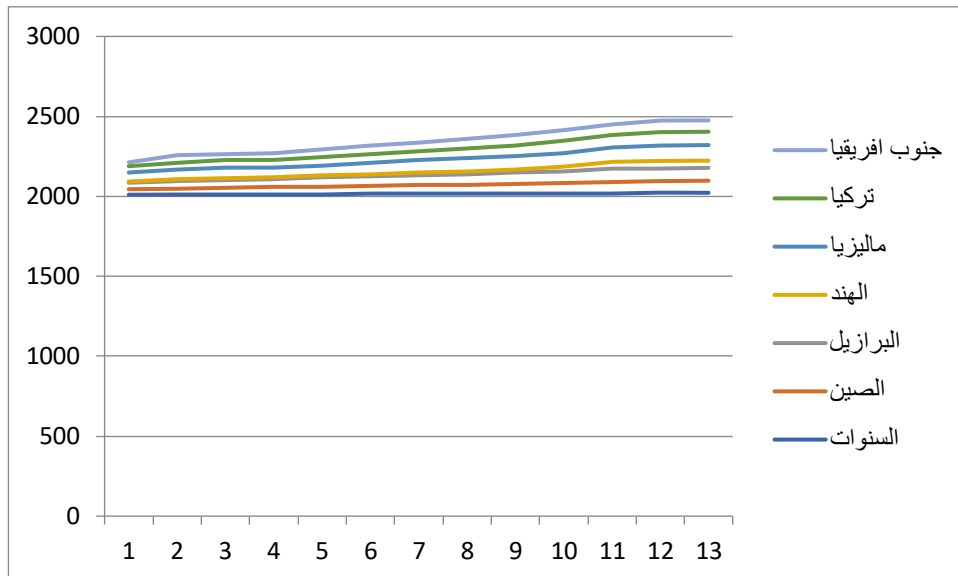
• حجم استخدام الأنترنت في الدول الناشئة المختارة :

الجدول رقم 3-15: عدد مستخدمي الانترنت في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022

السنوات	الصين	البرازيل	الهند	ماليزيا	تركيا	جنوب افريقيا
2010	34,300	40,650	7,500	56,300	39,820	24,000
2011	38,300	45,690	10,070	61,000	43,066	45,690
2012	42,300	48,560	11,100	65,800	45,130	41,000
2013	45,800	51,040	12,300	57,058	46,250	46,500
2014	47,900	54,551	13,500	63,665	51,040	49,000
2015	50,300	58,328	14,900	71,064	53,745	51,919
2016	53,200	60,873	16,500	78,788	58,348	54,000
2017	54,300	67,471	18,200	80,140	64,685	56,167
2018	59,200	70,434	20,081	81,201	71,043	62,400
2019	64,081	73,912	29,524	84,187	73,977	69,697
2020	70,053	81,343	43,405	89,555	77,670	70,320
2021	73,050	80,690	46,310	96,751	81,408	72,310
2022	75,611	80,528	44,857	97,399	83,437	71,315

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

الشكل رقم 3-8: عدد مستخدمي الانترنت في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022



الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

من خلال الجدول رقم 3-15 الذي يعبر عن نسبة المئوية لعدد مستخدمي الأنترنت من عدد السكان الاجمالي في بعض الدول الناشئة، نلاحظ أن كل نسب الدول في حالة تصاعد مع تفاوت بينها. مما يدل على حرص الدول على استخدام الأنترنت في كل معاملاتها التجارية سواء على مستوى الافراد أو على الشركات العالمية وحتى الحكومات، خاصة في السنوات الاخيرة ، ففي 2022 احتلت ماليزيا أكبر نسبة لاستخدام الأنترنت ب 97,399 % وهذا طبيعي كونها مختصة وتنشط في مجال التكنولوجيا الحديثة، تليها تركيا بنسبة 83.437 % التي تعتمد هي الاخرى على الأنترنت ، وحققت الصين نسبة 75.611 % التي أغلب مبيعاتها في التجارة الالكترونية عبر B2C حيث حققت مرتبة الاولى عالميا وتليها أمريكا في مجال التسوق عبر الأنترنت. في حين حققت جنوب افريقيا نسبة جيدة في استخدام الأنترنت ما يدل تطور البيئة التحتية للأنترنت للبلدان وحرصهم في تسويق تجارتهم عبر الأنترنت باستخدام التكنولوجيا المتطورة.

• حجم استخدام لاشتراكات الهاتف المحمول في الدول الناشئة المختارة:

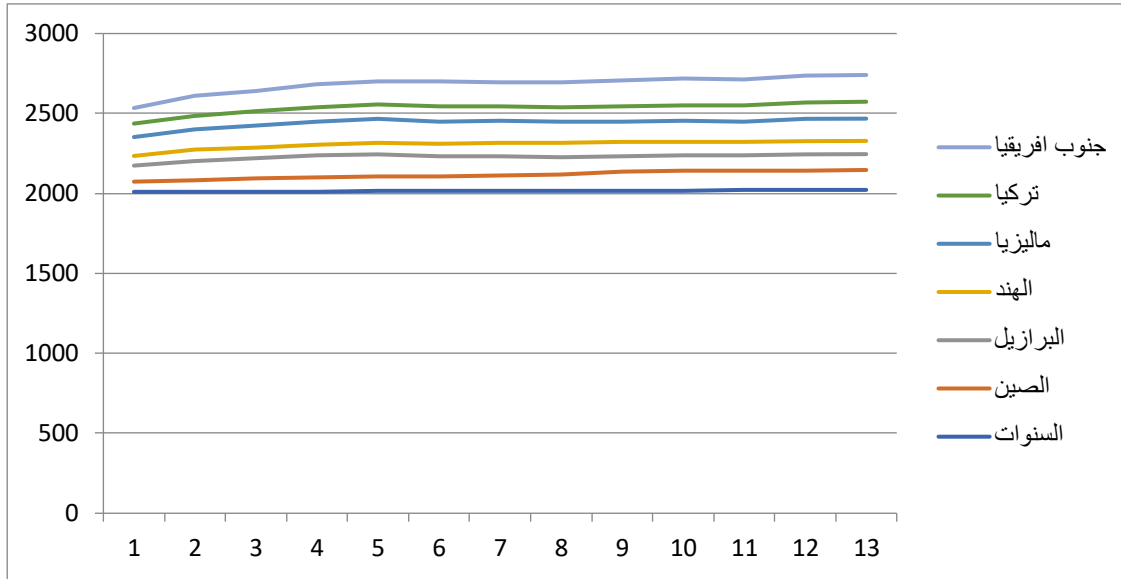
الجدول رقم 3-16: عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022

السنوات	الصين	البرازيل	الهند	ماليزيا	تركيا	جنوب افريقيا
2010	63,72	100,294	60,630	117,902	84,390	97,272
2011	72,674	118,252	71,076	125,621	88,066	122,037
2012	81,383	124,176	67,849	139,327	89,908	128,693
2013	89,319	134,393	68,646	142,709	90,970	142,677
2014	92,846	137,978	72,214	146,795	92,032	144,859
2015	92,701	125,648	75,673	141,956	92,458	157,489
2016	97,364	117,987	84,251	137,867	92,647	146,064
2017	104,227	106,122	86,317	132,408	94,774	156,242
2018	116,388	99,640	85,904	130,909	96,750	161,194
2019	122,813	95,385	83,253	135,961	96,777	166,943
2020	120,596	96,547	82,621	131,698	97,614	163,191
2021	121,538	102,489	81,989	140,591	101,785	168,924
2022	124,878	98,891	80,649	141,292	105,808	167,396



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

الشكل رقم 3-9: عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الدول الناشئة في الفترة ما بين 2010-2022



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

من خلال الجدول رقم 3-16 لاشتراكات الهاتف المحمول في بعض الدول الناشئة نلاحظ تفاوت في النسب بين الدول بالرغم من ارتفاع كل النسب بشكل تصاعدي، يدل هذا على الاستخدام الكبير للأفراد واشتراكهم للهاتف المحمول، خاصة في جنوب افريقيا بنسبة 167.396% و تركيا ب 105.80% وماليزيا بنسبة 141.29% والصين 124,87%، ما يعكس تطور ثقافة الشعوب في استخدام التكنولوجيا وادخال تقنيات للهاتف من خلال أنظمة التكنولوجيا الحديثة وملائمة الأسعار حتى يتسنى للأغلبية الحصول عليها وممارسة النشاط التجاري والتسوق من خلال هواتفهم الذكية عبر الأنترنت، كما تحرص الشركات على تحقيق الجودة في منتجاتها وعرضها عبر منصاتها الرقمية بتقنيات متطورة تتماشى مع الهواتف الذكية للمستهلكين. لتسهيل لهم عمليات الشراء والدفع الالكتروني في نفس الوقت.

● حجم خوادم الأنترنت في الدول الناشئة المختارة :

الجدول رقم 3-17: خوادم الأنترنت الأمن في الدول الناشئة للفترة ما بين 2010-2022

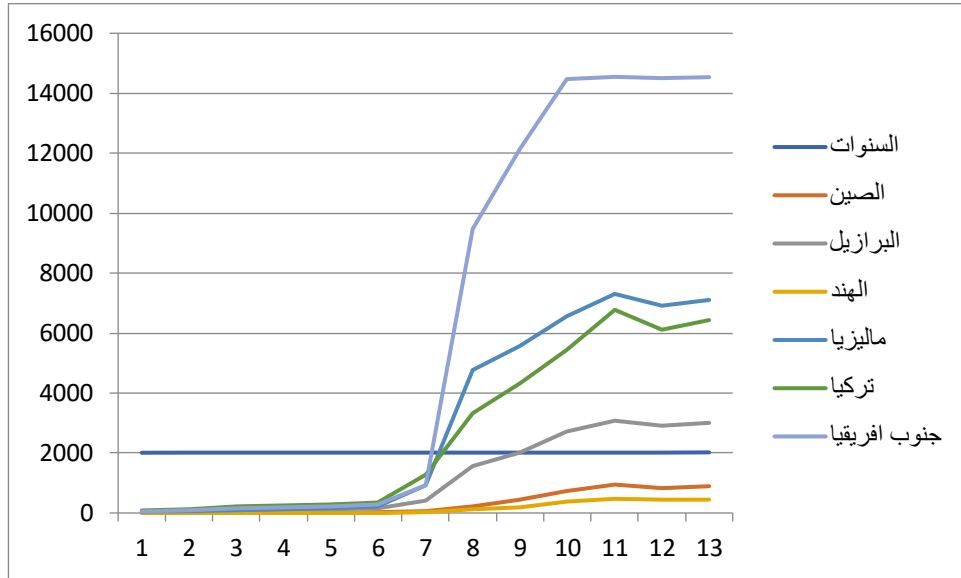
جنوب افريقيا	تركيا	ماليزيا	الهند	البرازيل	الصين	السنوات
--------------	-------	---------	-------	----------	-------	---------

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

2010	1,199	28,158	1,661	44,119	85,320	51,501
2011	1,956	43,944	2,260	56,538	117,144	81,631
2012	3,766	70,303	4,476	99,392	222,284	141,857
2013	5,134	86,535	6,103	119,596	261,779	172,589
2014	9,705	111,953	8,370	147,453	295,306	221,124
2015	19,559	158,406	11,576	227,849	358,435	270,364
2016	47,597	408,664	37,892	920,403	1281,854	914,089
2017	207,649	1576,548	121,689	4783,804	3311,531	9490,511
2018	443,513	2029,628	185,560	5559,508	4309,504	12126,621
2019	729,739	2731,420	384,500	6548,832	5434,797	14469,541
2020	948,459	3077,966	474,294	7306,176	6776,075	14546,105
2021	839,099	2904,693	429,397	6927,504	6105,436	14507,823
2022	893,779	2991,330	451,846	7116,840	6440,756	14526,964

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

الشكل رقم 3-10: خوادم الأنترنت الأمن في الدول الناشئة للفترة ما بين 2010-2022



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

يمثل الجدول رقم 3-17 عدد خوادم الأنترنت الأمن في مختلف الدول الناشئة محل الدراسة التي يعبر عن البنية التحتية لهذه الدول وقابليتها في مواكبة التطورات والحفاظ على خصوصيات وأمن عملائها في ظل هذا

**الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر**

التسارع التكنولوجي المتطور، نلاحظ أن في السنوات تقريبا من 2010 الى غاية 2018 كانت النسب بين الدول متقاربة و عدد الخوادم متوسط ، لكن مع بداية 2019 تزايد عدد الخوادم الأمن للإنترنت لمدى أهميته خاصة مع ظهور جائحة كوفيد-19 وكثرة المعاملات الالكترونية ، حفز الدول على تطوير نظامها وبنيتها التحتية لضمان النشاط التجاري عبر الإنترنت، وبالتالي دعم حجم تجارتها المحلية و الدولية خاصة في التجارة الإلكترونية، نجد أن ماليزيا حققت نسبة 7116,840 عالية في خوادم الامنة للإنترنت كونها متفوقة في مجال التكنولوجيا ، كذلك الصين وصلت نسبتها الى 893.779 كونها مورد أساسي والاول في التوريد الدولي هذا ما يساعدها في ضمان الزيادة في مبيعاتها خاصة الدولية

**2. تدفقات التجارة الدولية وفق بعض مؤشراتها في الدول الناشئة" من 2010 الى 2022.**

- **حجم صادرات السلع والخدمات من الناتج المحلي الاجمالي في الدول الناشئة المختارة :**

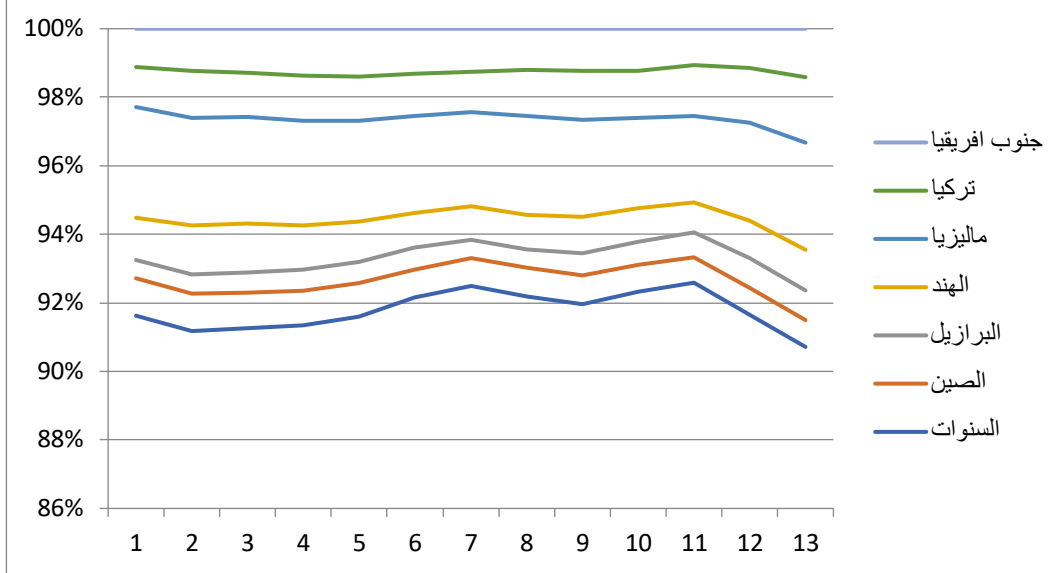
**الجدول رقم 3-18: صادرات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022**

السنوات	الصين	البرازيل	الهند	ماليزيا	تركيا	جنوب افريقيا
2010	23,532	11,907	26,854	71,014	25,500	24,623
2011	24,173	12,352	31,083	69,682	30,310	26,938
2012	22,775	13,237	31,259	68,542	28,470	28,443
2013	22,145	14,044	28,413	67,092	28,734	30,496
2014	21,395	13,673	25,954	64,519	28,561	30,499
2015	18,110	14,053	22,110	61,921	26,557	29,013
2016	17,310	12,067	20,924	60,124	25,245	27,705
2017	17,940	11,801	21,951	63,143	29,723	26,196
2018	18,454	14,241	23,689	61,848	31,382	26,989
2019	17,480	14,767	21,241	57,751	30,119	26,696
2020	16,168	15,849	19,099	55,210	32,223	23,159
2021	17,358	18,620	24,153	63,395	35,339	24,973
2022	17,467	19,294	26,443	69,714	42,586	31,522

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

**الشكل رقم 3-11: صادرات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022**

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

يبين الجدول رقم 3-18 نسب صادرات السلع والخدمات للتجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة حجم صادراتها وتفاوتها بينها، حيث كانت النتائج متقاربة بين السنوات كلها لكل بلد على حد. حسب كل دولة و نشاطها. حققت ماليزيا نسبة 69.71 % صادرات الخدمات التكنولوجية، تركيا نسبة 42,58 في صادرات السلع. أما الصين تراجعت قليلا نظرا لتفشي الكوفيد-19 عندها و حالة الاغلاق التي حصلت دوليا و حربها الاقتصادية مع أمريكا اخرتها قليلا، لكنها تعتبر من الاقتصادات أولى في العالم من ناحية تصدير السيارات والأجهزة الالكترونية.

• حجم واردات السلع والخدمات من الناتج المحلي الاجمالي في الدول الناشئة المختارة :

الجدول رقم 3-19: واردات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022

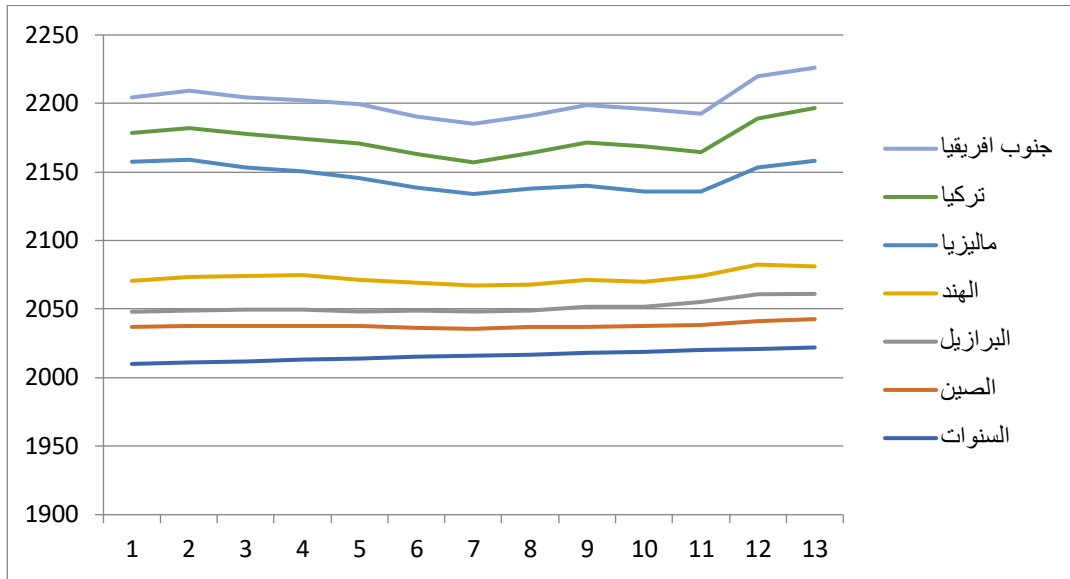
السنوات	الصين	البرازيل	الهند	ماليزيا	تركيا	جنوب افريقيا
2010	27,185	10,866	22,401	86,930	21,194	25,783
2011	26,568	11,583	24,540	85,255	22,994	27,698
2012	25,493	11,878	24,534	79,300	24,361	27,139
2013	24,599	11,742	25,431	75,629	23,793	28,379
2014	23,510	11,012	22,968	73,793	25,206	29,001
2015	21,354	12,900	19,813	69,449	24,531	27,714

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

2016	19,584	12,467	19,158	66,775	23,084	28,156
2017	19,692	12,519	18,792	70,012	26,039	27,340
2018	19,112	14,635	19,928	68,555	31,233	27,563
2019	18,410	14,123	18,691	65,278	33,074	27,297
2020	18,586	16,795	18,709	61,578	29,121	27,600
2021	19,944	20,097	21,399	70,624	35,744	31,194
2022	20,677	18,446	20,054	76,950	38,584	29,397

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

الشكل رقم 3-12: واردات السلع والخدمات من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

من خلال الجدول رقم 3-19 الذي يوضح نسب ومستويات الدول في جانب الاستيراد. نلاحظ أن أكبر مستورد كانت ماليزيا بنسبة 76.95 % من السلع. أما الصين فقدت حافظت على نسبتها القليلة في الاستيراد كونها من أقوى اقتصادات المصدرة للسلع وخدمات في العالم مع أمريكا والدول الأوروبية لتحافظ على نسبة 20.67 %. وكذلك تركيا حافظت على نسب متقاربة في استيرادها خلال سنوات الدراسة ب 38.584 % من الاستيرادات كونها اتبعت نظام مغلق وتنتج أغلب حاجاتها محليا، كما كانت قيمة كل من البرازيل والهند منخفضة كذلك وهذا راجع لسياستها التجارية التي تنتهجها حكوماتهم ، ونفهم أن أغلب الدول الدراسة تحاول تنشيط انتاجها الداخلي وتطوير اقتصادها بتقليل واردتها لتقادي مشكل التبعية.

• حجم الانفتاح التجاري من الناتج المحلي الاجمالي في الدول الناشئة المختارة :

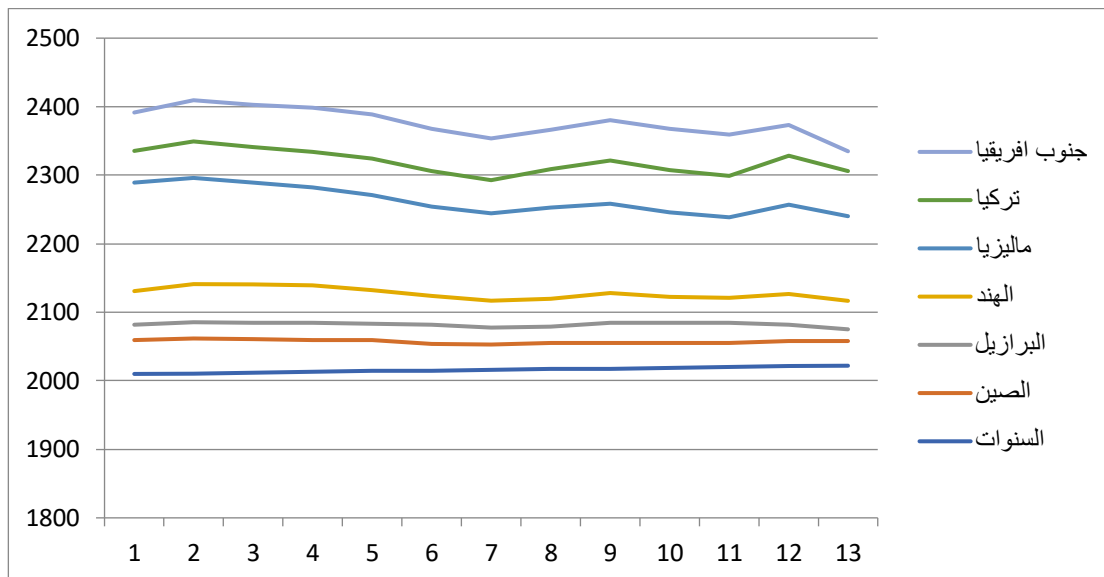
الجدول رقم 3-20: نسب الانفتاح التجاري من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى 2022

السنوات	الصين	البرازيل	الهند	ماليزيا	تركيا	جنوب افريقيا
2010	49,00	22,517	49,255	157,944	46,694	55,988
2011	50,74	23,701	55,623	154,937	53,304	60,112
2012	48,267	24,765	55,793	147,841	52,83	60,899
2013	46,744	25,561	53,844	142,721	52,527	64,241
2014	44,905	24,685	48,922	138,312	53,766	64,434
2015	39,464	26,953	41,922	131,37	51,088	61,617
2016	36,894	24,533	40,082	126,899	48,328	60,638
2017	37,632	24,327	40,722	133,155	55,762	57,939
2018	37,456	29,397	43,404	130,43	62,547	59,47
2019	36,021	28,976	38,298	123	62,682	59,204
2020	34,754	29,186	37,8	116,82	60,95	59,337
2021	37,468	23,088	45,29	130,569	70,834	44,469
2022	36,111	16,99	41,547	123,699	65,895	28,67

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

الشكل رقم 3-13: التمثيل البياني لنسب الانفتاح التجاري من GDP % في الدول الناشئة من 2010 الى

2022



## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الاشارة الى حالة الجزائر

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

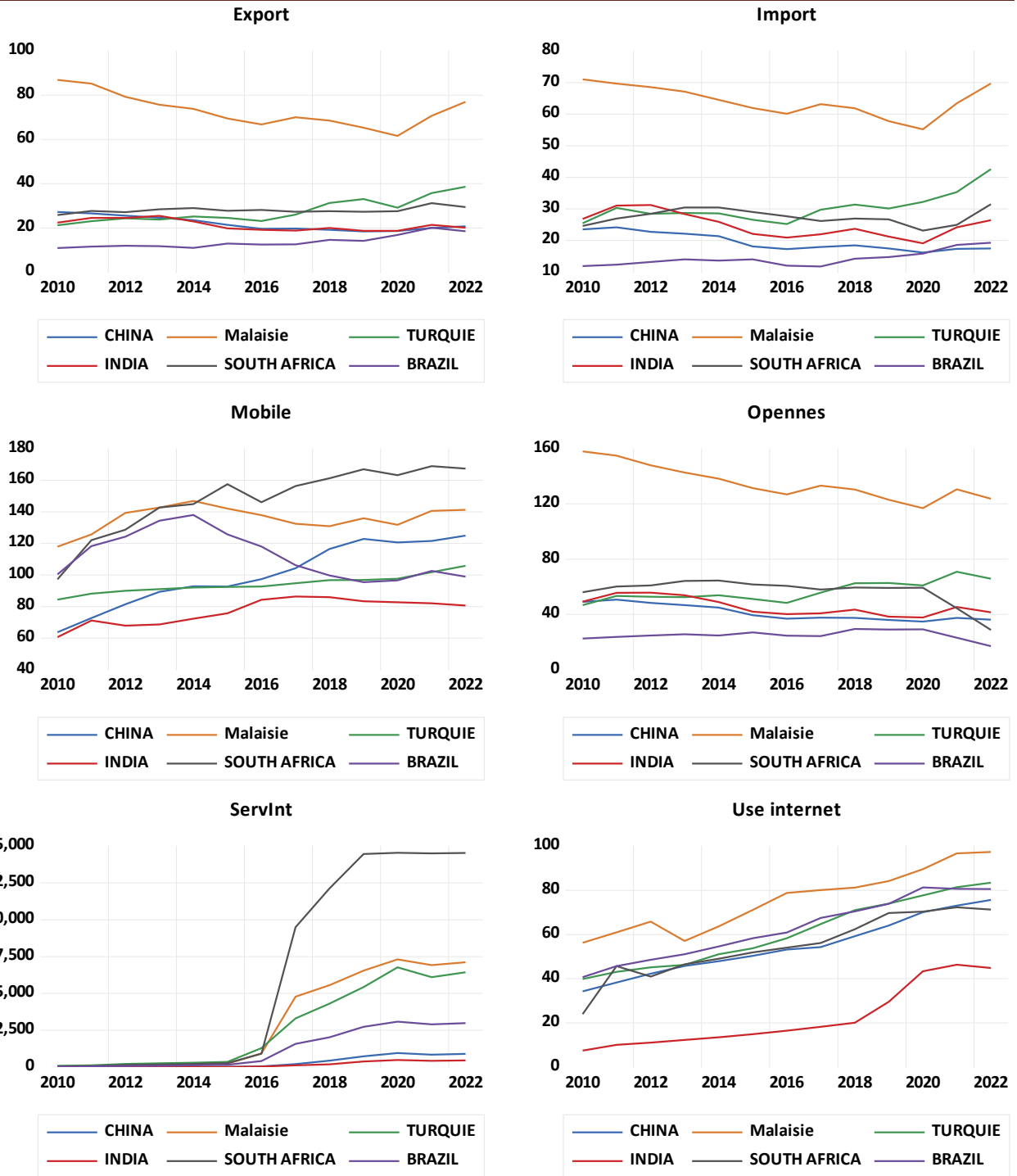
يوضح الشكل رقم 3-20 نسب الدول الناشئة في الانفتاح التجاري ومدى قدرتها على الانفتاح الاقتصادي لبلد ما. حيث شهد تفاوت وتقلب في نسب الدول الناشئة في فترة الدراسة، أكبر نسبة انفتاح تجاري كانت لماليزيا بنسبة 123,699 من الناتج المحلي الاجمالي لسنة 2022، لتليها تركيا بقيمة 65.895 % ثم الهند بنسبة 41,547 %. مما يدل على مواكبة الدول للتطورات الحاصلة في الاسواق العالمية. ورغبتها في الانفتاح والدخول الى الاسواق العالمية لزيادة حجم تجارتها الدولية وبالتالي تحسين اقتصادها.

**المطلب الثالث: الدراسة الوصفية لبيانات متغيرات الدراسة لكل دولة:**

- تحليل نتائج تطور متغيرات الدراسة خلال الفترة 2010-2022 لعينة الدراسة:

الشكل 3-14: تطورات متغيرات الدراسة خلال الفترة (2010-2022) في عينة الدراسة

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مستخرجات Eviews 12

الشكل البياني رقم 3-14 في الأعلى يوضح تطور ومنحى متغيرات الدراسة خلال الفترة الممتدة (2010-

2022)، و لفهم أكثر سوف نقوم بتحليل وشرح مفصل لكل دولة من عينة الدراسة على حدا:



الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع  
الإشارة الى حالة الجزائر  
تحليل نتائج دولة الصين:

شهد استخدام الإنترنت (مستخدمي الإنترنت) في الصين زيادة مطردة وكبيرة خلال فترة الدراسة، حيث ارتفع من نسبة 34.3% في عام 2010 إلى نسبة 75.61% في عام 2022، مما يعكس درجة التحول الرقمي السريع في اقتصادها الرقمي واعتمادها على تقنيات الإنترنت في البلاد. كما أظهر معدل الاشتراك في الهاتف المحمول أيضًا اتجاهًا تصاعديًا ثابتًا، حيث ارتفع من 63.72 اشتراكًا لكل 100 ساكن محلي في عام 2010 إلى 124.878 مشترك في عام 2022، مما يشير إلى الاعتماد سكان الصينين الواسع الى النطاق لتقنيات الهاتف المحمول والأهمية المتزايدة في استخدامهم للإنترنت عبر الهاتف المحمول. وشهدت الصين نموا هائلا في عدد خوادم الإنترنت، حيث ارتفع من 1.199 خادما لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 893.779 في عام 2022، مما يسלט الضوء على جهود البلاد لتعزيز البنية التحتية للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت والمنصات الرقمية. ومع ذلك، فقد تقلب الانفتاح التجاري للصين على مر السنين، حيث وصل إلى ذروة بلغت 50.74% من الناتج المحلي الاجمالي في عام 2011 ثم انخفض إلى حوالي 36% في السنوات الأخيرة، وهو ما قد يعكس التغيرات في السياسات التجارية، والظروف الاقتصادية العالمية خاصة السنوات الاخيرة في ظل وباء كورونا، والتحول في أنماط الطلب والإنتاج المحلي. و وفقا لتقرير (معهد الاقتصاد والسياسة العالمية)<sup>1</sup> اعتمد انفتاح الصين على جهودها الرامية الى التعلم النشط من الغرب دون نسخ نمودجه بشكل أعمى والمشاركة بنشاط العولمة دون الاعتماد على طرف ثالث. فحسب (Chenggang Wang-2021) فان تطبيق التجارة الالكترونية الدولية يساعد في تقليص المسافة الجغرافية (التي تتحكم فيها تكاليف النقل والرسوم الجمركية) تخفض هذه التكاليف وبالتالي تعزيز نمو حجم صادرات التجارة الدولية الصينية والدول المشابهة لها وهذا يدل على القرار الصحيح للتجربة الصينية في التجارة الالكترونية عبر الحدود، وهذا ما يثبت استراتيجية الصين في التنمية الاقتصادية من حيث استخدامها للتقنيات الحديثة الالكترونية في مجال التجارة سواء الخدمات أو السلع خاصة في B2B و B2C.

<sup>1</sup> Institute of World Economies and Polities .( 2021). **World Openness Report 2021**. Cass Research Center fo Hongqiao Internationnal Economic Forum. P9

<sup>2</sup> Changgang and Others.( 2021). **The Impact of International Electronic Commerce on Export Trade Evidence from China**.op.citP9

شهدت ماليزيا زيادة مطردة في عدد مستخدمي الإنترنت، حيث ارتفعت نسبتهم من 56.3% في عام 2010 إلى نسبة 97.399% في عام 2022، مما يشير إلى استخدام الإنترنت و اعتماد التقنيات الرقمية على نطاق واسع في البلاد. و ظل معدل الاشتراك في الهاتف المحمول في حالة تصاعد باستمرار، حيث تراوح حول 140 اشتراكا لكل 100 نسمة خلال السنوات القليلة الماضية، مما يشير إلى وجود سوق للهاتف المحمول ناضجة ومشبعة. كما شهدت ماليزيا زيادة ملحوظة في عدد خوادم الإنترنت، حيث نمت من 44.119 خادماً لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 7116.84 خادما في عام 2022، و هذا يعكس جهود الدولة في سياستها التجارية في تعزيز البنية التحتية للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت. وحسب ( George R.G Clarke-2002) الوصول الى الانترنت هو أحد القوة الدافعة للعولمة ولها تأثير على أداء التصدير للشركات الصناعية والخدماتية في الاقتصاديات المتوسطة الدخل مثل دول آسيا الشرقية، حيث ان استخدام الانترنت يسهل الوصول الى شبكات التسوق والتوزيع الدولية خاصة اذا كانت شركات متعددة الجنسيات كونها منفتحة على السوق العالمي. فشهد الانفتاح التجاري تقلب في ماليزيا على طول الفترة الزمنية للدراسة، حيث تراوح من حوالي 130% إلى 158% من الناتج المحلي الإجمالي، مما يعكس اعتماد البلاد على التجارة الدولية واندماجها في سلاسل التوريد العالمية.

#### تحليل نتائج دولة تركيا:

لقد حققت تركيا زيادة مطردة في استخدام الإنترنت، حيث ارتفع عدد مستخدمي الانترنت من 39.82% من عدد السكان في عام 2010 إلى 83.437% في عام 2022، مما يشير إلى استخدام الأنترنت الكبير و تزايد اعتماد التقنيات الرقمية في البلاد. في حين ظل معدل الاشتراك في الهاتف المحمول مستقراً نسبياً، حيث تراوح حول 100 اشتراك لكل 100 ساكن خلال السنوات القليلة الماضية، مما يشير إلى نضج سوق الهاتف المحمول. كما شهدت تركيا نمواً كبيراً في عدد خوادم الإنترنت، حيث ارتفع عدده من 85.32 خادماً لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 6440.756 في عام 2022، مما يسلط الضوء على جهود البلاد لتعزيز البنية التحتية

<sup>1</sup> George R. G Clarke-(2002). **Does Internet Connectivity Affect Export Performance**.Op.cit P10

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت. أما بالنسبة لانفتاحها التجاري لتركيا فكان متقلب خلال فترة الدراسة، حيث تراوح من حوالي 46% إلى 70% من الناتج المحلي الإجمالي، وهذا يدل على مشاركة تركيا في التجارة الدولية واندماجها في الأسواق العالمية. وكذا يظهر<sup>1</sup> ان حجم التجارة الدولية تزداد عبر التجارة الالكترونية من خلال تسهيل عمليات المبادلات التجارية وتسريعها الكترونيا، فاستخدام الانترنيت يعزز التجارة الدولية برفع الحواجز الجمركية وهذا يزيد من حجم الصادرات خاصة في الخدمات.

### تحليل نتائج دولة الهند:

شهدت الهند زيادة كبيرة في عدد مستخدمي الإنترنت، حيث ارتفعت نسبتهم من 7.5% في عام 2010 إلى 44.857% في عام 2022، على الرغم من أن مستوى انتشار الإنترنت لا يزال منخفضًا نسبيًا مقارنة بالدول الأخرى، مما يشير إلى إمكانية تحقيق المزيد من النمو كونه بلد متفوق في استخدام التكنولوجيا. وقد أظهر معدل الاشتراك في الهاتف المحمول زيادة مطردة، حيث ارتفع من 60.63 اشتراكًا لكل 100 ساكن في عام 2010 إلى 80.649 في عام 2022، مما يعكس الاعتماد المتزايد لتقنيات الهاتف المحمول في البلاد. وحسب (Ishvinder Singh Ahluwalia-2022) قامت الحكومة الهندية<sup>2</sup> من خلال مراحل تطور EC فيها على تحرير سياسات التجارة الدولية للبلاد كعامل رئيسي عزز نمو البوابات الافتراضية B2B للتجارة الالكترونية، بهدف جذب شركات المتعددة الجنسيات التي تساهم في نمو صناعة تكنولوجيا المعلومات لزيادة قطاع الخدمات وخلق قاعدة لمستخدمي الهواتف الذكية المرتبط بالإنترنت من أجل تسهيل معاملاتهم التجارية في التسوق عبر الإنترنت، كما قدمت ضمانا للتجارة الالكترونية بحيث يسمح للتجارة المحلية والدولية بتوسيع حقوقها ومنح حماية المستهلك، كما حققت الهند نموًا كبيرًا في عدد خوادم الإنترنت، حيث ارتفع من 1.661 خادمًا لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 451.846 في عام 2022، مما يسלט الضوء على جهود الدولة لتعزيز البنية التحتية للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت. في حين شهد الانفتاح التجاري في الهند تقلبات على مر سنوات الدراسة، فتراوح بين نحو 40% إلى 55% من الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما يعكس مشاركة البلاد في التجارة الدولية وجهودها للاندماج في الأسواق العالمية.

<sup>1</sup> Nuray Terziaa.(2011). **The Impact of E-commerce in international Trade and Employment**. op.cit P10

<sup>2</sup> Ishvinder Singh Ahluwalia( 2022) , **The Facter that Drive EC Growth in India** op.citP7

نفس المنحى بالنسبة لجنوب أفريقيا، حيث شهدت زيادة مطردة في عدد مستخدمي الإنترنت، حيث ارتفعت من نسبة 24% في عام 2010 إلى نسبة 71.315% في عام 2022، مما يشير استخدام الانترنت إلى زيادة اعتماد التقنيات الرقمية في البلاد. كما أظهر معدل اشتراك الهاتف المحمول اتجاهاً متقلباً، حيث بلغ ذروته عند حوالي 168 اشتراكاً لكل 100 ساكن في عام 2021 ثم انخفض قليلاً في عام 2022، مما يشير إلى نضج سوق الهاتف المحمول وانتشار استخدام الهواتف الذكية في المعاملات التجارية الالكترونية. فحسب دراسة (Oksana E.Kim-2022)<sup>1</sup> يرى أن دور تقنيات المعلومات المتقدمة بشكل عام وتقنيات الانترنت بشكل خاص في التجارة يتجسد في التطوير المكثف للتجارة الالكترونية بإدخال تقنيات الهاتف المحمول في جميع العمليات ذات الصلة سواء في البيع بالتجزئة من خلال المواقع الالكترونية التي تستخدم الاجهزة اللوحية او الهاتف المحمول قد ساهمت في ظهور التكامل بين أنظمة المعلومات بين المتعاملين وخلق المنافسة بين الشركات سواء بالجملة او بالتجزئة من خلال تطوير ريادة الاعمال التجارية الالكترونية عبر الانترنت على مستوى دول العالم والتي ساهمت بدورها في تطوير التجارة الدولية من الصين وروسيا والاقتصادات الرائدة. كما شهدت جنوب أفريقيا زيادة ملحوظة في عدد خوادم الإنترنت، حيث ارتفعت من 51.501 خادمًا لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 14526.964 في عام 2022، مما يسלט الضوء على جهود البلاد لتعزيز البنية التحتية للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت. اما بالنسبة للانفتاح التجاري لجنوب إفريقيا فقد شهد تقلبًا خلال فترة الدراسة، حيث تراوح من حوالي 55% إلى 65% من الناتج المحلي الإجمالي، مما يعكس جهود المبدولة لمشاركة البلاد في التجارة الدولية واندماجها في الأسواق العالمية. والتأثير الايجابي للتجارة الالكترونية في مستوى الانفتاح التجاري لدول افريقيا من حيث الاستثمارات (رغم من عدم ثبات) قيمها التي تقوم بها مع باقي الدول في العالم في ظل التحديات التي تؤثر على تحسن التجارة الالكترونية في افريقيا. حيث ان كل من نيجيريا

<sup>1</sup> Oksana.E.kim.(2022).Ecommerce as Development Factors in International Trade.op.cit P4

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

وجنوب افريقيا تزيد من التجارة عبر الحدود وتحفز المزيد من الناس للتجارة النشطة في البلدين وخارجهما مما يساعد من تقليل نفقات الاعمال وزيادة الارباح الهامشية<sup>1</sup>.

### تحليل نتائج دولة البرازيل:

لقد شهدت البرازيل زيادة مطردة في عدد مستخدمي الإنترنت، حيث ارتفعت من نسبة 40.65% في عام 2010 إلى نسبة 80.528% في عام 2022، مما يعني انتشار الواسع لاستخدام الانترنت و إلى زيادة اعتماد التقنيات الرقمية في البلاد. كما أظهر معدل الاشتراك في الهاتف المحمول اتجاهاً متقلباً، حيث بلغ ذروته عند حوالي 137 اشتراكاً لكل 100 ساكن في عام 2014 ثم انخفض إلى حوالي 98 في عام 2022، مما يدل على نضج سوق الهاتف المحمول والاستخدام الكبير للهواتف الذكية في عمليات الشراء عبر الأنترنت. كما شهدت البرازيل نمواً كبيراً في عدد خوادم الإنترنت، حيث ارتفع من 28.158 خادماً لكل مليون شخص في عام 2010 إلى 2991.33 في عام 2022، مما يسלט الضوء على جهود البلاد لتعزيز البنية التحتية للإنترنت ودعم الطلب المتزايد على الخدمات عبر الإنترنت. و ظل الانفتاح التجاري للبرازيل مستقراً نسبياً، حيث تراوح بين حوالي نسبة 22% إلى 29% من الناتج المحلي الإجمالي خلال فترة الدراسة، مما يعكس مشاركة البلاد في التجارة الدولية وجهودها للاندماج في الأسواق العالمية.

ومن خلال تحليلنا لحالة هذه الدول يتبين لنا عن العديد من الاتجاهات المشتركة في البلدان التي شملتها الدراسة، اتجاهاً بالتحول العالمي نحو الرقمنة والأهمية المتزايدة للخدمات عبر الإنترنت. حيث شهدت معظم هذه الدول زيادات مطردة في استخدام الإنترنت واشتراكات الهاتف المحمول من خلال عدد سكانها و عدد خوادم الإنترنت خلال الفترة الممتدة ما بين 2010 إلى غاية 2022. يعكس لنا هذا الجهود الواسعة التي بذلتها هذه الدول في تطوير و تعزيز البنية التحتية الرقمية واستخدام تكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات ، من خلال خلق منصات رقمية متطورة تتماشى مع الطلب المتزايد للعملاء لتسهيل نشاطهم التجاري سواء بيع أو شراء للسلع والخدمات عبر الإنترنت، وتسهيل اعتماد تقنيات الحديثة كوسائل الدفع الالكتروني عبر الإنترنت

<sup>1</sup> Mabintu Mansaray and Hanjia Bin( 2016). **E-commerce and Trade Openness in Africa .a Panel Data Analysis**.Op.cit p 7914

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

والهاتف المحمول. ومع ذلك، فإن وتيرة ومدى هذه الاتجاهات الرقمية تختلف بين البلدان كل حسب مستواه ومدى تطور تقنياته التكنولوجية، وتتأثر بعوامل مثل مستويات التنمية الاقتصادية، ونضج البنية التحتية التكنولوجية، والسياسات الحكومية. السياسة التجارية التي تعتمدها كل دولة. و في حين حققت بعض البلدان مثل ماليزيا والصين مستويات عالية من انتشار الإنترنت وتشعب الأجهزة المحمولة ما يعكس تطور البلدين في مجال التكنولوجيا وسهولة الاداء الاعمال الكترونيا والذي نشهده من خلال التجارة الالكترونية خاصة في دولة الصين، لا يزال لدى الدول أخرى مثل الهند مجال لمزيد من النمو في الاعتماد الرقمي. كما تختلف مسارات نمو خوادم الإنترنت، حيث تشهد بعض الدول زيادات هائلة، مما يشير إلى استثمارات كبيرة في تعزيز القدرات عبر الإنترنت. فحسب (United Nations-2018)<sup>1</sup> حققت كل من الصين وجنوب افريقيا مراتب جيدة في مجال التجارة الالكترونية ما يعكس توازن دول البريكس + توازن جيد يظهر في البنية التحتية ، فقد حصلت الصين على المرتبة الاولى من بين 60 دولة ناشئة ومتقدمة في مؤشر التجارة الالكترونية ليظهر أدائها الجيد والمتطور مقارنة بباقي الدول الناشئة.

كما لا تنسى تأثير الوباء خاصة في سنة 2020. الذي هز الانتاج العالمي بإضعاف الطلب العالمي، وتعطيل قيمة سلاسل الامداد والصناعة العالمية ما أدى الى تركيز دول العالم على اقتصاد الداخلي لمواجهة مخاطر الوباء وتقليص الخسائر بتقليل الانفتاح ، وهذا ما نتج عنه من انخفاض مستوى التجارة الدولية من خلال انخفاض الناتج المحلي الاجمالي العالمي الى 43 % لأكثر من 85 % اقتصادات العالم التي شهدت انكماش كبير في ظل ازمة الكوفيد-19.<sup>2</sup>

### المطلب الرابع: تقدير نماذج وتحليل النتائج

#### 1- تحليل بيانات الدراسة والعلاقة بين المتغيرات:

<sup>1</sup> United Nations (2018) . **Brics+ E-commerce Development Report in 2018**. Op.cit P6

<sup>2</sup> **World Openness Report 2021**. Op.Cit.P85

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

من أجل دراسة أي نموذج اقتصادي أو معرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة على المدى القصير أو الطويل، يتوجب علينا دراسة خصائص الدراسة في التقدير من خلال التطرق الى دراسة درجة استقرار السلاسل ومدى تكاملها. من خلال اختبار جذر الوحدة ودراسة العلاقة بين المتغيرات ودرجة الارتباط فيما بينها.

• التحليل الوصفي لبيانات الدراسة:

• المؤشرات الاحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة:

الجدول رقم 3-21: جدول المؤشرات الاحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة

	EXPOR T	IMPOR T	MOBL E	OPENNE S	SERVIN T	USE_INTERNE T
Mean	30,94	30,2	111,17	60,06	2293,20	55,10
Median	24,54	26,08	103,36	50,00	282,84	55,36
Maximum	86,93	71,01	168,92	157,94	14546,10	97,40
Minimum	10,87	11,80	60,63	16,99	1,20	7,50
Std, Dev,	20,00	16,58	28,14	36,35	3866,20	21,42
Skewness	1,57	1,33	0,29	1,41	2,00	-0,40
Kurtosis	4,14	3,59	2,09	3,83	6,21	2,67
Jarque- Bera	36,24	24,25	3,76	27,94	85,55	2,48
Probability	0,00	0,00	0,15	0,00	0,00	0,29

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

قمنا في هذه الدراسة، بإجراء تحليلاً لآثار الصادرات والواردات والانفتاح التجاري على استخدام الإنترنت والهواتف المحمولة في مختلف البلدان، بما في ذلك الصين وماليزيا والهند وتركيا والبرازيل وجنوب أفريقيا. و توفر النتائج الإحصائيات الوصفية الواردة ملخصة في الجدول اعلاه نظرة اساسية لتوزيع وخصائص المتغيرات قيد الدراسة.

أولاً، يبلغ متوسط قيم صادرات السلع والخدمات (% من الناتج المحلي الإجمالي) وواردات السلع والخدمات (% من الناتج المحلي الإجمالي) 30.94% و30.12% على التوالي، مما يشير إلى ملف تجاري متوازن نسبياً عبر البلدان التي تم أخذ العينة منها. ومع ذلك، توجد اختلافات ملحوظة، حيث تصل القيم القصوى إلى 86.93% للصادرات و71.01% للواردات، مما يسلط الضوء على البيئة الاقتصادية المختلفة داخل الدول التي شملتها الدراسة.

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

وفيما يتعلق باشتراكات الهاتف المحمول (Mobile phone subscriptions)، لوحظ أن القيمة المتوسطة هي 111.17، مما يشير إلى مستوى كبير من انتشار الهاتف المحمول عبر البلدان التي تم أخذ عينات منها. وبالمثل، يبلغ متوسط قيمة الانفتاح التجاري (% من الناتج المحلي الإجمالي) 60.06، مما يشير إلى درجة كبيرة من التكامل الاقتصادي في ساحة التجارة الدولية بين البلدان محل الدراسة.

ومن حيث مستخدمي الإنترنت، بلغ متوسط نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت (% من السكان) 2.2293، مما يعكس الوصول الواسع النطاق إلى الموارد عبر الإنترنت ومنصات الاتصال. ومع ذلك، يشير الانحراف المعياري الكبير البالغ 3866.2 إلى وجود تباين كبير في مستويات استخدام الإنترنت بين البلدان التي تم أخذ العينات منها. أخيراً، لوحظ أن القيمة المتوسطة لخوادم الإنترنت الأمانة تبلغ 55.1، مما يشير إلى مستوى معتدل من البنية التحتية للأمن السيبراني عبر الدول التي تم أخذ عينات منها.

وبشكل عام، تكشف الإحصاءات الوصفية عن مناظر اقتصادية وتكنولوجية متنوعة بين البلدان التي شملتها الدراسة، مما يوفر رؤى قيمة حول العلاقات المحتملة بين ديناميكيات التجارة وأنماط مستخدمي الإنترنت و اشتراكات الهاتف المحمول. وسيتم استخدام المزيد من تقنيات التحليل و النمذجة لاستكشاف المحددات والآثار الأساسية لهذه العلاقات في المراحل اللاحقة من الدراسة.

## 2-دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

### الجدول رقم 3-22: مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة

Correlation	EXPR T	IMPOR T	MOBIL E	OPENNE S	SERVIN T	USE_INTERNE T
EXPORT	1					
IMPORT	0,985	1				
MOBILE	0,399	0,346	1			
OPENNES	0,984	0,980	0,371	1		
SERVINT	0,175	0,163	0,558	0,119	1	
USE_INTERNE T	0,412	0,355	0,585	0,333	0,530	1

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12



## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

من خلال مصفوفة الارتباط الخطي المقارنة بين المتغيرات المتعلقة بالصادرات والواردات، و عدد اشتراكات الهاتف المحمول، و الانفتاح التجاري، عدد خوادم الإنترنت الأمانة، ونسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت هناك وضوح العلاقات المتبادلة بين هذه المتغيرات المتمثلة في:

- هناك علاقة قوية جداً وإيجابية بين كل من الصادرات والواردات، حيث يتجاوز معامل الارتباط بينهما القيمة 0.98، وهذا يشير إلى وجود ارتباط مباشر وقوي بين حجم الصادرات والواردات في الدول محل الدراسة.

- هناك علاقة إيجابية ولكن أقل قوة بين مؤشر عدد اشتراكات الهاتف المحمول، وبين كل من الصادرات والواردات وانفتاح التجاري. حيث يصل معامل الارتباط بينهما الى 0.39، 0.34، 0.37. على التوالي ، وهذا يشير إلى أن استخدام الهواتف المحمولة لديه تأثير معتدل إيجابي على الاقتصاد بشكل عام. من جهة أخرى،

- تبدو علاقة قوية بشكل ملحوظ بين انفتاح التجاري وعدد خوادم الإنترنت الأمانة ، وهذا قد يعكس تأثير انفتاح التجاري على توسع وتطوير البنية التحتية التكنولوجية، بما في ذلك الخوادم الأمانة التي تعزز الأمن السيبراني وتوفير الخدمات عبر الإنترنت بشكل عام.

- يبدو أن هناك علاقة معتدلة إلى قوية بين عدد مستخدمي الإنترنت وكل من عدد اشتراكات الهواتف المحمولة والانفتاح التجاري وعدد خوادم الإنترنت الأمانة، مما يعكس التفاعل المتبادل بين هذه العوامل وتأثيرها المحتمل على استخدام الإنترنت في الدول المدروسة.

و من خلال النتائج الملخصة في مصفوفة الارتباط الخطي نلاحظ وجود العلاقات المعقدة والمتراصة بين مختلف جوانب الاقتصاد والتكنولوجيا في الدول محل الدراسة، مما يشير إلى ضرورة دراسة متعمقة لتأثيرات هذه العلاقات على التطور الاقتصادي والتكنولوجي في المستقبل.

### 3-دراسة الاستقرارية:

يعتبر اختبار الاستقرارية لبيانات Panel مرحلة مهمة لبناء النموذج القياسي، لان وجود جذر الوحدة في البيانات قد يؤدي الى نتائج سلبية، لذلك من الضروري للدراسات التطبيقية استخدام نوع من المعطيات سلاسل

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

زمنية لتوفر خاصية احصائية هامة المتمثلة في الاستقرارية او السكون. فاندماها في المعطيات المستخدمة في عملية تقدير النماذج الانحدارية يمكن ان يؤدي الى نتائج مزيفة احيانا رغم الحصول على نتائج جيدة لبعض المؤشرات المستخدمة في تقييم صلاحية النموذج، ولهذا السبب يجب التأكد من استقرار السلاسل الزمنية محل الدراسة قبل استخدام أي نوع من هذه المعطيات.<sup>1</sup>

الجدول رقم 3-23: استقرارية متغيرات الدراسة

Country	Export		Import		Mobile		Openness		Use Internet		ServInt	
	X(t)	D(Xt)	X(t)	D(Xt)	X(t)	D(Xt)	X(t)	D(Xt)	X(t)	D(Xt)	X(t)	D(Xt)
CHINA	0.24 24	0.17 45	0.59 97	0.01 80	0.30 52	0.11 48	0.68 77	0.02 51	0.82 67	0.12 60	0.95 78	0.28 23
Malaisie	0.27 53	0.06 87	0.24 94	0.00 97	0.05 63	0.01 69	0.37 29	0.00 49	0.90 92	0.03 99	0.90 04	0.01 95
TURQUIE	0.93 33	0.00 80	0.98 36	0.04 98	0.97 43	0.24 04	0.61 31	0.00 15	0.95 25	0.09 60	0.96 87	0.30 24
INDIA	0.65 73	0.00 58	0.13 17	0.01 15	0.17 21	0.00 13	0.67 13	0.00 49	0.96 02	0.08 09	0.76 43	0.12 07
SOUTH AFRICA	0.10 32	0.00 02	0.11 68	0.03 12	0.02 57	0.02 81	0.99 93	0.54 37	0.89 51	0.04 17	0.84 27	0.28 39
BRAZIL	0.88 19	0.00 49	0.96 22	0.02 78	0.53 90	0.01 70	0.34 64	0.07 16	0.94 47	0.09 57	0.66 81	0.08 20

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

من خلال نتائج اختبار (Dickey-Fuller (ADF) المطور نجد أن معظم المؤشرات تظهر عدم ثبات على المستوى بالنسبة لدول الصين وتركيا والهند وجنوب أفريقيا والبرازيل. و يشير هذا إلى أن هذه المؤشرات قد يكون لها جذر الوحدة أو الاتجاه العشوائي. ومع ذلك، بعد أخذ الفرق الأول، تصبح المؤشرات ثابتة، مما يعني أنه يمكن إزالة عدم الاستقرار عن طريق الاختلاف.

بالنسبة لماليزيا، تعرض المؤشرات الصادرات والانفتاح التجاري عدم ثبات عند المستوى ولكنها تحقق ثباتاً بعد الاختلاف الأول، بينما يظهر مؤشر الواردات واشتراقات الهاتف المحمول وخوادم الانترنت الامن ثابتاً

<sup>1</sup> Ayman Achouch ( 2017). **Unit Root Tests For Panel Data( First Generation Tests). Application To a Simple of Development Countries.** Tishreen University Journal for Research and Scientific –economic and Legal sciences Series. V(33).N°5 .P61..

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

عند المستوى. من الضروري ملاحظة أن نتائج اختبار ADF يمكن أن تتأثر بعوامل مثل اختيار طول التأخر، وإدراج ثابت أو اتجاه، وحجم العينة.

#### 4- تقدير النماذج وتحليل النتائج:

##### • اختبار التجانس وملامحة بيانات البائل:

يفحص اختبار مواصفات هسباو (1986) تجانس أو عدم تجانس نموذج بيانات Panel من خلال ثلاث

فرضيات. تشير نتائج الاختبار الى :

- (H1)الفرضية الصفرية لتجانس Panel مرفوضة بشدة، مما يشير إلى وجود عدم التجانس.

- (H2) الفشل في رفض فرضية العدم يعني أن Panel ليست غير متجانسة تمامًا.

- (H3) رفض الفرضية الصفرية يشير في إلى أن Panel متجانسة جزئيًا.

#### الجدول رقم 3-24: اختبار التجانس للنماذج القياسية

Hypotheses	النموذج الأول		النموذج الثاني		النموذج الثالث	
	F-Stat	P-Value	F-Stat	P-Value	F-Stat	P-Value
H1	58,97326	3,68E-30	58,62323	4,34E-30	56,78	1,04E-29
H2	-1,040756	1	-1,178786	1	-1,678	1
H3	252,6613	2,44E-43	258,7711	1,11E-43	281366	6,86E-45

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

ومن خلال نتائج الاختبارات، وجدنا أن نموذج بيانات البائل يظهر مزيجا من المكونات المتجانسة وغير المتجانسة. لذلك، قد يكون من المناسب النظر في الأساليب التي تراعي كلاً من التجانس وعدم التجانس، مثل التأثيرات الثابتة أو نماذج التأثيرات العشوائية ذات المواصفات المناسبة لالتقاط عدم تجانس البائل، مع مراعاة المكونات المتجانسة المحتملة أيضاً. ومع ذلك، ينبغي تفسير هذه النتائج بالتزامن مع اختبارات تشخيصية أخرى وفهم شامل للبيانات الأساسية وافتراضات النموذج.

##### • اختيار نماذج الاثار الثابتة او العشوائية ( اختبار Housman ):

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

قمنا في الدراسة باختبار Housman الذي يستخدم في تحديد النموذج النهائي الملائم لبيانات الدراسة فأشارت نتائج التأثيرات العشوائية المترابطة - اختبار هاوسمان إلى:

- إحصائية مربع كاي بقيمة 1.277436 مع 3 درجات حرية، مما يؤدي إلى قيمة p تبلغ 0.7345. يفحص هذا الاختبار وجود تأثيرات عشوائية للمقطع العرضي في النموذج.

-تشير القيمة p غير المهمة إلى عدم وجود أدلة كافية لرفض فرضية العدم، مما يشير إلى أن النموذج لا ينتهك افتراض التأثيرات العشوائية للمقطع العرضي. وبالتالي، يبدو النموذج مناسباً للبيانات المتوفرة، وليس هناك ما يبرر إدراج التأثيرات العشوائية للمقطع العرضي.

المطلب الخامس: دراسة القياسية لأثر التجارة الالكترونية على التجارة الدولية في الدول الناشئة محل الدراسة

1- النموذج الاول: أثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الصادرات

يمكن كتابة النموذج المختصر بالصيغة التالية:

$$EXP_{it} = X_i + B_1 U_{int} + B_1 M_{obit} + B_1 S_{ervit} + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

(i) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدة 6 خلال الفترة (2010-2022)

$X_i$  تمثل الحد الثابت للمشاهدة

(EXP<sub>it</sub>) المتغير التابع والمتمثل في صادرات البلد الناشئ i خلال الفترة t.

(B) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

(U-int<sub>it</sub>) المتغير المستقل المتمثل في عدد مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

( Mobit ) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

(Servit) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

( fit ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ i خلال الفترة t

الجدول رقم 3-25: نتائج تقدير بيانات البانل (نموذج الاول)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Pob.
C	<b>25.67778</b>	3.509648	7.316342	0.0000
USE_INTERNET	<b>0.094498</b>	0.041540	2.274848	0.0264
MOBILE	-0.006160	0.024074	-0.255893	0.7989
SERVINT	-3.72E-05	0.000115	-0.324420	0.7467
AR(1)	<b>0.777266</b>	0.055179	14.08629	0.0000

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

باعتبار " نسبة مؤشر الصادرات " كمتغير تابع، يوفر مخرج الانحدار رؤى قيمة حول العلاقة بين الصادرات ومؤشرات المتغير المستقل. حيث كانت النتائج H1 كالتالي:

- يمثل الحد الثابت (C) البالغ 25.67778 مستوى خط الأساس للصادرات عندما تظل جميع المؤشرات الأخرى ثابتة.

-يشير معامل 0.094498 لمؤشر " عدد مستخدمي الإنترنت " إلى وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين استخدام الإنترنت والصادرات عند مستوى 5%، مما يعني أن ارتفاع معدل اعتماد الإنترنت يرتبط بزيادة الصادرات.

- تشير سيرورة AR(1) بمعامل قدره 0.777266، الذي يجسد الطبيعة الانحدارية الذاتية للصادرات، وان معاملات مؤشرات كل من اشتراكات الهاتف المحمول والخوادم الانترنت الامن ليست ذات اهمية احصائية، مما يشير الى عدم وجود تأثير ملحوظ على الصادرات، حيث تؤثر القيمة السابقة بشكل كبير على مستويات الصادرات الحالية،

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

و عليه يمكن القول أن هذا النموذج الشامل يقدم فهماً دقيقاً للعوامل التي تؤثر على الصادرات، مع تسليط الضوء على أهمية استخدام الإنترنت مع مراعاة الديناميكيات الزمنية من خلال مكون الانحدار الذاتي.

## 2- النموذج الثاني: اثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات

يمكن كتابة النموذج المختصر بالصيغة التالية:

$$IMP_{it} = X_i + B_1 U_{int} + B_1 M_{obit} + B_1 S_{ervit} + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

(ii) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدة 6 خلال الفترة (2010-2022)

$X_i$  تمثل الحد الثابت للمشاهدة

( $IMP_{it}$ ) المتغير التابع والمتمثل في واردات البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $B$ ) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

( $U-intit$ ) المتغير المستقل المتمثل في عدد مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $Mobit$ ) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $Servit$ ) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $\epsilon_{it}$ ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$

الجدول رقم 3-26 : نتائج تقدير بيانات البائل للنموذج الثاني

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	<b>38.58356</b>	2.339959	16.48899	0.0000
USE_INTERNET	0.009293	0.031808	0.292154	0.7710
MOBILE	-0.082369	0.02003	-3.73471	0.0004
SERVINT	7.90E-05	0.000137	0.574828	0.5673

في النموذج الثاني باعتبار "الواردات (% من الناتج المحلي الإجمالي)" كمتغير تابع، يسلط نتائج الانحدار الضوء على العوامل المؤثرة على مستويات واردات الدولة مقارنة بإنتاجها الاقتصادي.

يشير الحد الثابت (C) البالغ 38.58356 إلى مستوى خط الأساس للواردات كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي عندما تظل جميع المؤشرات الأخرى ثابتة. والجدير بالذكر أن معامل مؤشر "عدد مستخدمي الإنترنت" ليس له أهمية إحصائية، مما يشير إلى أن استخدام الإنترنت ليس له تأثير ملحوظ على مستويات الواردات كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي.

يُظهر مؤشر "اشتراكات الهاتف المحمول" معاملاً سلبياً وذو دلالة إحصائية قدره -0.082369، مما يعني ضمناً أن ارتفاع معدل انتشار الهاتف المحمول يرتبط بانخفاض مستويات الواردات كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي. وتشير هذه النتيجة إلى أن زيادة اعتماد الهاتف المحمول قد يكون مرتبطاً باقتصاد أكثر اكتفاء ذاتياً أو موجها نحو التصدير، وبالتالي تقليل الاعتماد على الواردات.

ومن المثير للاهتمام أن مؤشر خوادم الانترنت الامن والذي يمثل على الأرجح البنية التحتية لخادم الإنترنت، له معامل إيجابي ولكنه غير مهم إحصائياً. ويشير هذا إلى أن البنية التحتية لخادم الإنترنت وحدها قد لا تؤثر بشكل كبير على مستويات الواردات كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي.

وكخلاصة لتقدير نتائج النموذج الثاني ، فهو يسلط الضوء على أهمية اعتماد تكنولوجيا الهاتف المحمول في تشكيل أنماط الاستيراد في أي بلد، في حين يبدو أن عدد مستخدمي الإنترنت والبنية التحتية لخادم الإنترنت الامن ليس لهما تأثير ملحوظ على مستويات الواردات بالنسبة للناتج المحلي الإجمالي. ويقدم التحليل رؤى قيمة حول العوامل التكنولوجية التي قد تساهم في ديناميكيات التجارة والاعتماد الاقتصادي على الذات في بلد ما.

### 3- النموذج الثالث: اثر مؤشرات التجارة الالكترونية في درجة الانفتاح التجاري

$$OPNT_{it} = X_i + B_1 U_{int} + B_2 M_{obit} + B_3 S_{ervit} + \xi_{it}$$

حيث أن:

(iii) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدات 6 خلال الفترة (2010-2022)

$X_i$  تمثل الحد الثابت للمشاهدة

(OPNT<sub>it</sub>) المتغير التابع والمتمثل في الانفتاح التجاري البلد الناشئ i خلال الفترة t.

(B) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

(U-intit) المتغير المستقل المتمثل في مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

(Mobit) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

(Servit) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ i خلال الفترة t.

( $\xi_{it}$ ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ i خلال الفترة t

الجدول رقم 3-27: نتائج تقدير بيانات البائل للنموذج الثالث

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	<b>8.162810</b>	16.75863	0.487081	0.6279
USE_INTERNET	0.165196	0.073051	2.261371	0.0273
MOBILE	0.063517	0.030504	2.082227	0.0415
SERVINT	0.000231	0.000390	0.592630	0.5556
AR(1)	0.950312	0.018352	51.78158	0.0000

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

باعتبار "درجة الانفتاح التجاري" كمؤشر يمثل المتغير التابع، يوفر ناتج الانحدار نظرة ثاقبة للعوامل



## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

المؤثرة على الانفتاح التجاري لبلد ما، والذي يتم قياسه عادةً كمجموع الواردات والصادرات كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي.

- يمثل الحد الثابت (C) البالغ 8.162810، على الرغم من عدم أهميته إحصائيًا، المستوى الأساسي للانفتاح عندما تظل جميع المؤشرات الأخرى ثابتة.

- يشير معامل مؤشر "عدد مستخدمي الإنترنت" الذي بلغ 0.165196، وهو ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5%. ويشير هذا إلى أن ارتفاع استخدام الإنترنت يرتبط بمزيد من الانفتاح التجاري، والذي من المحتمل أن يتم تسهيله من خلال زيادة الوصول إلى الأسواق العالمية وتدفق المعلومات.

- وبالمثل، بلغ معامل مؤشر اشتراكات الهاتف المحمول "0.063517 وهو ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5%، مما يشير إلى أن ارتفاع معدل انتشار الهاتف المحمول يرتبط بزيادة الانفتاح التجاري، وتتوافق هذه النتيجة مع فكرة أن تكنولوجيا الهاتف المحمول يمكن أن تتيح قدرًا أكبر من الاتصال والوصول إلى فرص التجارة الدولية.

- أما معامل مؤشر الخوادم الانترنيت الامن والذي يمثل على الأرجح البنية التحتية لخادم الإنترنت، ليس له أهمية إحصائية، مما يشير إلى أن البنية التحتية للخادم وحدها قد لا تؤثر بشكل كبير على الانفتاح التجاري.

- يتضمن النموذج مصطلح الانحدار الذاتي، (AR(1)، بمعامل 0.950312، وهو أمر مهم للغاية. ويجسد هذا المصطلح الثبات أو الجمود في درجة الانفتاح، مما يعني ضمنا أن مستويات الانفتاح السابقة تؤثر بقوة على المستويات الحالية.

وكاستنتاج، يسلط هذا النموذج الضوء على التأثير الإيجابي والهام لاستخدام الإنترنت واعتماد تكنولوجيا الهاتف المحمول على الانفتاح التجاري للبلد، مع مراعاة الطبيعة الانحدارية للمتغير التابع. ويقدم التحليل رؤى قيمة حول العوامل التكنولوجية التي قد تساهم في زيادة التكامل مع الاقتصاد العالمي وتسهيل التجارة الدولية. حيث ان استخدام التجارة الالكترونية في التجارة الدولية يمكن من توفير التكلفة ويقلل اسعار النسبية للمنتجات من خلال

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

التأثير على اسعار الانتاج، ويساعد في سهولة وصول السلع والخدمات الى المستهلك في أسرع وقت، و بأقل جهد وتكلفة.

### نتائج الدراسة القياسية في عينة الدول الناشئة محل الدراسة:

كان الهدف من هذا الجزء من الدراسة الى التطرق الى دور مؤشرات التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية عبر مجموعة من الدول الناشئة المتمثلة في الصين، ماليزيا، تركيا، الهند، جنوب افريقيا والبرازيل. حيث استخدمنا منها شاملا يتضمن الاحصاء الوصفي، وتحليل الارتباط، اختبارات جذر الوحدة، واختبار التجانس، ونماذج الانحدار لبيانات البانل، حيث كشفت الاحصاءات الوصفية عن تنوع المشهد الاقتصادي والتكنولوجي بين البلدان التي شملتها الدراسة، مع وجود اختلافات كثيرة في المؤشرات مثل الصادرات والواردات والانفتاح التجاري التي تمثل التجارة الدولية، و عدد مستخدمي الانترنت واشتراكات الهاتف المحمول والبنية التحتية لخدم الانترنت الامن التي تمثل التجارة الالكترونية.

حيث اشارت نتائج الدراسة القياسية الى ما يلي:

- اشار مقياس الانحراف الى انحرافات طفيفة عن الحالة الطبيعية في بعض المؤشرات،

- فشل اختبار جارك بيرر عموما في رفض فرضية عدم للحياة الطبيعية،

- ابرزت مصفوفة الارتباط الخطي قوة واتجاه العلاقات من المؤشرات المتمثلة في:

- هناك ارتباطات سلبية معتدلة بين مؤشر الصادرات مع مؤشر الواردات واشتراكات الهاتف المحمول وعدد

مستخدمي الانترنت. و لكن أظهرت ارتباطا ايجابيا قويا مع الانفتاح التجاري.

- هناك ارتباط ايجابي بين اشتراكات الهاتف المحمول وعدد مستخدمي الانترنت مع الانفتاح التجاري، مما يدل

الى دورها المحتمل في تسهيل التجارة الدولية.

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

كما كشفت اختبارات جذر الوحدة مثل اختبار فولر المعزز (ADF)، ان معظم المؤشرات لم تكن ثابتة عند المستوى ولكنها أصبحت ثابتة بعد أخذ الفرق الاول، مما يدل على وجود جذور الوحدة وضرورة التفاضل لتحقيق الثبات.

-اشار اختبار مواصفات هسيانو (1986) الى وجود عدم التجانس في نموذج بيانات البانل، مما يشير الى الحاجة الى أساليب تراعي كلا من التجانس وعدم التجانس، مثل التأثيرات الثابتة أو نماذج التأثيرات العشوائية.

- دعم اختبار هاوسمان التأثيرات العشوائية المترابطة استخدام نموذج التأثيرات العشوائية، حيث لا يمكن رفض الفرضية الصفرية الخاصة بمقدر التأثيرات العشوائية المتسقة والفعالة.

قدمت نماذج انحدار بيانات البانل رؤى حول تأثير مؤشرات التجارة الالكترونية على الصادرات والواردات والانفتاح التجاري، حيث أظهرت النتائج الى:

كان لعدد مستخدمي الانترنت تأثير ايجابي وكبير على الصادرات والانفتاح التجاري، مما سلط الضوء على أهمية التقنيات الرقمية في تسهيل التجارة الدولية. من خلال زيادة الطلب والعرض، الوصول الى الاسواق العالمية، مثل شركة الصينية عبي بابا، منصة Trendyal التركية. ومع ذلك، فان التأثير على الواردات لم يكن كبير. وهذا ما توافق مع دراسة كل من (Ishvingder 2022. Chang 2021. George R) ابن توصل كل منهم الى أن التجارة الالكترونية تساهم في تطوير التجارة الدولية.

- كان لاشتراكات الهاتف المحمول تأثير سلبي على الواردات، مما يشير الى وجود صلة محتملة بين زيادة اعتماد الهاتف المحمول وانخفاض الاعتماد على الاستيراد، عكس ذلك، هناك تأثير ايجابي لاشتراكات الهاتف المحمول على الانفتاح التجاري والصادرات، مما يعزز دورها في تعزيز التجارة الدولية من خلال تسهيل العمليات التجارية بهدف زيادة المبيعات عبر المنصات السوقية الرقمية، مثل ماليزيا التي حققت اكبر نسبة استخدام للهواتف وعززت التجارة الالكترونية عبر تطبيقات Shoppee.Lazada, وهذا ما توافق مع دراسة Hanjia 2016 بان التجارة الالكترونية تؤثر على مستوى الانفتاح التجاري كونه عامل أساسي في التجارة الدولية.

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

- كان لمؤشر خوادم الانترنت الامن تأثير ايجابي على الانفتاح التجاري والصادرات، مما يدل على حرص الدول في تطوير بنيتها التحتية باستخدام تكنولوجيا متطورة تضمن بها أمن وسهولة اجراء معاملاتها التجارية الكترونيا مع الدفع الالكتروني، مثل منصات الصينية Global. Dj.com وكذا تركيا في قطاع المنسوجات. وهذا مع توافق مع دراسة Oksana 2022 من خلال تقنيات المعلومات والانترنت.

المبحث الثالث: دراسة استشرافية لدور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الجزائر

المطلب الأول: واقع الاقتصاد الجزائري

1-النمو الاقتصادي في الجزائر:

لقد تميز الاقتصاد الجزائري بتذبذب نسبه ما بين الارتفاع والانخفاض بسبب عدم استقرار في قطاع المحروقات بشكل كبير، كون الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي يعتمد على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى، حيث بلغ معدل النمو الاقتصادي 1.2 % سنة 2018 بسبب ركود الذي شهده القطاع<sup>1</sup>، سنة 2020 انخفض الناتج المحلي الاجمالي للاقتصاد الجزائري الى نسبة 5,48 % متأثرا كثيرا بجائحة الكوفيد-19 التي هزت اقتصادات العالم كله والجزائر، نتج عنها تدهور واضح في كل القطاعات الاقتصادية. حيث من المتوقع أن تشهد الجزائر ارتفاع نسبي في مستويات الانتاج النفطي في بداية سنة 2021، فقد أعربت شركة النفط والغاز على عزمها في زيادة مستويات الانتاج النفطي عبر تطوير الحقول الحالية في اطار خطة تمتد لخمس سنوات باستثمارات تقدر بحوالي 40 مليار دولار، وهو ما يعمل على زيادة مستويات الانتاج والمبيعات للنهوض بالاقتصاد الوطني<sup>2</sup>.

2-الاقتصاد الرقمي في الجزائر:

<sup>1</sup> بنك الجزائر ( 2019) التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر

انر، التقرير السنوي، 2018 ص 14

<sup>2</sup> تقرير افاق الاقتصاد العربي،(2021)، تقارير افاق قطرية الجزائر، الاصدار الثالث عشر، افريل 2021

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

تعمل الجزائر على تطوير البنية التحتية وتحسين من شبكة الأنترنت من أجل مواكبة التطورات، وتحسين مجالها الالكتروني كغيرها من الدول، ومنه سوف نتطرق الى بعض المؤشرات لمعرفة واقع ومستوى اقتصادها الرقمي الحالي.

● مؤشر التنمية والبنية التحتية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:

حسب مؤشر التنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لسنة 2019 احتلت الجزائر مرتبة متأخرة مقارنة بالدول العربية رغم الاستثمارات التي عملت عليها من أجل تحسين البنية التحتية والأنترنت، لكن تبقى ضعيفة لعدم تغطيتها لكامل المناطق ونقص الخدمات لبعض المؤسسات وكذلك ضعف استراتيجياتها وتشريعاتها المتعلقة بهذا المجال. أما بالنسبة لتقرير الاتحاد الدولي للاتصالات لسنة 2017 حول مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أقر بأن الجزائر حققت تحسن في تغلغل الأنترنت عبر الهاتف النقال ما يعني زيادة عدد مستخدمي الأنترنت وربط شبكة الأنترنت بالهاتف النقال تزايد أكثر في سنة 2021.

الجدول رقم 3-28: توزيع عدد مشتركين حسب التكنولوجيا لسنة 2021<sup>1</sup>

عدد المشتركين	سنة 2021
المشتركين في ADSL	2 656 942
مشتركي انترنت الالياف FTTH	165 244
مشتركي انترنت الجيل الرابع للهاتف الثابت	1 340 957
مشتركي انترنت وimakس	443
انترنت LS	1 189
مجموع مشتركين الأنترنت الثابت	4 164 775

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على احصائيات اتصالات الجزائر 2021

سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية(2021)، مرصد سوق الانترنت في الجزائر، ص 5<sup>1</sup>

**الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر**

من خلال الجدول رقم 3-28 نلاحظ توزيع عدد المشتركين حسب التكنولوجيا الذي وصل مجموعهم في الانترنت الثابت الى 4164775 مشترك عبر الوطن ، حيث كان أكبر عدد مشتركين في ADSL بقيمة 2656942 مشترك تليها المشتركون في الانترنت 4G للهاتف الثابت 1340957 مشترك ، أما آخر نسبة كانت لمشاركي الانترنت وبماكس ب 443 مشترك، ما يدل على استخدام كبير للمشاركين في تكنولوجيا. والاستفادة منها في استخدامات الكترونيا ما يعكس البنية التحتية للجزائر باستخدامها لتكنولوجيا الاتصال.

• **مؤشر الربط بخطوط الهاتف الثابت والنقال والانترنت:**

**الجدول رقم 3-29: عدد شرائح SIM لكل المتعاملين**

سنة 2021	مؤسسات الجزائرية للاتصال
79 931	اتصالات الجزائر للهاتف النقال (موبليس)
28 066	اوبتيكوم تليكوم الجزائر (جازي)
34 531	الوطنية للاتصالات الجزائر ( اوريدو)
<b>142 528</b>	<b>العدد الاجمالي لشرائح SIM من آلة الى آلة (M2M)</b>

**المصدر:** سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية لسنة 2021 ص 06

من خلال الجدول رقم 3-29 نلاحظ العدد الإجمالي لشرائح SIM من آلة الى آلة التي وصلت الى 142528 مشترك لسنة 2021 ، حيث وصل عدد المشتركين في اتصالات الجزائر للهاتف النقال ( موبليس) الى 79931 مستخدم لهذه الشريحة، تليها في المرتبة الثانية المؤسسة الوطنية للاتصالات الجزائر ( أوريدو) ب 34531 مشترك، ثم في الأخير شركة تليكوم الجزائر (جازي) ب 28066 مستخدم لها. وتعكس هذه الاشتراكات للشرائح زيادة عدد اشتراكات في الهاتف المحمول في الجزائر.

• **مؤشر جاهزية الشبكة:**

الشكل رقم 3-15: تطور الحظيرة الاجمالية لمشتري الانترنت لغاية سنة 2021



المصدر: اتصالات الجزائر لسنة 2021 ص 06

من خلال الشكل رقم 3-15 نلاحظ تصاعد في عدد مشتري الانترنت من سنة 2017 الذي بلغ نسبة 34.63 % ليصل الى قيمة 45.94 % خلال سنة 2021 ما يدل على حرص الجزائر على توفير شبكة الانترنت وحرصها على تحسن جاهزية الشبكية، واعتماد أفراد المجتمع على الانترنت في اجراء كل أنشطتهم التجارية سواء بيع أو شراء.

### 3- التجارة الالكترونية في الجزائر:

تعد الجزائر كغيرها من الدول التي أدركت أهمية التجارة الالكترونية في تحسين تنمية التبادل التجاري من خلال سهولة ابرام الصفقات، فسارعت في انتهاز هذا النوع من التجارة والعمل على تحسين بنيتها التحتية وادخال التكنولوجيا الحديثة وتوسيع نطاق الانترنت ليستفيد مستخدميها في هذا المجال. حيث أصدر المشرع الجزائري قانون 05-18 في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، والتي تعتبرها النشاط التجاري الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية.<sup>1</sup>

• حجم التجارة الالكترونية في B2C حسب بعض مؤشرات الفرعية في الجزائر:

الجدول رقم 3-30: التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مؤشرات الفرعية ل B2C بالنسب المئوية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عزوز سعدي، (2019)، التجارة الالكترونية وتحديات الجريمة المعلوماتية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 4، العدد 1، ص 220

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020
الأفراد الذين يستعملون الانترنت	18	43	43	60	60
الأفراد الذين يمتلكون بطاقة الائتمان	6	50	43	43	43
عدد خوادم الانترنت الامن	37	31	41	40	33
درجة موثوقية البريدية	68	26	18	10	73

المصدر من اعداد الطالبة بالاعتماد على (UNCTAD(2016-2020)

يمثل الجدول رقم 3-30 عن نسب التجارة الالكترونية من خلال المبادلات الالكترونية بين المنظمات والمستهلكين أو الزبائن (B2C) بالاستناد على أربع مؤشرات فرعية المتمثلة في مستخدمي الانترنت، أفراد الممتلكين لبطاقة الائتمان، خوادم الأمن للانترنت و درجة موثوقية البريدية من سنة 2016 الى 2020 وذلك راجع لتأخر الجزائر في استخدام التجارة الالكترونية وتأخرها مقارنة بالدول العربية المتطورة في استخدام التكنولوجيا, حيث تكمن مساهمة في B2C لسنة 2020 يعود الى موثوقية البريدية التي وصل نسبتها الى 77 % من خلال استخدام بطاقة الائتمان.

• أهم المواقع الالكترونية الناشطة في مجال EC ووسائل الدفع الالكتروني في الجزائر:

هناك عدة مواقع الكترونية تنشط في الجزائر نذكر أهمها:<sup>2</sup>

1-موقع واد كنييس [ouedkniss.com](http://ouedkniss.com):

يعتبر أول موقع للتسوق عبر الانترنت في الجزائر، تم تأسيسه في سنة 2006، وهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الاعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء أو مبادلة مختلف المنتجات، حيث حقق الموقع نجاحا ملفت، بحيث تصل عدد زيارته اليومية من 100 ألف الى 120 ألف زائر، لتصل الى حوالي 3 ملايين في الشهر.

<sup>1</sup> The Unctad B2C E-Commerce index (2020) P17

<sup>2</sup> نافع زينب، جميل احمد، (2020)، التجارة الالكترونية في الجزائر، طموحات كبيرة وانجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، المجلد 03 العدد 06 ديسمبر 2020، ص6



الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

**2-موقع اشريلي echerily.com:** تأسس هذا الموقع سنة 2012، متخصص في بيع المواد الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، حيث توجه مبيعاته الى الجزائر العاصمة ووسط ولاية بومرداس فقط، كما يشترط أن يكون الدفع عند التسليم اما نقدا أو بشيك أو بصيغة الدفع الالكتروني، كما يوفر الموقع خاصية توصيل البضاعة على وسائله الخاصة بحيث يلتزم بتسليمها الى صاحبها قبل 24 ساعة. يملك الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين في شبكة التوزيع الخاصة به. وأكثر من 100 زائر يوميا، حيث يمثل سكان الجزائر العاصمة 81 % من الزوار.

**3-موقع دير لافار diraffaire.com:** هو موقع جزائري 100 % ، نشأ في عام 2008، يقوم باستقبال وبحث عروض الاعلانات المبوبة ومحلية مثل عقارات، سيارات، أثاث، هواتف، فرص العمل، ملابس، مجوهرات وتربصات ،، الخ، كما يتيح فرص لاختيار وشراء المنتج الأمثل، واتمام الصفقة بكل أمان وسرعة.

**4-موقع سوق الجزائر المفتوح opensooq.com:** يعتبر واحد من أهم المواقع الالكترونية المتخصصة في مجال الاعلانات المبوبة، حيث تمكن المستخدمين سواء كانوا بائعين أو مشتريين من بيع وشراء مختلف السلع والمنتجات والخدمات خلال أقصر وقت ممكن وبأقل جهد. سواء كانت حالة المنتجات جديدة أو مستعملة، وحتى تسهل على المستخدمين ايجاد ما يبحث عنه أو الاعلان عما يريد بيعه، هناك أقسام رئيسية وفرعية لعرض وتصفح مختلف أنواع السلع والخدمات المتداولة بينهم واتاحة التواصل المباشر فيما بينهم بكل سهولة.

وهناك عدة وسائل الدفع الالكتروني المتوفرة في الجزائر نذكر من أهمها<sup>1</sup>:

**1-بطاقة السحب ما بين البنوك CIB Card:** والتي بدأ العمل بها منذ 1997 عن طريق شبكة الخدمات الالكترونية المصرفية بين البنوك، حيث يمكن للزبون حامل البطاقة دفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات عبر الشبكة التابعة للتجارة.

<sup>1</sup> عبد الهادي مسعودي، لخصر لعروس، (2017)، تقييم واقع التجارة الالكترونية واستعمالات البطاقات الالكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 2، ص 315

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

2-البطاقات الدولية **International Cards** : تتيح البنوك العامة بالجزائر بطاقات دولية تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال، ونقاط البيع الالكترونية مثل Visa Card ،Master Card ،Amex Card.

3-البطاقة البريدية الذهبية: حيث يمكن لحاملها أن يجري مختلف العمليات بواسطتها، كسحب الأموال، دفع وتسديد قيمة المشتريات والخدمات، مثل فاتورة الكهرباء وفاتورة الهاتف.

#### 4- العوائق التي تقف في وجه التجارة الالكترونية في الجزائر:<sup>1</sup>

تواجه الجزائر و الدول العربية النامية العديد من العراقيل والتحديات في استخدام EC نذكر منها:

-عوائق التقنية والتكنولوجية: حيث تفتقر الى النظم المصرفية المتطورة القادرة على حل مشاكل الدفع والسداد عن طريق الأنترنت، وكذا ضعف البنية التحتية الالكترونية مثل سرعة وسائل الاتصال ونقل المعلومة والربط الالكتروني وتطور تقنية المعلومات مثل الحاسوب وأجهزة الهاتف الرقمية من أجل القيام بأي تعامل تجاري الكتروني. زيادة على ذلك نجد ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني بين الأفراد، وقصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات EC مثل المختصين في تصميم مواقعها ونظام الدفع الالكتروني.

-العوائق التجارية: ان التحول من بيئة تجارة تقليدية الى أنماط EC يمثل تحديا أمام المؤسسات والمشروعات التجارية بسبب افتقار للأغلبية بقابلية التحول الالكتروني، الراجع لنقص الخبرة التجارية الالكترونية، وكذا محدودية حجم EC سواءا بين شركات أو الأفراد أو الموردين، وقصور أسواق رأس المال لدعم مشاريع EC من خلال تجسيد الأفكار المبتكرة والحصول على فرص تطبيقها على الواقع.

-العوائق الاجتماعية: يشكل الجانب الاجتماعي سبب في عدم انتشار EC مثل عامل اللغة، نقص الثقافة الالكترونية، ارتفاع معدل الأمية، كل هذه تسببت في تأخر المشروعات التجارية الصغيرة والمتوسطة.

<sup>1</sup> نعيمة يحيوي، مريم يوسف، (2017)، التجارة الالكترونية واثارها على اقتصاديات الاعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06. جوان، ص 188. 189

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

-العوائق التشريعية والقانونية: تمثل أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو EC ، ويعتبر عائق لكل الدول سواء المتقدمة أو النامية تحديا حقيقيا في وضع تشريعات وقوانين تنظم وتناسب مع المعاملات التجارية الالكترونية الحديثة، حيث تقتقر الدول الى تشريعات تضبط بها عمليات التجارة الالكترونية.

المطلب الثاني: الدراسة القياسية باستعمال نماذج ARDL لأثر التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2010 الى غاية 2022

1-حجم استخدام مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2010-2022:

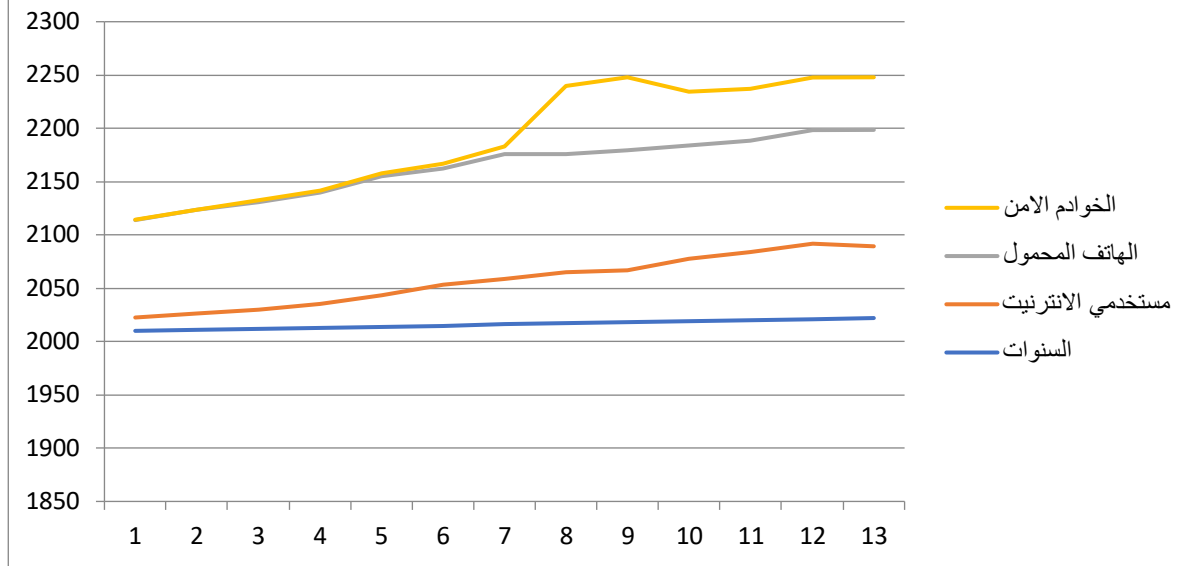
الجدول رقم 3-31: مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)

السنوات	مستخدمي الانترنت (% سكان)	الهاتف المحمول	خوادم الانترنت
2010	12,500	91,421	0,363
2011	14,900	97,462	0,493
2012	18,200	100,717	1,235
2013	22,500	103,991	1,789
2014	29,500	111,708	2,425
2015	38,200	109,318	3,844
2016	42,946	116,614	7,660
2017	47,691	111,448	63,715
2018	49,038	112,468	68,095
2019	58,978	106,370	50,439
2020	63,950	104,842	48,468
2021	70,770	106,424	49,453
2022	67.359	109,165	48,960

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على بيانات البنك الدولي 2022

الشكل رقم 3-16: مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على بيانات البنك الدولي 2022

من خلال الجدول رقم 3-31 حول نسب استخدام مؤشرات التجارة الالكترونية وفقا لبيانات البنك الدولي لسنة 2022 المتعلقة بالجزائر، نلاحظ أن كل نسب المؤشرات في حالة تزايد من سنة 2010 الى غاية 2022، مما يدل على عمل الجزائر على تحسين بنيتها التحتية من خلال تعزيز استخدام التكنولوجيا والمعلومات والاتصالات في التجارة الالكترونية. حيث شهد مؤشر مستخدمي الانترنت سنة 2020 الى 63,95 % خاصة في مرحلة الاغلاق بسبب الوباء، ليصل الى 70,77 % مما يدل على استخدام الكبير لإنترنت من قبل الافراد خاصة في معاملاتهم التجارية الكترونيا وتوسع نشاطهم التجاري. والذي يظهر من خلال نسب اشتراكات الهاتف المحمول التي وصلت سنة 2020 الى 104,84 % و الى 109,165 % سنة 2022. مما يدل على استخدام لتقنيات التكنولوجيا في الشراء والدفع عبر المواقع الالكترونية ومنصات الرقمية، في حين وصل نسبة خوادم الانترنت الامن الى 49.45 % سنة 2021 لينخفض الى 48,46 % سنة 2022 هذا يدل على سياسة التجارية ولاقتصادية المنتجة في البلد، وعلى العمل الدائم لتعزيز التجارة الكترونية من خلال العمل على تحسينها لضمان سيرورة الاعمال بأمان.

2- تدفقات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2010-2022:

الجدول رقم 3-32: مؤشرات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)

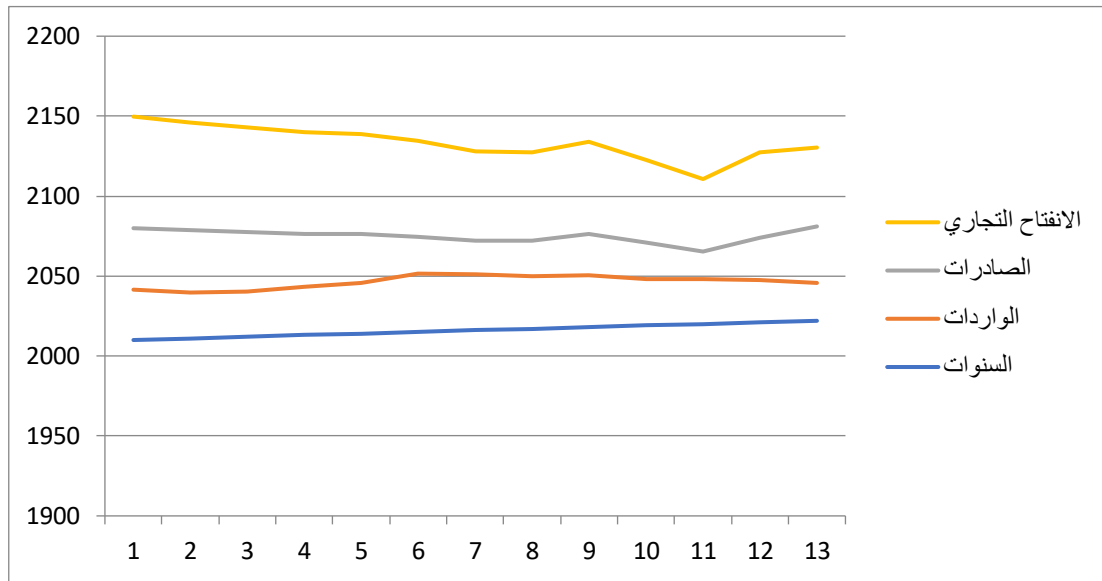
الانفتاح التجاري (%)	صادرات السلع والخدمات (% GDP)	واردات السلع والخدمات (%)	السنوات
----------------------	-------------------------------	---------------------------	---------

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

	(GDP		(GDP
2010	31,422	38,445	69.866
2011	28,686	38,788	67.472
2012	28,514	36,891	65.404
2013	30,401	33,210	63.610
2014	31,927	30,488	62.145
2015	36,523	23,172	59.695
2016	35,053	20,872	55.925
2017	32,689	22,632	55.321
2018	32,204	25,861	57.898
2019	29,095	22,714	52.026
2020	27,861	17,470	45.311
2021	26,461	26,735	52.970
2022	23,707	35,335	49.140

المصدر: من اعدا الطالبة بناء على بيانات البنك الدولي 2022

الشكل رقم 3-17: مؤشرات التجارة الدولية في الجزائر خلال الفترة (2010-2022)



المصدر: من اعدا الطالبة بناء على بيانات البنك الدولي 2022

من خلال بيانات الجدول رقم 3-32 نلاحظ ان قيمة الصادرات من السلع والخدمات في حالة انخفاض من

سنة 2010 الى غاية 2020 التي وصلت نسبتها 17,47 % ما يعكس ضعف الاقتصاد الجزائري خاصة انه

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

يعتمد على قطاع المحروقات وكذا انخفاض اسعار النفط وتامنا مع كوفيد-19 الذي اثر كثيرا في الاقتصاد، لترتفع قيمة الصادرات سنة 2022 بنسبة 35.335 % بسبب الاجراءات التي اتخذتها البلاد في سياستها الاقتصادية خاصة في زيادة نسبة منتج النفط. أما نسب الواردات تقريبا غير ثابتة بين تزايد والتناقص بنسب تقريبا متقاربة الى غاية آخر ثلاث سنوات شهدت انخفاض أكثر لتصل نسبتها سنة 2022 الى 23.7 % راجع ربما لتغيير استراتيجية الحكومة في العودة الى الانتاج المحلي المنغلق للتقليل من الواردات مثل ما فعلت تركيا سابقا. أما بالنسبة للانفتاح التجاري قيمه متراجعة عبر سنوات الدراسة الى غاية 2021 صعد بنسبة 53,970 % لينخفض مرة أخرى في سنة 2022 الى نسبة 49.140 % مما يدل على الانفتاح الضعيف على الاسواق العالمية ربما بسبب ضعف الاقتصاد وعدم تنوعه.

### المطلب الثالث: الدراسة الوصفية ، مصفوفة الارتباط والاستقرارية لحالة الجزائر

#### 1- الدراسة الوصفية:

##### \* الاحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة

تكشف الإحصائيات الوصفية أن كل المؤشرات الصادرات والواردات واشتراكات الهاتف المحمول والانفتاح التجاري وحوادم الانترنت وعدد مستخدمي الانترنت تظهر اتجاهات مركزية مختلفة، حيث تتراوح القيم المتوسطة من 26.69 (حوادم الامنة) إلى 106.30 (الهاتف المحمول)، وتختلف المتوسطات قليلاً عن المتوسطات، مما يشير إلى بعض الانحراف. في التوزيعات تشير القيم القصوى والدنيا إلى الملاحظات المتطرفة،

في حين تسلط الانحرافات المعيارية الضوء على التباين، حيث يعرض مؤشر حوادم الانترنت و مستخدمي الانترنت تشنناً عالياً نسبياً؛ تشير مقاييس الانحراف إلى عدم تناسق طفيف، حيث تظهر اشتراكات الهاتف انحرافاً سلبياً بينما يُظهر كل من الصادرات وحوادم الانترنت الامن انحرافاً إيجابياً؛

-تشير قيم التفرطح، التي تكون في الغالب أقل من 3، إلى توزيعات مسطحة نسبياً مقارنة بالتوزيع الطبيعي؛ - نتائج اختبار جارك-بيرا، ذات القيم الاحتمالية العالية، تفشل في رفض فرضية العدم للحياة الطبيعية، مما يعني أن

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

المؤشرات موزعة بشكل طبيعي تقريباً، مما يوفر نظرة ثاقبة حول الاتجاه المركزي والتشتت والخصائص التوزيعية للمؤشرات لمزيد من التحليلات وقرارات النمذجة.

الجدول رقم 3-33: الإحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة

	EXPOR T	IMPOR T	MOBIL E	OPENNE S	SERVIN T	USE_INTERNE T
Mean	28.66250	30.34958	106.3035	58.21408	26.68747	41.27166
Median	26.73454	30.40093	106.4235	57.89800	7.660018	42.94553
Maximum	38.78812	36.52335	116.6140	69.86600	68.09453	70.77000
Minimum	17.46992	23.70706	91.42082	45.31100	0.362558	12.50000
Std. Dev.	7.267892	3.487357	6.804612	7.349962	27.77570	20.49146
Skewness	0.096962	- 0.033414	- 0.688886	-0.075269	0.271615	-0.013508
Kurtosis	1.605068	2.579986	2.973951	2.052832	1.271403	1.630380
Jarque- Bera	1.074365	0.097976	1.028591	0.498219	1.778371	1.016486
Probability	0.584392	0.952193	0.597922	0.779495	0.410990	0.601552

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

- تطورات متغيرات الدراسة خلال الفترة ما بين 2010-2020
- الشكل رقم 3-18: تطور متغيرات الدراسة خلال الفترة ما بين 2010 الى 2022

## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

من خلال تطور متغيرات الدراسة نلاحظ ما يلي:

### تحليل نتائج مؤشر عدد مستخدمي الانترنت:

يظهر اتجاه مؤشر " عدد مستخدمي الإنترنت" زيادة ثابتة على مر السنين، مما يشير إلى تزايد اعتماد استخدام الإنترنت في الجزائر. وارتفعت القيمة من 12,500 عام 2010 إلى 67,359 عام 2022، مما يشير إلى زيادة كبيرة في انتشار الإنترنت خلال هذه الفترة.

### تحليل نتائج مؤشر اشتراكات الهاتف المحمول:

يُظهر مؤشر "اشتراكات الهاتف المحمول" اتجاهاً تصاعدياً عاماً، مع بعض التقلبات. وارتفع من 91,421 في عام 2010 إلى ذروة بلغت 116,614 في عام 2016، تلاه انخفاض طفيف حتى عام 2020. إلا أنه بدأ في



## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

الارتفاع مرة أخرى في السنوات الأخيرة، ليصل إلى 109,165 في عام 2022. ويشير هذا الاتجاه إلى انتشار متزايد للهاتف المحمول في الجزائر، مع بعض مؤقت فترات النكسات أو التشبع.

### تحليل نتائج مؤشر خوادم الانترنت الامن:

لقد أظهر مؤشر خوادم الانترنت الامن والذي يمثل على الأرجح البنية التحتية لخدم الإنترنت، زيادة مطردة على مر السنين. بدءاً من قيمة منخفضة قدرها 0.363 في عام 2010، باستمرار ليصل إلى 68.095 في عام 2018. ومع ذلك، فقد شهد انخفاضاً في السنوات الأخيرة، واستقر عند 48.960 في عام 2022. ويشير هذا الاتجاه إلى توسع أولي في البنية التحتية لخدم الإنترنت، يليه توسع محتمل في البنية التحتية لخدم الإنترنت. مرحلة التباطؤ أو التوحيد.

### تحليل نتائج مؤشر واردات السلع والخدمات

ويظهر مؤشر "الواردات"، معبراً عنه كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، اتجاهاً مستقراً نسبياً، حيث يتقلب بنحو 30% خلال معظم الفترة. وحدث ارتفاع طفيف في السنوات المتوسطة، حيث بلغ ذروته عند 36.523% في عام 2015، تلاه انخفاض تدريجي في السنوات الأخيرة، ليصل إلى 23.707% في عام 2022. ويشير هذا الاتجاه إلى أن مستويات واردات الجزائر كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي ظلت ثابتة نسبياً، مع بعض الاختلافات المؤقتة.

### تحليل نتائج مؤشر صادرات السلع والخدمات:

يُظهر مؤشر "الصادرات" اتجاهاً تنازلياً على مر السنين. بدأت بنسبة 38.445% في عام 2010 لكنها انخفضت تدريجياً لتصل إلى مستوى منخفض قدره 17.470% في عام 2020. ومع ذلك، كان هناك انتعاش في السنوات الأخيرة، حيث ارتفعت القيمة إلى 35.335% في عام 2022. وقد يشير هذا الاتجاه إلى تحول في القدرة التنافسية التصديرية للجزائر. أو التغيرات في الطلب العالمي على السلع والخدمات المصدرة.

### تحليل نتائج مؤشر الانفتاح التجاري:

**الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر**

أما مؤشر "الانفتاح التجاري"، وهو مجموع الواردات والصادرات كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي، فقد انخفض بشكل عام على مر السنين. فبدأ من 69.866% في عام 2010، وانخفض إلى مستوى منخفض بلغ 45.311% في عام 2020، قبل أن ينتعش قليلاً إلى 49.14% في عام 2022. ويشير هذا الاتجاه إلى انخفاض درجة الانفتاح التجاري والتكامل مع السوق العالمية، والتي من المحتمل أن تتأثر بعوامل مثل التغيرات. في السياسات التجارية، أو الظروف الاقتصادية العالمية، أو إعادة الهيكلة الاقتصادية المحلية.

**بشكل عام**، تظهر اتجاهات وديناميكيات هذه المؤشرات في الجزائر مزيجاً من الأنماط المتزايدة والمتناقصة، حيث تظهر بعض المؤشرات نموًا ثابتاً (على سبيل المثال، عدد مستخدمي الإنترنت، اشتراكات الهاتف المحمول)، بينما تظهر مؤشرات أخرى المزيد من التقلبات أو الانخفاضات (على سبيل المثال، خوادم الإنترنت الامن، الواردات، الصادرات ، الانفتاح التجاري). ومن المهم النظر في هذه الاتجاهات في سياق السياسات الاقتصادية للجزائر، وديناميكيات التجارة العالمية، والعوامل الأخرى ذات الصلة لفهم القوى الدافعة وراء هذه الأنماط بشكل كامل.

**2- مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:**

**الجدول رقم 3-34: مصفوفة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة**

Correlation	EXPORT	IMPORT	MOBILE	OPENNES	SERVINT	USE_INTERNET
EXPORT	1					
IMPORT	-0.360655	1				
MOBILE	-0.660635	0.323262	1			
OPENNES	0.713564	0.331431	-0.551171	1		
SERVINT	-0.510074	-0.314070	0.400761	-0.743714	1	
USE_INTERNET	-0.639979	-0.364406	0.540982	-0.949376	0.813051	1

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

تكشف مصفوفة الارتباط الخطي عن قوة واتجاه العلاقات الخطية بين المؤشرات التجارية الالكترونية ومؤشرات التجارة الدولية، حيث يُظهر مؤشر الصادرات ارتباطات سلبية معتدلة مع الواردات، اشتراكات الهاتف المحمول و مستخدمي الإنترنت، ولكن هناك علاقة إيجابية قوية مع الانفتاح التجاري و علاقة سلبية

### الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

معتدلة مع خوادم الانترنت الامن، الواردات يظهر ارتباطات إيجابية ضعيفة مع اشتراكات الهاتف المحمول والانفتاح التجاري، وارتباطات سلبية ضعيفة مع خوادم الامن للانترنت وعدد مستخدمي الانترنت؛ اما الهاتف المحمول له علاقة سلبية معتدلة مع الانفتاح التجاري، ولكن هناك علاقة إيجابية معتدلة مع خوادم الانترنت و عدد مستخدمي الانترنت؛ الانفتاح التجاري يعرض ارتباطاً سلبياً قوياً مع خوادم الانترنت وارتباطاً سلبياً قوياً جداً مع مستخدمي الانترنت؛ وخوادم الانترنت لديهما علاقة إيجابية قوية مع مستخدمي الانترنت، مما يشير إلى المفاضلات والتكاملات المحتملة بين هذه المتغيرات، مع تسليط الضوء أيضاً على الحاجة إلى مزيد من التحليل لفهم الآليات السببية الأساسية التي تحرك هذه العلاقات.

#### 3-دراسة الاستقرارية للسلاسل الزمنية:

نتائج اختبار الاستقرارية تُقدم معلومات حول استقرار السلاسل الزمنية للمتغيرات المختلفة في المستوى الأول وعند تطبيق التفاوت الأول والثاني. تشير النتائج إلى وجود استقرار إحصائي لسلاسل الصادرات والواردات عند المستوى الأول و بعد تطبيق التفاوت الأول. بالنسبة للؤشرات المتعلقة بالاستخدامات التكنولوجية مثل الهواتف المحمولة والإنترنت، يظهر وجود استقرار إحصائي في المستوى الأول وبعد تطبيق التفاوت الأول، إلا أن بعضها يفقد الاستقرار عند الفرق الثاني. هذه النتائج تُظهر أهمية التحليل الزمني في فهم تطورات هذه الظواهر على مر الزمن وتوجيه السياسات التجارية والتكنولوجية بشكل فعال.

#### الجدول رقم 3-35: اختبارات الاستقرارية للسلاسل الزمنية

السلسلة	عند المستوى	عند الفرق الأول	عند الفرق الثاني
EXPORT	0.9917	0.0303	---
IMPORT	0.9618	0.0312	---
MOBILE	0.5705	0.1222	0.0001
OPENNES	0.0002	0.0017	---
SERVINT	0.3932	0.0098	---
USE_INTERNET	0.2640	0.1526	0.0001

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

من خلال نتائج اختبارات الاستقرار، نلاحظ ان كل السلاسل غير مستقرة عند المستوى (وهذا بالنسبة للنماذج الثلاثة لاختبار ديكي-فولر المطور). بعد القيام بالفرق الأول على السلاسل والقيام باختبار جذر الوحدة لديكي-فولر المطور وجدنا ان كل السلاسل مستقرة عند الفرق الأول، حيث ان

كل القيم الاحتمالية للاختبار اقل من مستوى المعنوية 0.05، بل واقل تماما من مستوى المعنوية 0.01 في جل السلاسل الزمنية محل الدراسة. بعد اثبات ان كل السلاسل مستقرة عند الفرق الاول، اذا هناك امكانية للتكامل المشترك ووجود علاقة في الاجل الطويل.

المطلب الرابع: دراسة القياسية لأثر التجارة الالكترونية على التجارة الدولية في الجزائر

1-النموذج الاول لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الصادرات في الجزائر(2010-2022)

يمكن كتابة النموذج المختصر بالصيغة التالية:

$$EXP_{it} = X_i + B_1 U_{int} + B_1 Mob_{it} + B_1 Serv_{it} + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

(iv) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدة 6 خلال الفترة (2010-2022)

$X_i$  تمثل الحد الثابت للمشاهدة

( $EXP_{it}$ ) المتغير التابع والمتمثل في صادرات البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $B$ ) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

( $U-intit$ ) المتغير المستقل المتمثل في مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $Mobit$ ) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $Servit$ ) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $\epsilon_{it}$ ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$

تقدير العلاقة بين مؤشرات التجارة الإلكترونية وحجم الصادرات في الجزائر يُظهر عدة نتائج مهمة.

أولاً، يُظهر المعامل **C** أن هناك تأثير أساسي للعوامل غير المُحددة في النموذج على حجم الصادرات، حيث أن قيمة **P** تُظهر أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية، حيث يُعتبر مستوى الدلالة مقبولاً. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر التحليل أن كل من مؤشرات اشتراكات الهاتف المحمول وحوادم الإنترنت الامن لها تأثير إيجابي معنوي على حجم الصادرات. فقد أظهرت قيم **P** المنخفضة أن هذه العلاقات ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيم التحليل (**t-Statistic**) تُظهر أن العلاقات بين هذه المؤشرات وحجم الصادرات تكون ذات قوة إيجابية معتدلة.

• تقدير العلاقة ( الاثر) في الاجل القصير لمؤشر **EC** على حجم الصادرات في الجزائر

الجدول رقم 3-36: تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الإلكترونية على حجم الصادرات

#### في الجزائر

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.19080	2.953384	3.789146	0.0128
D(MOBILE)	0.655279	0.246046	2.663238	0.0447
D(SERVINT)	0.250471	0.072164	3.470845	0.0178
CointEq(-1)*	<b>0.259507</b>	0.059966	4.327555	0.0075

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

أخيراً، يُظهر متغير **(CointEq-1)\***، الذي يُمثل التأثير الزمني المشترك بين المؤشرات، أن له تأثير إيجابي كبير على حجم الصادرات. هذا يُشير إلى أن العلاقة بين مؤشرات التجارة الإلكترونية وحجم الصادرات قد تكون مرتبطة بتأثيرات زمنية مشتركة قد تؤثر على تطور حجم الصادرات في الجزائر على المدى القصير.

• اختبارات الحدود للعلاقة في الاجل الطويل:

الجدول رقم 3-37: اختبارات للعلاقة في الاجل الطويل

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	<b>2.926208</b>	10%	2.72	3.77
K	3	5%	<b>3.23</b>	<b>4.35</b>
		2.5%	3.69	4.89
		1%	4.29	5.61

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

- يُظهر اختبار حدود F وجود علاقة إحصائية بين المؤشرات على مستوى السلاسل الزمنية، حيث كانت قيمة

الاختبار F تساوي **2.926208** وتفاوتت على القيم الحرجة لمستوى الدلالة بنسبة 10% التي بلغت 72.2.

- كما أظهر المعيار k أيضاً وجود العلاقة حيث تجاوزت قيمته الحرجة لمستويات الدلالة المختلفة، حيث كانت

القيمة الحرجة لمستوى الدلالة 5% هي 3.23. هذه النتائج تشير إلى أن ليست هناك علاقة إحصائية في الاجل

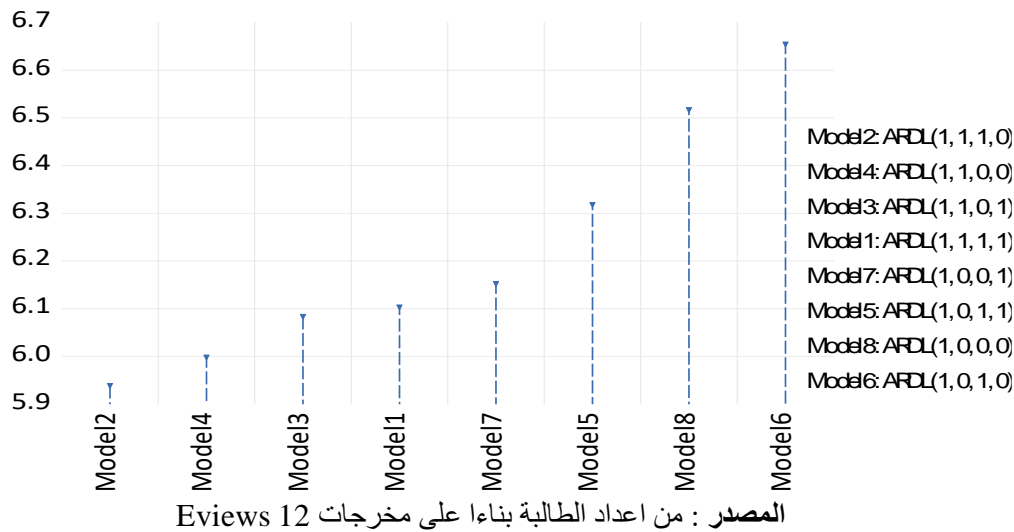
الطويل بين المؤشرات على مستوى السلاسل الزمنية في مستوى معنوية 5%.

\* اختبار النموذج الامثل:

الشكل رقم 3-19: اختبار النموذج الامثل

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

AkaikeInformationCriteria



• تقدير نتائج العلاقة (الاثر) في الاجل الطويل:

الجدول رقم 3-38: نتائج التقدير للعلاقة (الاثر) على الاجل الطويل

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MOBILE	1.190541	3.204403	0.371533	0.7255
SERVINT	-0.523350	1.038647	-0.503876	0.6358
USE_INTERNET	-0.765031	1.129963	-0.677041	0.5284

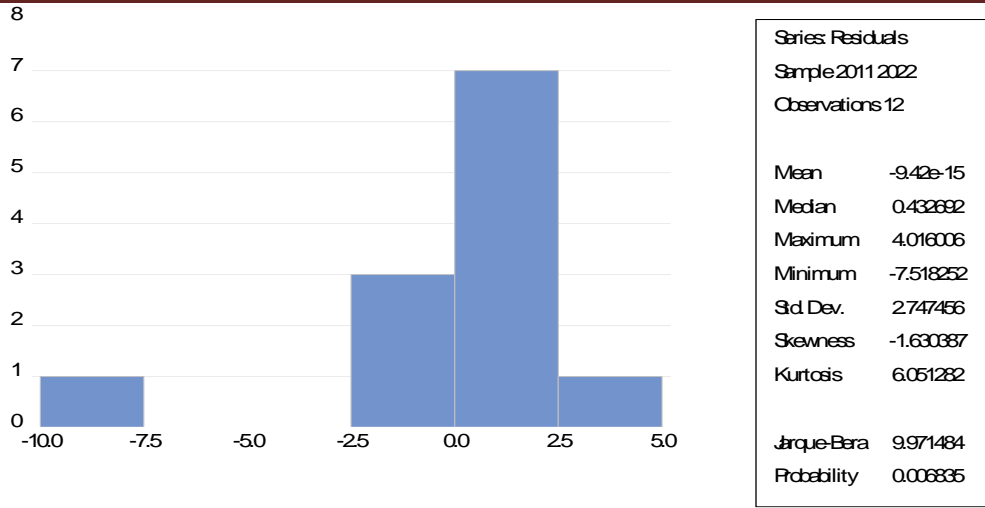
المصدر : من اعداد الطالبة بناءا على مخرجات Eviews 12

تقديرات العلاقة في الأجل الطويل للمؤشرات تشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين المؤشرات التجارة الالكترونية وحجم الصادرات في الجزائر. فقد كانت قيمة الاختبار  $t$  غير معنوية لجميع المؤشرات، حيث تجاوزت قيم الاختبار الحرجة للدلالة بمستويات الثقة المختلفة. وبالتالي، يُمكن استنتاج أن مؤشرات كل من الهاتف المحمول، مستخدمي الانترنت، خوادم الانترنت الامن لم تكن لها تأثير معنوي على حجم الصادرات في الجزائر على المدى الطويل.

• الاختبارات البعدية للنموذج المقدر:

الشكل رقم 3-20: اختبارات البعدية للنموذج المقدر

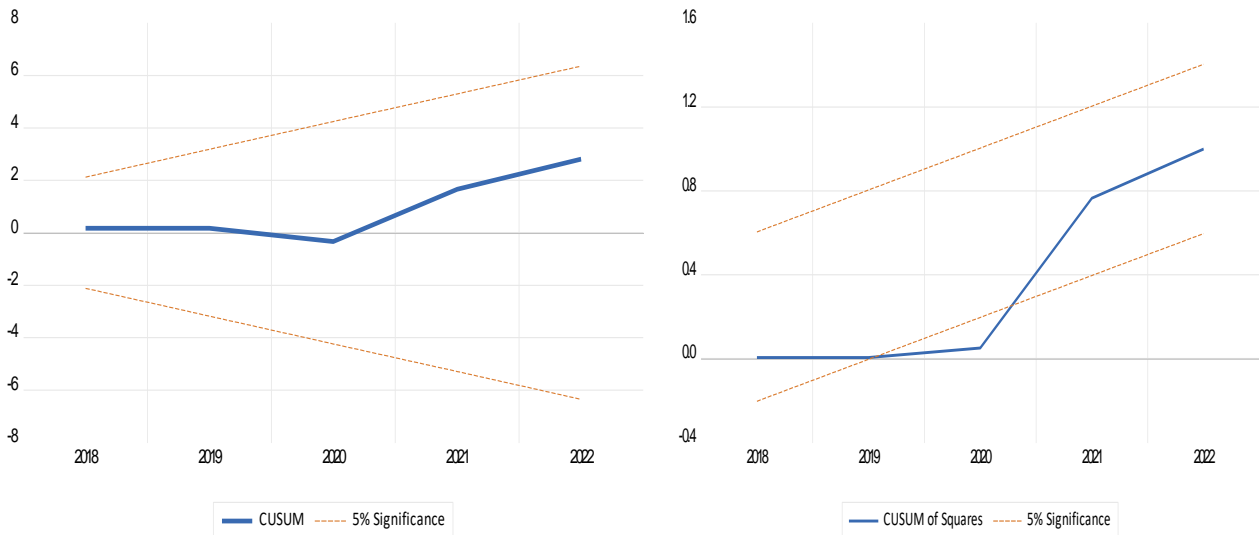
الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

• اختبارات الاستقرارية للنموذج المقدر:

الشكل رقم 3-21: اختبارات الاستقرارية للنموذج المقدر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

2- النموذج الثاني حول أثر مؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات في الجزائر

يمكن كتابة النموذج المختصر بالصيغة التالية:

$$IMP_{it} = X_i + B_1 U_{nt} + B_1 M_{obit} + B_1 S_{ervit} + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

(v) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدات 6 خلال الفترة (2010-2022)



(IMPit) المتغير التابع والمتمثل في واردات البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(B) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

(U-intit) المتغير المستقل المتمثل في مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(Mobit) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(Servit) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $\epsilon_{it}$ ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$

• تقديرات العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات في الجزائر

الجدول رقم 39-3: تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على حجم الواردات

### في الجزائر

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-60.40539	7.484353	-8.070889	0.0040
@TREND	-9.591654	1.164128	-8.239343	0.0037
D(MOBILE)	0.457400	0.087453	5.230221	0.0136
D(SERVINT)	-0.059856	0.016371	-3.656210	0.0353
D(USE_INTERNET)	0.631096	0.095064	6.638632	0.0070
CointEq(-1)*	-1.721531	0.213006	-8.082094	0.0040

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

تقديرات العلاقة في الأجل القصير تشير إلى وجود تأثير إيجابي معنوي لمؤشري مستخدمي الانترنت

واشتراكات الهاتف المحمول على حجم الواردات في الجزائر خلال الفترة 2010-2022.

فقد كانت جميع المؤشرات اشتراكات الهاتف المحمول، مستخدمي الانترنت، خوادم الانترنت ذات قيمة  $t$ -

Statistic إيجابية ومعنوية، مما يشير إلى أن زيادة قيم هذه المؤشرات ترافقت مع زيادة في حجم الواردات

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

الجزائرية. وبالإضافة إلى ذلك، فقد كانت قيمة معامل الانحدار C (الثابت) سالبة ومعنوية، مما يعني أنه في غياب تأثير المؤشرات المستقلة، يميل حجم الواردات في الجزائر إلى الانخفاض بشكل عام.

• اختبارات الحدود للعلاقة في الأجل الطويل:

الجدول رقم 3-40: اختبارات الحدود للعلاقة في الأجل الطويل

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	<b>8.165030</b>	10%	3.47	4.45
K	3	5%	<b>4.01</b>	<b>5.07</b>
		2.5%	4.52	5.62
		1%	5.17	6.36

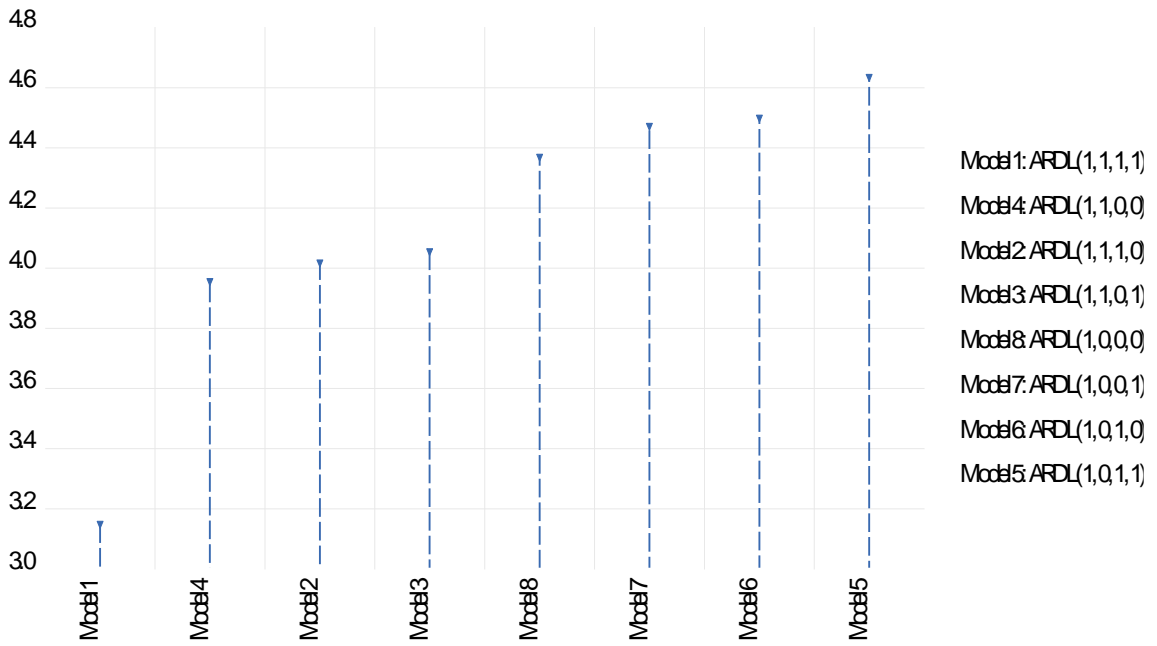
المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

يظهر جدول اختبارات الحدود (F-Bounds Test) أن هناك علاقة ذات مستوى في الأجل الطويل بين المتغيرات المدروسة. يتمثل ذلك في أن قيمة الاختبار الإحصائي (Test Statistic) تتجاوز الحدود الحرجة (Critical Values) في مختلف مستويات الاحتمالية (Significance Levels). وبالتالي، يتم رفض الفرضية الصفرية التي تقول بعدم وجود علاقة في المستويات الأساسية (I(0)) والمستويات المختلفة للفرق (I(1))، مما يعني أن هناك علاقة ثابتة في الطول بين المؤشرات المدروسة في الفترة الزمنية المحددة.

1- اختبار النموذج الثاني الامثل

الشكل رقم 3-22: اختبار النموذج الثاني الامثل

AkaikeInformationCriteria



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

• نتائج التقدير للعلاقة (الاثر) في الاجل الطويل:

الجدول رقم 3-41: نتائج التقدير للعلاقة (الاثر) في الاجل الطويل

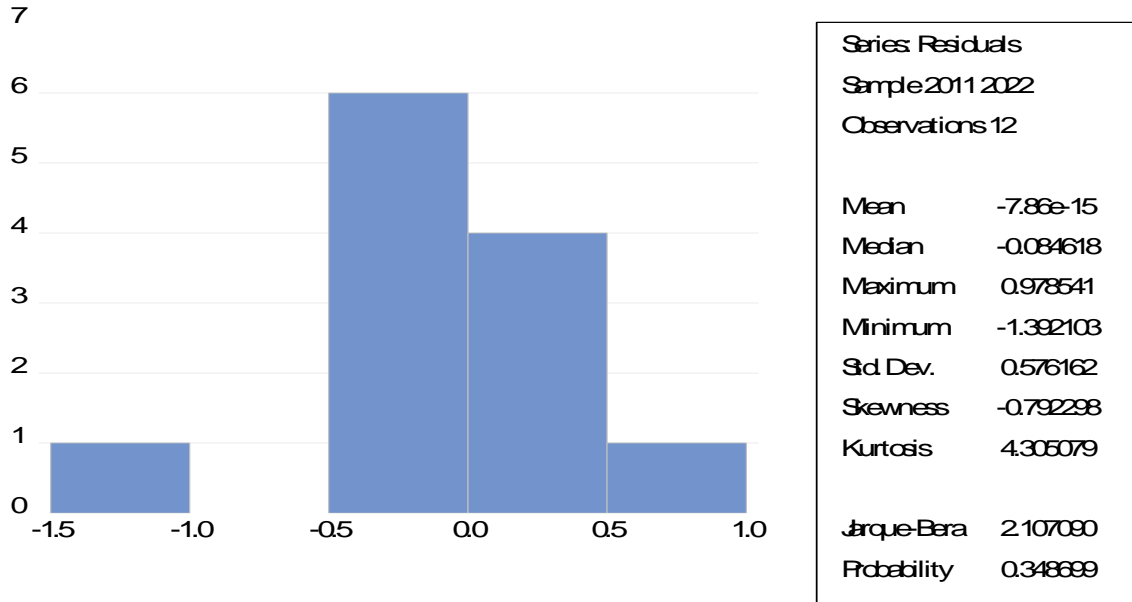
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MOBILE	0.625648	0.054884	11.39941	0.0014
SERVINT	0.020433	0.019415	1.052436	0.3699
USE_INTERNET	0.845023	0.156923	5.384937	0.0125

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

يُظهر الجدول رقم 3-41 أعلاه نتائج التقدير للعلاقة في الأجل الطويل بين مؤشر حجم الواردات الجزائرية ومؤشرات التجارة الإلكترونية. ويتضح أن هناك تأثيرات إيجابية معنوية لمؤشرات التجارة الإلكترونية على حجم الواردات في الجزائر خلال الفترة المحددة. فعلى سبيل المثال، يُظهر مؤشر اشتراكات الهاتف المحمول تأثيرًا إيجابيًا ومعنويًا بقيمة معامل الانحدار (Coefficient) البالغة 0.625648، وقيمة الاختبار الإحصائي (t-Statistic) البالغة 11.39941. بالمثل، يُظهر مؤشر مستخدمي الانترنت تأثيرًا إيجابيًا ومعنويًا أيضًا. على الجانب الآخر، لا يظهر مؤشر خوادم الانترنت الامن تأثيرات معنوية بينما يكون لها معاملات انحدار غير معنوية.

2- الاختبارات البعدية للنموذج الثاني المقدر:

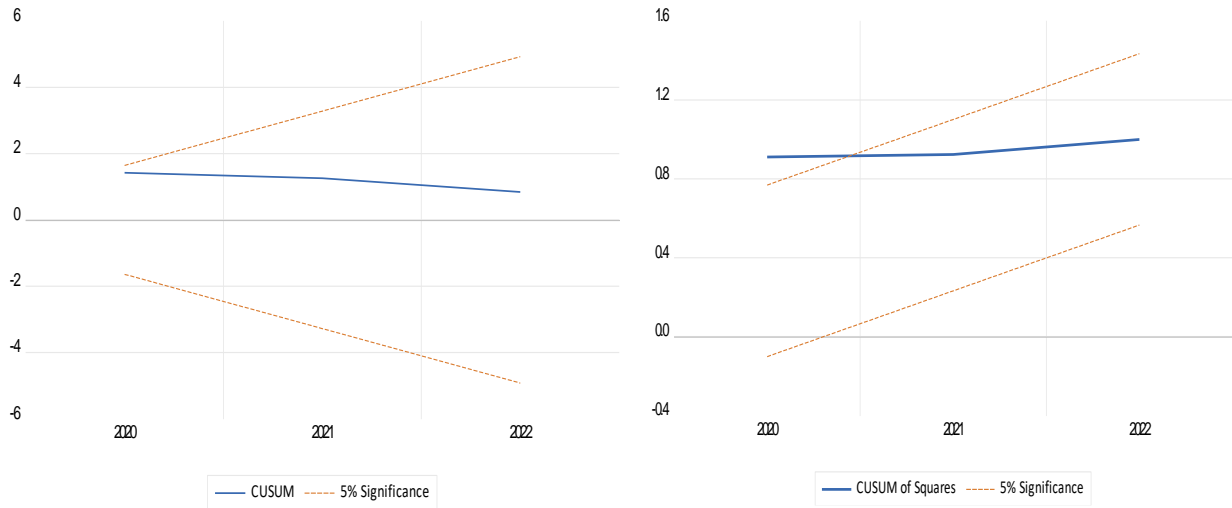
الشكل رقم 3-23: الاختبارات البعدية للنموذج الثاني المقدر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

• اختبارات الاستقرار للنموذج المقدر

الشكل رقم 3-24: اختبارات الاستقرار للنموذج المقدر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

3- النموذج الثالث لأثر مؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر خلال الفترة ما

بين 2010-2022

$$OPNT_{it} = X_i + B_1 U_{it} + B_2 M_{it} + B_3 S_{it} + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

(vi) تعبر عن البعد المقطعي المتمثل في الدول الناشئة محل الدراسة.

(t) تعبر عن البعد الزمني و هي عبارة عن عدد المشاهدات 6 خلال الفترة (2010-2022)

$X_i$  تمثل الحد الثابت للمشاهدة

(OPNT<sub>it</sub>) المتغير التابع والمتمثل في الانفتاح التجاري البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(B) وهي المعاملات التي يتم حسابها بعد تقدير الانحدار

(U-intit) المتغير المستقل المتمثل في مستخدمي الانترنت في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(Mobit) المتغير المستقل المتمثل في اشتراكات الهاتف المحمول في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

(Servit) المتغير المستقل المتمثل في مؤشر خوادم الانترنت الامن في البلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$ .

( $\epsilon_{it}$ ) تمثل حد الخطأ للبلد الناشئ  $i$  خلال الفترة  $t$

• تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشر الانفتاح التجاري في

الجزائر

الجدول رقم 3-42: تقدير العلاقة (الأثر) في الأجل القصير لمؤشرات التجارة الالكترونية على مؤشر الانفتاح

التجاري في الجزائر

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	216.7564	20.37780	10.63689	0.0004
D(OPENNES(-1))	1.076326	0.175059	6.148379	0.0035

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

D(USE_INTERNET)	-0.306856	0.101278	-3.029847	0.0388
CointEq(-1)*	-2.942467	0.275101	-10.69596	0.0004

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

يعرض الجدول أعلاه رقم 3-42 تقدير العلاقة في الأجل القصير بين مؤشرات التجارة الإلكترونية ومؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر. ويُلاحظ أن هناك تأثيرات إيجابية معنوية لمؤشرات EC على مؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر خلال الفترة المحددة. على سبيل المثال، يُظهر مؤشر (-1) D الانفتاح التجاري تأثيرًا إيجابيًا ومعنويًا بقيمة معامل الانحدار (Coefficient) البالغة 1.076326، وقيمة الاختبار الإحصائي (t-Statistic) البالغة 6.148379. بالمثل، يُظهر المتغير (-) D مستخدمى الانترنت تأثيرًا سلبيًا ومعنويًا على مؤشر الانفتاح التجاري.

• اختبارات الحدود للعلاقة في الاجل الطويل:

الجدول رقم 3-43: اختبارات الحدود للعلاقة في الاجل الطويل

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	<b>16.34337</b>	10%	2.72	3.77
K	3	5%	<b>3.23</b>	<b>4.35</b>
		2.5%	3.69	4.89
		1%	4.29	5.61

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات 12 Eviews

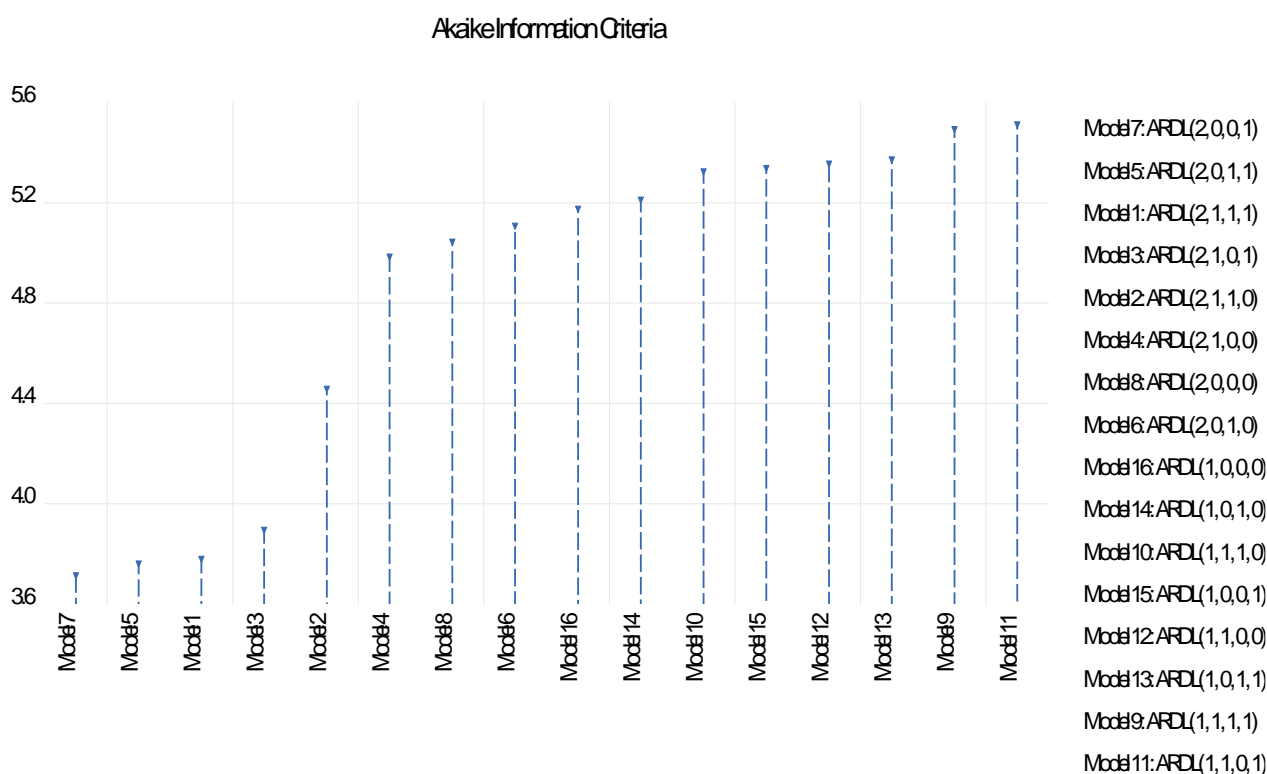
تظهر نتائج اختبارات الحدود للعلاقة في الأجل الطويل أن هناك علاقة طويلة الأمد بين مؤشرات التجارة الإلكترونية ومؤشر الانفتاح التجاري في الجزائر، وهذا يُظهر بشكل إيجابي أن هذه المؤشرات تؤثر على

الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

مستوى الانفتاح التجاري في الجزائر على المدى الطويل. تعكس القيم المُقدّمة للفحص الإحصائي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المؤشرات، حيث يتم تجاوز قيم الحد السفلي للفحص الإحصائي بنسبة كبيرة.

● اختبار النموذج الامثل:

الشكل رقم 3-25: اختبار النموذج الامثل



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

● نتائج التقدير للعلاقة (الاثر) في الاجل الطويل:

الجدول رقم 3-44: نتائج التقدير للعلاقة (الاثر) في الاجل الطويل

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MOBILE	-0.011241	0.033096	-0.339643	0.7512
SERVINT	-0.003163	0.008802	-0.359409	0.7375
USE_INTERNET	-0.334178	0.013050	-25.60687	0.0000

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

نتائج التقدير للعلاقة في الأجل الطويل تشير إلى وجود تأثير سلبي قوي ودالة إحصائياً بين استخدام الإنترنت

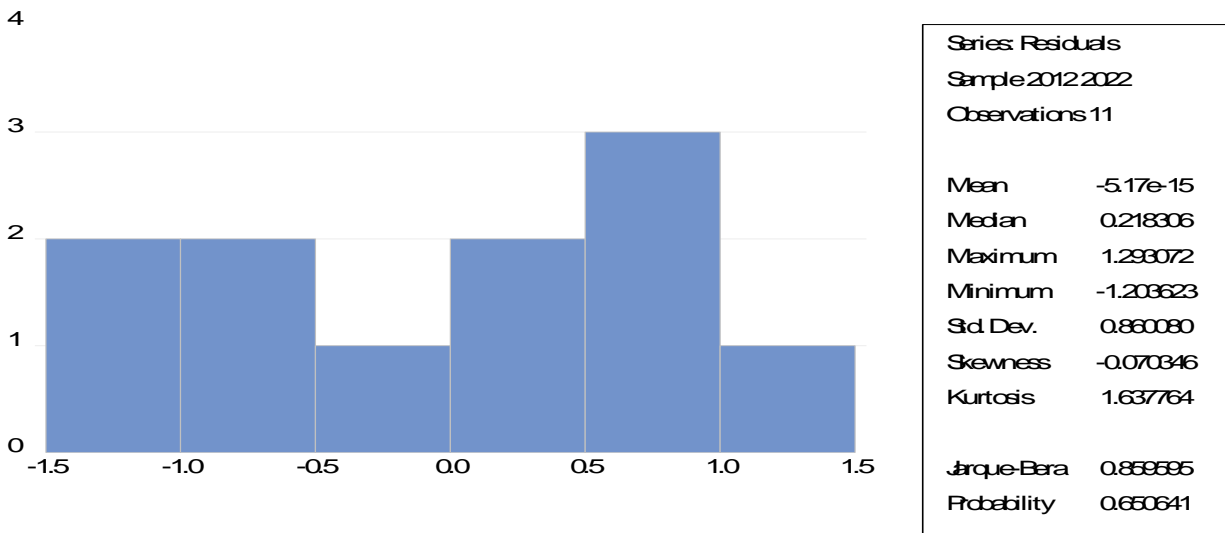
## الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

ومستوى الانفتاح التجاري في الجزائر على المدى الطويل. يُظهر هذا النتيجة أن زيادة في استخدام الإنترنت ترتبط بانخفاض في مستوى الانفتاح التجاري، وهو ما يمكن تفسيره على أنه ربما يعكس استهداف الحكومة لتعزيز الحماية التجارية أو تقييد الوصول إلى الإنترنت لتحقيق أهدافها السياسية أو الاقتصادية. على الجانب الآخر، لا تظهر مؤشرات "التجارة الإلكترونية" و"خدمات الإنترنت الآمنة" تأثيراً معنوياً على مستوى الانفتاح التجاري في الجزائر على المدى الطويل. يمكن تفسير ذلك بأن تلك المؤشرات لا تلعب دوراً مهماً في تشكيل سياسات الانفتاح التجاري في البلاد، أو أن التأثيرات السالبة المحتملة لها تكون غير قوية بما يكفي للتأثير على مستوى الانفتاح التجاري على المدى الطويل.

توفر هذه النتائج فهماً أعمق للعلاقة بين استخدام الإنترنت ومستوى الانفتاح التجاري في الجزائر، وتسلط الضوء على التحديات والتحويلات التي قد تواجهها السياسات الحكومية في تشجيع الانفتاح التجاري وتعزيز الاستخدام الفعال للإنترنت في البلاد.

### • الاختبارات البعدية للنموذج المقدر:

#### الشكل رقم 3-26: الاختبارات البعدية للنموذج المقدر

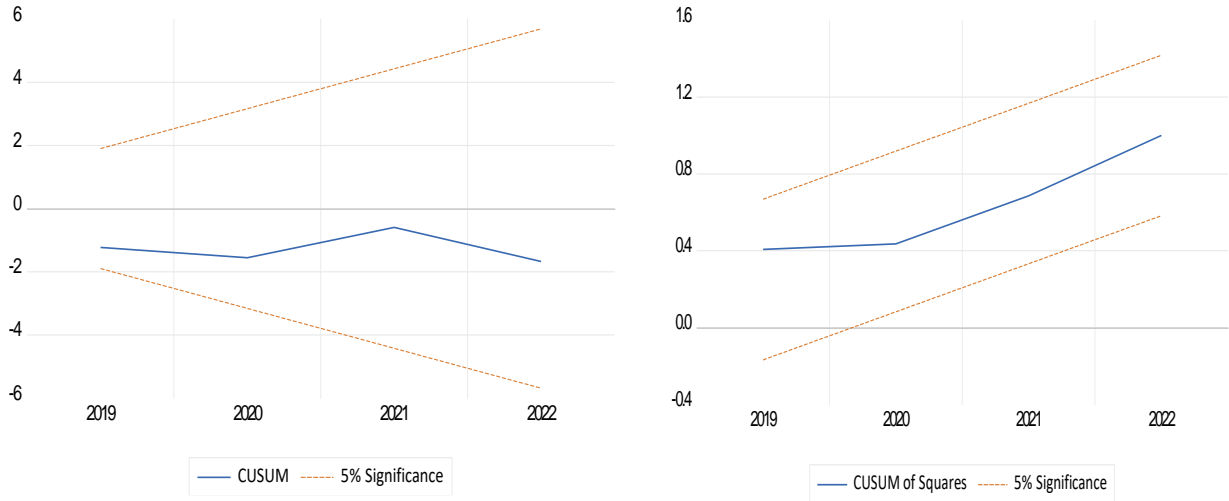


المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

### • اختبارات الاستقرار للنموذج الثالث المقدر



الشكل رقم 3-27: اختبارات الاستقرارية للنموذج الثالث المقدر



المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات Eviews 12

### خلاصة نتائج الدراسة القياسية لحالة الجزائر:

بناء على جميع النتائج المقدمة في الجداول، يمكن القول على أن :

-هناك تأثير معنويًا لمؤشرات التجارة الالكترونية على مستوى صادرات و واردات السلع والخدمات في الجزائر سواء على المدى القصير أو على المدى الطويل. حيث تظهر النتائج الى أن كل من مؤشر مستخدمي الأنترنت ومؤشر الخوادم الأنترنت الأمن كان لها تأثير ايجابي على مستوى الصادرات والواردات. مما يشير الى اهمية تطوير البنية التحتية التكنولوجية ودعم تكنولوجيا الرقمنة لتطوير تجارة الالكترونية في الجزائر اكثر. وهذا ما توافق مع دراسة ورحلة زهرة .

-يتضح لنا أنه هناك تأثير سلبي لمؤشر مستخدمي الأنترنت على مستوى الانفتاح التجاري في الجزائر، وهذا ما سياسة الحكومة من حماية التجارية، ربما هذه المؤشرات لا تلعب دور أساسي وفعال في تشكيل سياسات الانفتاح التجاري وليس لا تأثر على المدى الطويل، وبالرغم من نتائج الضعيفة الا أن الجزائر تعمل جاهدة على تطوير سياسات التجارة بهدف زيادة حجم تجارتها الدولية ونمو اقتصادها، وهذا مع توافق مع تقرير الانكاد لسنة 2021 في تأخر بعض الدول الافريقية في التجارة الإلكترونية مقارنة بباقي الدول.

### الفصل الثالث: محاولة لقياس لدور التجارة الالكترونية في تنمية المبادلات التجارية في بعض الدول الناشئة مع الإشارة الى حالة الجزائر

من جهة أخرى، يجب على البحوث المستقبلية التركيز على تفسير العوامل التي تحدد العلاقة بين التجارة الالكترونية والصادرات والواردات في الجزائر بشكل أكبر دقة، كما يجب أن تسعى الدراسات المقبلة الى تجاوز القيود المنهجية والبياناتية التي تواجهها هذه الدراسة، مثل البيانات المحدودة والتحديات في تقدير العلاقات السببية. من خلال استخدام منهجيات أكثر تطورا وتوسعا. هذا يساعد في تعزيز فهمنا للتأثيرات التجارية الالكترونية على الاقتصاد الجزائري وتوجيه السياسات بشكل أفضل نحو تعزيز التنمية الاقتصادية والاستدامة في البلاد.

### خلاصة:

لقد تطرقنا في هذا الفصل الى مفاهيم حول نموذج Panel وأنواعه، أهم خصائصه وأهدافه وكل اختباره وتقدير نتائجه من خلال الدراسة القياسية الاولى المتعلقة بقياس دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية في بعض الدول الناشئة (الصين، الهند، ماليزيا، تركيا، البرازيل وجنوب افريقيا) خلال الفترة الممتدة (2010-2022)، حيث تميزت الدراسة بتنوع و اختلافات في مستويات المؤشرات المدروسة، في حين أبرزت مصفوفة الارتباط الخطي أن هناك قوة واتحاد العلاقات بين المؤشرات، كما توصلنا انها اعتمد نموذج التأثيرات العشوائية كونها لا يمكن رفض الفرضية الصفرية الخاصة بمقدر التأثيرات العشوائية المنسقة والفعالة، كما اكدت الدراسة على وجود علاقة قوية بين استخدام تقنيات التكنولوجيا التي أثرت بشكل ايجابي على كل من الصادرات و الانفتاح التجاري والذي يعزز بدوره حجم التجارة الدولية من خلال مؤشرات التجارة الالكترونية، كما تناولنا دراسة استشرافية ثانية متعلقة بالجزائر باستخدام نموذج ARDL بنفس مؤشرات الدراسة الاولى لمعرفة دور التجارة الالكترونية في تطوير حجم التجارة الدولية الجزائرية في نفس الفترة الزمنية، حيث كانت نتائج الدراسة تؤكد على أن هناك تأثير معنوي لمؤشرات التجارة الالكترونية على مستوى الصادرات والواردات الجزائرية سواء على المدى القصير أو الطويل. كما أن استخدام الانترنت وخوادم الامن لهما تأثير ايجابي على الصادرات وواردات ونوعا ما على الانفتاح التجاري، في حين استخدام الانترنت كان له تأثير سلبي على الانفتاح التجاري ما يعكس ضعف حجم تجارتها الدولية، وعليه يبرز اهتمام الجزائر في تطوير بنيتها التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال و دعم الرقمنة و وسائل الدفع الالكتروني وتحسين من سياستها التجارية الخارجية من أجل مواكبة التطورات الاقتصادية وتعزيز و تنويع قطاعات اقتصادها من خلال الاستفادة من تجارب الدول الناشئة محل الدراسة مستقبلا.

خاتمة عامة

لقد أصبح اعتماد التجارة الالكترونية أمر ضروري في ظل ثورة التكنولوجيا الحديثة والمنافسة الشديدة، ومع انفتاح الاسواق العالمية أصبحت الشركات في حركة دائمة لاكتساب أساليب حديثة مختلفة للحفاظ على مكانتها السوقية وضمان استمراريتها من خلال زيادة حجم تجارتها المحلية والدولية، حيث تستخدم تقنيات تكنولوجيا حديثة تساعدها في الحفاظ على عملائها في كل مكان، فاستخدام التجارة الالكترونية أصبح وسيلة لخلق علاقات الكترونية جديدة بين الشركات وعملائها من خلال تقديم منتجات أو خدمات تمتاز بجودة عالية وأسعار جيدة تخدم حاجة عملائها وتكسبها ولأنهم على المدى الطويل. وتكمن أهميتها في اعتبارها المحرك الرئيسي في تنشيط المبادلات التجارية سواء بيع أو شراء أو تحويل أموال عبر شبكة الانترنت من خلال أشكالها (B2C.B2B.C2C.B2G)، وخرق للحدود الجغرافية من خلال تبسيط الرسوم الجمركية وتسهيل عمليات التوريد في المعاملات التجارية الدولية في أسرع وقت وبأقل تكلفة وجهد. حيث ساهمت الدول الناشئة في زيادة حجم التجارة العالمية وتحسين الاقتصاد العالمي من خلال خرقها للأسواق العالمية ومشاركتها بحجم كبير من تجارتها لإشباع السوق العالمي عبر استخدام التجارة الالكترونية.

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة نجد ما يلي:

✓ شهدت مبيعات التجارة الدولية نسب ما بين صعود والهبوط خلال فترة الدراسة بسبب الازمات الاقتصادية التي مر بها الاقتصاد العالمي سابقا، اضافة الى أزمة كوفيد-19 التي هددت انتعاش الاقتصاد و أثرت في حجم الصادرات والواردات بسبب الاغلاق وتعطل سلاسل الامداد الدولية، لتتدارك الوضع سنة 2022 بعد التدابير التي اتخذتها أغلب الدول سواء المتقدمة أو الناشئة.

✓ أثرت جائحة كورونا في عملية توصيل السلع دوليا، مما فرض على الشركات العظمى ذات الصناعات الدولية والتكنولوجية اعادة هيكلة سلاسل القيمة العالمية الخاصة بها لحماية مورديها من أي خطر مثل تركيا، الصين، البرازيل.

✓ ساعدت التجارة الالكترونية على التوسع والوصول الى الاسواق الجديدة عبر العالم، بحيث سهلت عملية التسوق، بيع وشراء سلع أو خدمات، زيادة الفئة المستهدفة، تقليص التكاليف والجهد والوقت. وخلق المنافسة و الابتكار كونها تعتمد على تكنولوجيا الحديثة والانترنت،

- ✓ تعمل التجارة الالكترونية على خلق مناصب توظيف جديدة مستقبلا تركز على الكفاءة والمهارة العالية في استخدام التكنولوجيا الحديثة عبر الانترنت مما يهدد التخلي عن الوظائف التقليدية السابقة.
- ✓ حققت المتاجر الالكترونية العالمية والمنصات الرقمية نتائج جيدة في زيادة حجم المبيعات الالكترونية الدولية والنمو الاقتصادي، من خلال التعاون مع الموزعين المختصين في التجارة بالتجزئة أو عبر سلاسل القيمة العالمية التي بسطت المبادلات التجارية وعززت الثقة بين الشركات من خلال الشراكات الدولية وتبادل الخبرات، مثل شركة علي بابا الصينية من خلال المرونة في الامداد.
- ✓ ساعدت العقود الالكترونية في سير عمليات المبادلة بين العملاء، واستخدام وسائل الدفع الالكتروني الدولي من خلال آليات دفع أمنة كتقنيات التشفير والبروتوكولات الامنة تحفظ بها خصوصيات العملاء على المستوى الدولي. خاصة في الاجراءات الجمركية. والتواصل مع الهيئات المختصة كشركات التوريد، الجمارك وغيرها.
- ✓ ساعد انتشار واستخدام الانترنت على النطاق الواسع في التجارة الإلكترونية الى زيادة حجم صادرات السلع والخدمات و معدل الانفتاح التجاري الذي يسهل الوصول الى الاسواق العالمية في بعض الدول الناشئة ما يعكس حرصها على توفير بنية تحتية تكنولوجية متطورة .
- ✓ حققت بعض الدول الناشئة معدل ايجابي في الانفتاح التجاري من خلال المبادلات التجارية الإلكترونية عبر اشتراكات الهاتف المحمول ما يعكس ثقافة هذه المجتمعات على الانفتاح نحو العالم، وكذا حرص الدول في تطوير ببنيتها التحتية من خلال تحسين وتوفير خوادم الانترنت الامن بهدف ضمان أمن وسهولة اجراء المعاملات التجارية الدولية.
- ✓ اعتماد الاقتصاد الجزائري على قطاع المحروقات بدرجة كبيرة لسنوات عديدة ومع تذبذبات الاسعار التي واجهها، تحاول الدولة العمل على توسيع النشاط الاقتصادي وكذا التجاري من خلال استخدام الرقمنة وتوفير البنية التحتية اللازمة في كل القطاعات وخاصة في الانشطة التجارة الالكترونية.

- ✓ يعتمد الافراد على عمليات السحب الالكتروني أكثر من عمليات الدفع الالكتروني مما يفسر انعدام الثقة و ضعفهم الثقافي الالكتروني وتخوفهم من عمليات الاحتيال. كما يستخدمون بكثرة الهاتف المحمول في عمليات المبادلات التجارية الالكترونية عبر الانترنت.
- ✓ حققت الجزائر نسب كبيرة في تجارتها من خلال B2C تجارة بالتجزئة سنة 2020 تزامنا مع جائحة كورونا، حيث كانت إيرادات التجارة من خلال هذا الشكل كون أن أغلب الشركات الجزائرية الناشطة في EC هي شركات خاصة.
- ✓ شهدت الجزائر توسع وانتشار لمواقع التجارة الالكترونية والمنصات الرقمية، مما يحفز الجزائريين على اعتماد أسلوب التجارة الالكترونية في تلبية حاجياتهم سواء بيع أو شراء سلع أو اقتناء خدمة عبر الانترنت.
- ✓ يعبر حجم التجارة الالكترونية في الجزائر على التحديات التي تواجهها كضعف البنية التحتية مقارنة بالدول الناشئة، المستوى الثقافي للانفتاح التجاري على الاسواق العالمية الذي يعود لسياسة الجزائر التجارية و الاقتصادية ، كذلك جانب التشريعات والقوانين التي تعاني منه كل دول تقريبا.
- ومن خلال التطرق لدراسة المتعلقة بالدول الناشئة محل الدراسة يمكن القول أن دور التجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية خلال فترة الممتدة من 2010 الى غاية 2022 كانت له نتائج ايجابية وجيدة من خلال زيادة حجم صادرات سلع و خدمات هذه الدول، وهذا ما يؤكد تحقق الفرضية الاولى "تساهم التجارة الالكترونية في تنمية التجارة الدولية في البلدان الناشئة".
- وكذلك من خلال ارتفاع معدل الانفتاح التجاري الذي يعكس سياسة الدولة ورغبتها في توسيع حجم تجارتها من خلال الانفتاح على الأسواق العالمية. وهذا ما يثبت تحقق الفرضية الثانية " يعتبر الانفتاح التجاري عامل أساسي في تطوير التجارة الدولية".
- وبمقارنة نتائج دراسات كل من دراسة (Nuray .Ishvingder .Oksana Chang hwan). مع دراستنا فيمكن القول أنها غير متوافقة، فهي مختلفة في اعتمادنا عينة دول أخرى، وفترة زمنية مختلفة أيضا.
- في حين تعتبر مساهمة التجارة الالكترونية في تنمية التجارة الدولية للجزائر ضعيفة حيث لم تحقق الاهداف أو النتائج اللازمة من أجل اللحاق بالدول الناشئة والارتقاء الى المعايير الدولية، وهذا ما يؤكد عدم تحقق الفرضية

- الثالثة " تعمل مؤشرات التجارة الالكترونية على زيادة حجم المبادلات التجارية في الجزائر". ويعود السبب في تأخر الجزائر في استخدام الرقمنة والتجارة الالكترونية والى عدم تنوع اقتصادها.
- وعليه يمكن للجزائر أن تستفيد من تجارب هذه الدول الناشئة من خلال استراتيجياتهم وتقنياتهم والعمل جاهدة على تحقيق أهداف مرضية مستقبلا من خلال بعض النقاط التالية:
- سياسة اغلاق لفترة معينة مثل ما فعلت تركيا بهدف تنشيط التجارة المحلية وتنويع الاقتصاد و استغلال كل موارد الموجودة وأولها اليد العاملة كون الجزائر لها نسبة شباب معتبرة بفتح مصانع والرقابة عليها.
  - العمل على تطوير تقنيات التكنولوجيا واستخدامها في تنمية واستغلال وتنويع منتجات الطاقة والنفط من أجل تعظيم هامش الربح كونه المصدر الاول لنمو اقتصاد الجزائر.
  - تحسين خدمة الجمارك بإدخال تقنيات تكنولوجيا حديثة تسهل عمليات المبادلات التجارية و تحسن من جانب اللوجستي خاصة في اجراء الاتفاقيات،التوزيع والتوصيل... الخ.
  - توسيع نطاق شبكات الانترنت و تطوير البنية التحتية للاتصالات لتحفيز المشاريع المتعلقة بالتجارة الالكترونية من خلال تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة في هذا المجال.
  - الاستفادة من تجربة الصين في عملية التقليد في صنع المنتجات دون المبالغة فيها، بهدف تنويع ورفع مستوى الانتاج المحلي وخلق منافسة محلية قوية تعمل على الارتقاء الى المعايير الدولية.
  - تحسين الجانب التشريعي والقوانين لحماية خصوصيات العملاء وكذلك في ابرام الصفقات التجارية الالكترونية وتجسيدها على الواقع من خلال الرقمنة.
  - فتح مجال الشراكات الأجنبية في الاستثمار المباشر والتجارة عبر الحدود بوضع ضرائب ورسوم جمركية تخدم الاقتصاد الجزائري. مثل ما فعلت جنوب افريقيا في تنشيط المشاريع الالكترونية.
  - تطوير الجهاز المصرفي في كل المؤسسات المالية مثل تجربة ماليزيا والبرازيل بتقنية تكنولوجيا متطورة لحماية المبادلات المالية، وتحفيز العملاء بتعزيز ثقتهم وزيادة وعيهم لاستخدام كل أنواع وسائل الدفع الالكتروني على مستوى المحلي والدولي، من خلال شراء أو تحويل الأموال.



- العمل على خلق استراتيجية جيدة ومرنة في استخدام سلاسل الامداد، و العمل على تحسين السياسة التجارية والانفتاح على الاسواق العالمية في حدود التي تخدم الجزائر.

### أهم التوصيات:

- من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة يمكن تقديم بعض التوصيات والاقتراحات التالية:
- الاهتمام بمجال التجارة الالكترونية خاصة بالنسبة للدول النامية لتدارك تأخرها وتقليص الفجوة الكبيرة بينها وبين الدول الناشئة والمتقدمة من حيث التطور التكنولوجي والاقتصادي.
- يجب على الحكومات كل الدول ضبط القوانين والتشريعات لحماية المبادلات التجارية وخصوصية العملاء سواء المحليين أو الاجانب من خلال الاتفاقيات والمعاهدات خاصة بالتجارة الدولية,
- توفير مناخ جيد للتجارة الالكترونية من خلال تطوير البنية التحتية والاتصالات واستخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة لتسهيل كل المعاملات الكترونية، واستخدام أجهزة متطورة تخدم هذا المجال.
- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني وتوفير بطاقات البنكية على مستوى اكبر لتسهيل عمليات السداد الإلكتروني وربح الوقت.
- تحسين سلاسل الامداد على كل مستوى الدولة العربية مثل في الجمارك لتسهيل عملية التوصيل.
- ضرورة استفادة الدول العربية من دول الناشئة والمتقدمة في مجال التجارة الالكترونية لدورها الفعال في زيادة حجم التجارة الدولية.

# قائمة المراجع

1. المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- يونس محمود، 1987، مقدمة في نظريات التجارة الدولية، الدار الجامعية، الاسكندرية
- مارك هرندر، 1987، العلاقات الاقتصادية الدولية، ترجمة: طه عبد الله منصور واخرون، دار المريخ، المملكة العربية السعودية،
- طالب محمد، 1995، التجارة الدولية نظريات واساسيات، مطبعة الاشعاع، الاردن
- سامي عفيفي حاتم، 1993، التجارة الدولية بين التنظير والمنظور، الدار المصرية العربية، القاهرة.
- حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، 1996، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة.
- احمد جامع، 1997، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر
- حمادة فريد منصور، 1998، مقدمة في اقتصاديات النقل، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية.
- سامي عفيفي حاتم، 1999، التجارة الخارجية بين التنظيم والتنظير، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة
- رشاد العصار والاخرون، 2000، التجارة الخارجية، دار المسيرة، عمان، الاردن
- رعد حسن الصون، 2000، اساسيات التجارة الدولية المعاصرة، ج 1، دار الرضا للنشر، دمشق.
- موسى مطر واخرون، 2001، التجارة الخارجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن
- اشرف احمد العدلي، 2002، التجارة الدولية، مؤسسة طبية معمورة ، الاسكندرية، ط1.
- حسام على داود واخرون، 2002، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1.
- عماد الجداد، 2003، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، مصر.
- محمد حسين منصور، 2003، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعية الجديدة للنشر، دط الاسكندرية.
- سهير محمد السيد حسن، 2004، تطور الفكر والواقع الاقتصادي، مؤسسة شباب.
- مصطفى كمال طه، وائل انور بندق، 2005، الاوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر.
- جمال جويدان الجمل، 2006، التجارة الدولية، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان
- مدحت الفرسي، 2007، التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات، دار وائل، الاردن
- فريد نجار، 2007، الاقتصاد الرقمي الأنترنت وهيكله الاستثمار والبنوك الالكترونية، الدار الجامعية، ط1، الاسكندرية، مصر.
- السيد محمد احمد السريتي، 2009، اقتصاديات التجارة الخارجية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، المعمورة، مصر
- سكيانة بن حمودة، 2009، مدخل لعلم الاقتصاد، دار المحمدية العامة، الجزائر.

- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، 2009، التجارة الالكترونية، دار المناهج، عمان، الاردن.
- يوسف صحراوي، 2010، دراسات في التجارة الدولية، دار هومة، الجزائر
- خالد محمد السواعي، 2010، التجارة الدولية النظرية والتطبيقات، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان.
- طارق فاروق الحصري: 2010، الاقتصاد الدولي، المكتبة العصرية، مصر.
- محمد دياب، 2010، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت.
- السيد متولي عبد القادر، 2011، الاقتصاد الدولي النظرية والسياسات، دار افكر ناشرون وموزعون، عمان. الاردن.
- يوسف حسن يوسف، 2012، البنوك الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، ط1، القاهرة
- محمد احمد السريتي، محمد عزت محمد عزلان، 2012، التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية.
- شريف علي الصوص، 2012، التجارة الدولية (الاسس والتطبيقات)، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان،
- دومنيك سلفاتور، 2012، الاحصاء والاقتصاد القياسي، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، الطبعة الثالثة، القاهرة مصر
- جيرير. ج، 2013، الاقتصاد الدولي، ترجمة هيثم عيسى واخرون، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، سوريا.
- عبد المطلب عبد الحميد، 2014، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية.
- نوال عبد الكريم الأشهب، 2015، التجارة الالكترونية، دار للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن.
- علي ابو الفتاح ابو درار، 2015، الاقتصاد الدولي نظريات وسياسات، ط4، دار النشر المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
- مجيد ملوك السامراني، 2016، تكنولوجيا النقل العالمي واتجاهات التجارة الدولية الحديثة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- عامر ابراهيم قندياجي، 2016، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
- هاني وجيه العطار، 2016، التجارة الالكترونية، الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان. الاردن.
- فريد كورتل. امال يوي، 2016، تكنولوجيا المعلومات دورها في العمل الاداري والتسويقي، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، الاردن.

- خضر مصباح الطيطي، 2017، التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية، من منظور تقني وتجاري واداري.
- رضوان ابو شعيشع السيد، 2018، الاقتصاد الرقمي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ياسر محمود عبد الرحمن، 2019، النقل البحري والتجارة البيئية، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان.
- اسامة عبد السلام السيد، 2019، الاقتصاد الرقمي، دار المنهل، عمان، الاردن.
- عبد الرحمن الصغير، عباس البرق، ايمان الشمري، 2019، التسويق الدولي، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- اسامة السيد عبد السلام، 2019، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

#### مقالات:

- صدام محمد محمود الحيايلى واخرون، 2006، اثر التجارة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية، مجلة تكريت للعلوم الادارية، المجلد 02، العدد 03.
- باسم غدير غدير، 2015، دراسة العلاقة بين تطور التجارة الالكترونية و كل من الناتج المحلي الاجمالي والصادرات والواردات في سورية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. سورية، المجلد 37، العدد 4.
- بوزازة احلام، 2017، الانترنت والتجارة الالكترونية، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 06، العدد 01.
- صيفي وليد، 2016، أثر السياسات الصناعية على مرفولوجية العمالة في فرع الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر للفترة: 1990-2013، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية -دراسات اقتصادية،
- طروبيا نذير، 2017، التجارة الالكترونية كالية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدول العربية على ضوء الهدف الثامن من الاهداف الانمائية للألفية. مجلة الاقتصاد وادارة، المجلد 01، العدد 03.
- عبد الهادي مسعودي، لخصر لعروس، 2017، تقييم واقع التجارة الالكترونية واستعمالات البطاقات الالكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 2
- نعيمة يحيوي، مريم يوسف، 2017، التجارة الالكترونية واثارها على اقتصاديات الاعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية. العدد 06
- طرشي محمد. د بوفليح نبيل، 2018، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14. العدد 19.
- كنزة تنبو، محمد دهان، 2019، دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق جودة الحياة دراسة مقارنة بين الجزائر والامارات. مجلة الاستراتيجيات والتنمية، المجلد 09 العدد 03

- زهير غراية، 2019، مستقبل صناعة التمويل الاسلامي في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي. مجلة ابعاد اقتصادية، المجلد 09. العدد 02.
- عزوز سعدي، 2019، التجارة الالكترونية وتحديات الجريمة المعلوماتية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 4، العدد 1.
- سايجي الخامسة، طويل حدة، 2019، اثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي، وكالة تبسة. مجلة ابحاث اقتصادية وادارية. المجلد 13. العدد 02.
- عقوبي محمد، بلمهدي ابراهيم، 2019، الاليات التقنية والقانونية لحماية التوقيع الالكتروني، مجلة المفكر، المجلد 14، العدد 01.
- نافع زينب، جميل احمد، 2020، التجارة الالكترونية في الجزائر، طموحات كبيرة وانجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، المجلد 03 العدد 06 ديسمبر 2020
- معوشي عماد، 2020، مسالة واساليب حماية الخصوصية في ظل الاقتصاد الرقمي، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية. المجلد 04. العدد 01.
- الياقوت عرار، 2020، التوقيع الالكتروني كألية لأمن وسلامة الوفاء الرقمي، مجلة القانون والسياسة، المجلد 11، العدد 03.
- سفيان خلوفي واخرون، 2020، تقييم جاهزية الجزائر للولوج الى الاقتصاد الرقمي-دراسة استكشافية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المجلد 04، العدد 02.
- قابوسة علي ، واخرون، 2020، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التنمية البشرية، دراسة قياسية لحالة الدول العربية خلال سنة 2018، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 05. العدد 01.
- مصطفى صافية، علماوي أحمد، 2020، الانترنت كركيزة للتجارة الالكترونية، مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 04، العدد 02.
- يتوجي سامية، 2020، الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية. مجلة الاجتهاد القضائي. المجلد 12. العدد 02.
- عائشة موزاوي، عبد القادر موزاوي، 2020، التأثير الاقتصادي للتجارة الالكترونية على المستهلك، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 08، العدد 01.
- فضيلة بوطورة، واخرون، 2020، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02،
- بن عمرة عبد الرزاق ، 2021، خطوات تطبيق تقنية، Panel Data Model جامعة فرحات عباس ، سطيف.

- العقون زهرة، العقون ام الخير.2021، دراسة وصفية تحليلية لنماذج بانل، مجلة الجزائرية لأداء الاقتصادي، العدد(6).
- عجال وسيلة، زياد أمحمد،2022، دراسة تحليلية لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020-دراسة مجموعة من الدول العربية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد07. العدد 01.
- لحوم فطوم( 2022)، تحديات التجارة الالكترونية و أثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا بوابة التجارة الالكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدي خلال جائحة فيروس كورونا( 2019-2021)، مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد02. العدد02.

#### الأطروحات:

- بلقيوم صباح 2012-2013، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه ، جامعة قسنطينة2، الجزائر.
- ترفاس ايمان، 2013، دور الاستثمار الاجنبي في نمو البلدان الناشئة دراسة حالة الصين ، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر
- حسين شنيني،2013-2014، التجارة الالكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الاسواق الدولية، ومقومات اقامتها في الوطن العربي- واقع وتحديات-، اطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- محمد الامين عسول، 2015-2016، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق جودة التعليم العالي، دراسة حالة بعض المؤسسات الجامعية، اطروحة دكتوراه ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- ضيف الله نسيم، 2016-2017، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال واثرها على تحسين جودة العملية التعليمية- دراسة عينة من الجامعات الجزائرية ، اطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر باتنة،1 الجزائر.
- سارة داي، 2017-2018، اثر حرب العملات على اتجاه التجارة الدولية-دراسة حالة الولايات المتحدة الامريكية والصين.
- فيروز سلطاني،2017-2018، تحرير التجارة الدولية بين الاتفاقيات التجارة الاقليمية ومتعددة الاطراف-دراسة حالة الاتحاد الاوروبي والمنظمة العالمية للتجارة، اطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر.

- مسعود جماني، 2018-2019، اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وامكانية استفادة الجزائر من التجربة الفرنسية، اطروحة دكتوراه، جامعة باتنة1، الجزائر.
- بورابو هاجر اميرة، 2019-2020، دور وسائل الدفع الحديثة في تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، اطروحة دكتوراه، جامعة البليدة2، الجزائر
- بلهاشمي جهيزة، 2020، دور الحوكمة المالية للمؤسسات في الدول الناشئة، أطروحة دكتوراه، جامعة مصطفى اسطبولي معسكر، الجزائر.
- بورحلة زهرة، 2022-2023. دراسة دور التجارة الالكترونية في النمو الاقتصادي، حالة عينة من الدول العربية، اطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم- عبد الحميد ابن باديس، الجزائر،

#### ملتقيات وطنية ودولية:

- احسان محمد ابراهيم، 2002، مستقبل التجارة الالكترونية في الوطن العربي ودورها في تنمية الصادرات المصرية، مؤتمر التجارة الالكترونية الافاق والتحديات، الاسكندرية. مصر.
- مجاهدي فاتح، 2007، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته، مداخلة ضمن ملتقى الثاني المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف.
- معيزي قويدر، 2011، التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتهما ومتطلبات نجاحها، ملتقى الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر.
- حنان بن بردي واخرون، 2019، أثر التجارة الالكترونية على اقتصاديات البلدان العربية في ظل حتمية الاندماج في الاقتصاد العالمي. ملتقى دولي، الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو روى مستقبلية واعدة للدول النامية 2-3 ديسمبر 2019.

#### تقارير:

- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2008، الامدادات التجارية والسلاسل القيمة العالمية. جنيف
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2018، الاقتصاد العربي، مؤشر الاداء بين 2000-2018
- بنك الجزائر، 2019، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، التقرير السنوي 2018
- صندوق النقد الدولي، 2019، تقرير افاق الاقتصاد العالمي، 19 أبريل.



- عرفان حسني، وهبة عبد المنعم، 2020، التوترات التجارية بين الولايات المتحدة الامريكية والصيني، اسبابها واثارها على الاقتصادات العربية، صندوق النقد العربي، الامارات المتحدة العربية
  - مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020، كوفيد-19 وضرورة التحول حول الاقتصاد الرقمي، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، الطبعة الاولى.
  - وسام فؤاد، 2020، كوفيد-19 تحديات العولمة وسلاسل القيمة العالمي
  - سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية.2021، مرصد سوق الانترنت في الجزائر
  - تقرير افاق الاقتصاد العربي، 2021، تقرير افاق قطرية للجزائر، الاصدار الثالث عشر، افريل.
  - جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، 2021، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي.
  - الهيئة العامة للإحصاء، 2023، التجارة الدولية لعام 2023.
- المحاضرات المطبوعة:**
- حجاج مصطفى، 2023، التجارة الالكترونية، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون ، تيارت، الجزائر

## 2. المراجع باللغة الأجنبية:

### Articles :

- Steven Landefeld and Barbara M Fraumeni, 2001. Measuring the New Economy. Survey of current Business. Bureau of Economic Analysis of the US, Department of Commerce ,March,Volume81,N°3.
- Nuria Hernandez Nanclares and Fernando Lera Lopez/2001. The So Called New Economy and the ICT. Concept and Measurement. Researchgate. January 2001.
- Manuel Castelis, 2003. The Internet Galaxy : reflexion on the internet business. Oxford University Press.USA.
- Goran Bergendahl. 2005. Models for investment in electronic commerce, Financial perspectives with empirical evidence, the international journal of management science, Elsilver Omega 33

- Free. A. Kim /2007. Longitudinal and Panel Data. University of Wisconsin. Madison.
- Pradel .N 2013. Pays émergents et droit international .l'enjeu de l'adaptation. L'Observateur des Nations Unies.33 (2012-2)
- Neonila Daniela.Manuela Roxana.2014. The Emerging Economies Classification in Terms of their Defining. Management Strategies journal
- Dalila Nicet-Chenaf .2014, Les pays émergents : performance ou développement ? la vie des idées 06.
- Boston Analytics. 2016. Pathways to identifying top performing Emerging Markets.
- Mabintu Mansaray and Hanjia Bin. 2016.. E-commerce and Trade Openness in Africa .a Panel Data Analysis. Internationnal Journal of Development Research. Vol 06/ issue 05.
- Agarana.M .C. Anake .T.A § Okagbue.H.I 2016 .Optimization of Urban Rail Transportation in Emerging Countries. Using Operational Research Techniques .Applied Mathematics.7.1116-1123
- Ayman Achouch. 2017. Unit Root Tests For Panel Data( First Generation Tests). Application To a Simple of Development Countries. Tishreen University Journal for Research and Scientific –economic and Legal sciences Series. V(33).N°5
- Terbira Lezaasi. Lenee. Joshua Oki, 2017. Capital Market Development and Economic Growth : Evidence from the Mint Countries. Journal of Economics and Sustainable Development Vol(8)
- United Nations-Industrial Development Organization. 2018. Brics Plus E-Commerce Development Report in 2018. Shangai Academy Organization. Research Group Membe

- Salaheddine Cheriet/ Hadjira Ghanem 2018. The Role of Electronic Payment System in the Development of the Algerian Banking System . Roa Iktissadia Review. Vol 08. N° 02.
- Mckinsey Company..2019. Brazil Digital Report. 1st Edition april 2019. P 13
- Shamika N. Sirimanne and others ,Untctad. 2020.. Impacts of the Covid-19 pandemic on Trade Digital Economy, based on unctad digital economy statistics.
- Beata Javorcj. 2020. Global Suply Chains will not be the same in the post Covie-19. CEFR Press.UK P25
- The Unctad B2C E-Commerce index ,2020, United Nations on Trade a Development.
- Sang Man Kim. 2021. Payment Methods and Finance for International Trade. Sapringer Sinagapore
- Kazunobu Hayakawa-Hiroshi Mukonoki-Shujiro Urata .2021., Can E-Commerce Mitigate the Negative Impact of Covid-19 on International Trade, article published in Japanes Economic Review
- Rajarathimam.A.Subha.S.S (2021) The interaction between Area and Production of Food grain Crops in india. An Empirical Evidence from ARDL Test Cointegration. P03
- Changgang Wang-Tiansen Liu-Duo Wen -Dongrougli-Galash Vladiclave and Yu Zhu .2021, The impact of Internatioanl Electronic Commerce on Export Trade, Evidence from China, article published in journal of Theoretical and applied electronic commerce Research, 2021,16,2579,2593
- Institute of World Economies and Polities . 2021. World Openness Report 2021. Cass Research Center fo Hongqiao Internationnal Economic Forum

- Changgang and Others.( 2021). The Impact of International Electronic Commerce on Export Trade Evidence from China.
- Chang Hwan Choi-Zi Hui Yin .2021. The effect of China's Cross Border E-commerce of goods and services, paper international Trade Danbook University-Yougin –south Korea-published in Electronic Commerce Research(2023)23:443,474,
- Rajarathimam.A.Subha.S.S (2021) The interaction between Area and Production of Food grain Crops in india. An Empirical Evidence from ARDL Test Cointegration
- Ishvinder Singh Ahluwalia .2022/, Factors that drive E-commerce growth in India. Paper in journal of the oriental institute Vol 71,issue,02,N°3
- Oksana E, Kim .2022, E-Commerce as Development Factors in international Trade, —The EUrASEANs: journal on global socio-economic dynamics, Volume 1 (32); January-February, Year 2022;, ISSN 2539 – 5645
- Famer Engin. 2022. Digital Transformation Turkiye. Risks and Opportunies. Senior regional manager.Turkiye. levant and central asi
- Rachel Gong and Yeu.Mynn Yeung(2022).Digital economy mans : Comparing Malaysia and China. Kasanah research institute views. Kri. 06may 2022
- IPCIDE Team. 2023. State of India's Digital economy. indian council for research on international economic relations.Fabruary 2023..
- Daniel Ker.2023. Measuring The Value of E-commerce. Unated Nations.Geneva.2023.
- Brand South Africa. 2024. Development within South Africa's Digital Economy. Underscored as a sSolution to economic Growth..06 june 2024
- Jean joseph Boillot. Onze questions sur les grandes économies émergents.CEPII. P 08

### International conferences:

- George R. Clarke , 2002, Does internet connectivity affect export performance ? Evidence from the transition economies. Paper prepared for UNU, WIDER. Conference on the new for economy in development 10,11 may
- A,Raj Chowdhury and Muhbub Uddin. 2003. The Digital Economy and The Rise of Knowledge Workers. International Conference on Engineering Education. Spain
- Aurilija Bergendahl. 2011. The Application of E-commerce technologies for the development of trade in foreign Markets, Conference paper Intellectual economics, ,N°,1(9)
- Nuray Terzia .2011, The impact of E-commerce in international Trade and Employment. Paper for 7th international strategic management conference, published by Elsevier, Procedia Social and behavioral science,
- Shamika N. Sirimanne United Nations, 2021. Digital Economy Report 2021 - United Nations Conference on Trade and Development

### Webe sites:

- UNCTAD, , [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx).
- <https://www.ispo.ccc.be/commerce>
- UNCTAD, 2020..based on ITU Statistics data base,
- [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx). 2020 ITu estimates.P32
- <https://www.bts.-academy.com>
- Correlation and Correlation Coefficient <https://www.ar-science.com>
- Security Low of people's republic of China :(2021).10 june/2021. Website [https://en.npe.gov.cn.cdurl.en/2021.06/10c\\_689311.htm](https://en.npe.gov.cn.cdurl.en/2021.06/10c_689311.htm)

الملاحق

## الملحق رقم 1: اختبار تقدير نموذج ARDL على واردات

Dependent Variable: IMPORT				
Method: ARDL				
Date: 03/31/24 Time: 11:01				
Sample (adjusted): 2011 2022				
Included observations: 12 after adjustments				
Maximum dependent lags: 1 (Automatic selection)				
Model selection method: Akaike info criterion (AIC)				
Dynamic regressors (1 lag, automatic): MOBILE SERVINT USE INTERNET				
Fixed regressors: C				
Number of models evaluated: 8				
Selected Model: ARDL(1, 1, 0, 0)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
IMPORT(-1)	0.436412	0.258602	1.687584	0.1425
MOBILE	0.046555	0.167192	0.278453	0.7900
MOBILE(-1)	0.362722	0.159181	2.278680	0.0629
SERVINT	-0.061211	0.034632	-1.767464	0.1276
USE INTERNET	-0.071934	0.054210	-1.326933	0.2328
C	-21.79594	11.15756	-1.953469	0.0986
R-squared	0.881968	Mean dependent var	30.26020	
Adjusted R-squared	0.783609	S.D. dependent var	3.626840	
S.E. of regression	1.687129	Akaike info criterion	4.190786	
Sum squared resid	17.07842	Schwarz criterion	4.433240	
Log likelihood	-19.14472	Hannan-Quinn criter.	4.101021	
F-statistic	8.966771	Durbin-Watson stat	2.761316	
Prob(F-statistic)	0.009393			
*Note: p-values and any subsequent tests do not account for model selection.				

## الملحق رقم 2: اختبار حدود العلاقة بين متغيرات بنموذج ARDL على واردات

ARDL Long Run Form and Bounds Test				
Dependent Variable: D(IMPORT)				
Selected Model: ARDL(1, 1, 1, 1)				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Date: 03/31/24 Time: 11:07				
Sample: 2010 2022				
Included observations: 12				
Conditional Error Correction Regression				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-60.40539	15.04607	-4.014694	0.0277
@TREND	-9.591654	3.125410	-3.068927	0.0546
IMPORT(-1)*	-1.721531	0.397611	-4.329689	0.0227
MOBILE(-1)	1.077072	0.238949	4.507546	0.0204
SERVINT(-1)	0.035177	0.038134	0.922438	0.4243
USE INTERNET(-1)	1.454733	0.505194	2.879553	0.0636
D(MOBILE)	0.457400	0.168679	2.711655	0.0731
D(SERVINT)	-0.059856	0.034802	-1.719906	0.1839
D(USE INTERNET)	0.631096	0.225917	2.793483	0.0682
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
Levels Equation				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MOBILE	0.625648	0.054884	11.39941	0.0014
SERVINT	0.020433	0.019415	1.052436	0.3699
USE INTERNET	0.845023	0.156923	5.384937	0.0125
EC = IMPORT - (0.6256*MOBILE + 0.0204*SERVINT + 0.8450 *USE INTERNET)				
F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)

F-statistic	8.165030	Asymptotic: n=1000	10%	3.47	4.45
k	3		5%	4.01	5.07
			2.5%	4.52	5.62
			1%	5.17	6.36
Actual Sample Size	12	Finite Sample: n=35	10%	3.8	4.888
			5%	4.568	5.795
			1%	6.38	7.73
		Finite Sample: n=30	10%	3.868	4.965
			5%	4.683	5.98
			1%	6.643	8.313
t-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship			
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)	
t-statistic	-4.329689	10%	-3.13	-3.84	
		5%	-3.41	-4.16	
		2.5%	-3.65	-4.42	
		1%	-3.96	-4.73	



## الملحق رقم 3: اختبار انحدار تصحيح الخط ARDL لمتغير الواردات

ARDL Error Correction Regression				
Dependent Variable: D(IMPORT)				
Selected Model: ARDL(1, 1, 1, 1)				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Date: 03/31/24 Time: 11:03				
Sample: 2010 2022				
Included observations: 12				
ECM Regression				
Case 5: Unrestricted Constant and Unrestricted Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-60.40539	7.484353	-8.070889	0.0040
@TREND	-9.591654	1.164128	-8.239343	0.0037
D(MOBILE)	0.457400	0.087453	5.230221	0.0136
D(SERVINT)	-0.059856	0.016371	-3.656210	0.0353
D(USE INTERNET)	0.631096	0.095064	6.638632	0.0070
CointEq(-1)*	-1.721531	0.213006	-8.082094	0.0040
R-squared	0.937354	Mean dependent var	-0.642921	
Adjusted R-squared	0.885150	S.D. dependent var	2.301970	
S.E. of regression	0.780127	Akaike info criterion	2.648134	
Sum squared resid	3.651593	Schwarz criterion	2.890587	
Log likelihood	-9.888804	Hannan-Quinn criter.	2.558369	
F-statistic	17.95539	Durbin-Watson stat	3.258165	
Prob(F-statistic)	0.001501			
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	8.165030	10%	3.47	4.45
k	3	5%	4.01	5.07
		2.5%	4.52	5.62
		1%	5.17	6.36
t-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
t-statistic	-8.082094	10%	-3.13	-3.84
		5%	-3.41	-4.16
		2.5%	-3.65	-4.42
		1%	-3.96	-4.73

## الملحق رقم 4: اختبار انحدار تصحيح خط لمتغير صادرات ARDL

ARDL Error Correction Regression				
Dependent Variable: D(EXPORT)				
Selected Model: ARDL(1, 1, 1, 0)				
Case 3: Unrestricted Constant and No Trend				
Date: 03/31/24 Time: 10:45				
Sample: 2010 2022				
Included observations: 12				
ECM Regression				
Case 3: Unrestricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.19080	2.953384	3.789146	0.0128
D(MOBILE)	0.655279	0.246046	2.663238	0.0447
D(SERVINT)	0.250471	0.072164	3.470845	0.0178
CointEq(-1)*	0.259507	0.059966	4.327555	0.0075
R-squared	0.717009	Mean dependent var	-0.259110	
Adjusted R-squared	0.610887	S.D. dependent var	5.164691	
S.E. of regression	3.221678	Akaike info criterion	5.438883	
Sum squared resid	83.03367	Schwarz criterion	5.600519	
Log likelihood	-28.63330	Hannan-Quinn criter.	5.379040	
F-statistic	6.756479	Durbin-Watson stat	2.799175	
Prob(F-statistic)	0.013876			
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	2.926208	10%	2.72	3.77
k	3	5%	3.23	4.35
		2.5%	3.69	4.89
		1%	4.29	5.61
t-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
t-statistic	4.327555	10%	-2.57	-3.46
		5%	-2.86	-3.78
		2.5%	-3.13	-4.05
		1%	-3.43	-4.37

## الملحق رقم 5: نماذج تقدير بيانات البائل- الواردات

Dependent Variable: IMPORT				
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)				
Date: 03/30/24 Time: 17:54				
Sample: 2010 2022				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 78				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	38.58356	2.339959	16.48899	0.0000
USE_INTERNET	0.009293	0.031808	0.292154	0.7710
MOBILE	-0.082369	0.022003	-3.743471	0.0004
SERVINT	7.90E-05	0.000137	0.574828	0.5673
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
Root MSE	3.385354	R-squared	0.946094	
Mean dependent var	31.33000	Adjusted R-squared	0.939844	
S.D. dependent var	9.185717	S.E. of regression	3.599373	
Sum squared resid	893.9286	F-statistic	151.3765	
Durbin-Watson stat	0.698301	Prob(F-statistic)	0.000000	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.956767	Mean dependent var	30.11977	
Sum squared resid	914.9186	Durbin-Watson stat	0.651338	

## الملحق رقم 6: اختبار 1 هيسياو 1986

## Specification Tests of Hsiao (1986)

H1 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

H2 = Null Hypothesis : H3 vs Alternative Hypothesis : panel i

H3 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

Hypotheses	F-Stat	P-Value
H1	58.62323	4.34E-30
H2	-1.178786	1.000000
H3	258.7711	1.11E-43

This program has developed by Brahim KHOULED  
University of Ouargla, Algeria

الملحق رقم 7: نماذج تقدير بيانات البانل- الانفتاح التجاري  
التجاري

Dependent Variable: OPENNES				
Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Date: 03/30/24 Time: 17:57				
Sample (adjusted): 2011 2022				
Periods included: 12				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 72				
Iterate coefficients after one-step weighting matrix				
Convergence achieved after 29 total coef iterations				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.162810	16.75863	0.487081	0.6279
USE INTERNET	0.165196	0.073051	2.261371	0.0273
MOBILE	0.063517	0.030504	2.082227	0.0415
SERVINT	0.000231	0.000390	0.592630	0.5556
AR(1)	0.950312	0.018352	51.78158	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
Root MSE	0.971118	R-squared	0.995173	
Mean dependent var	14.30523	Adjusted R-squared	0.994473	
S.D. dependent var	21.82531	S.E. of regression	1.046508	
Sum squared resid	67.90106	F-statistic	1420.376	
Durbin-Watson stat	2.024394	Prob(F-statistic)	0.000000	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.984434	Mean dependent var	59.76613	
Sum squared resid	1405.998	Durbin-Watson stat	1.845303	
Inverted AR Roots	.95			

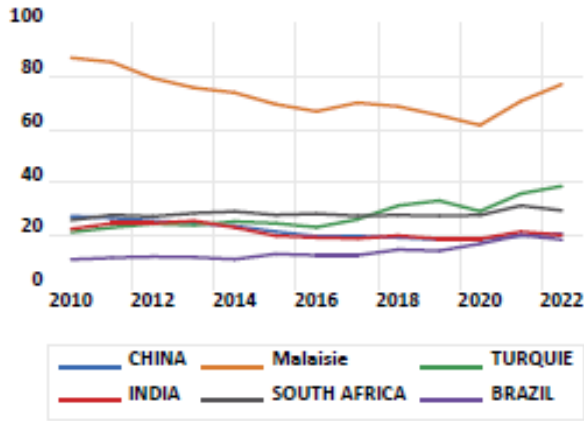
## الملحق رقم 8: اختبار جذر الوحدة لمتغير الصادرات

## Panel Unit Root Test on EXPORT

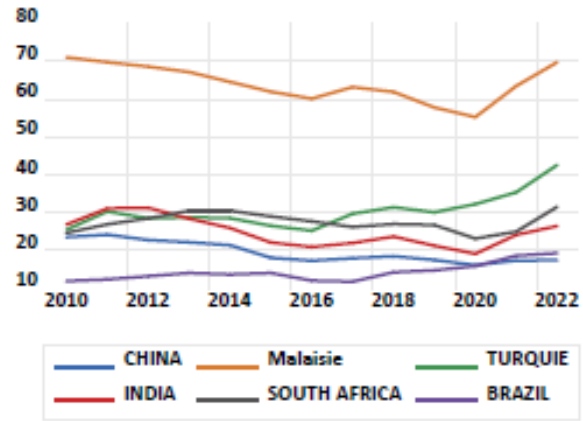
Panel unit root test: Summary				
Series: EXPORT				
Date: 03/29/24 Time: 23:47				
Sample: 2010 2022				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-1.97830	0.0239	6	71
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	0.23899	0.5944	6	71
ADF - Fisher Chi-square	11.1839	0.5132	6	71
PP - Fisher Chi-square	10.4410	0.5773	6	72
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

الملحق رقم 9: وصف لمتغيرات الدراسة

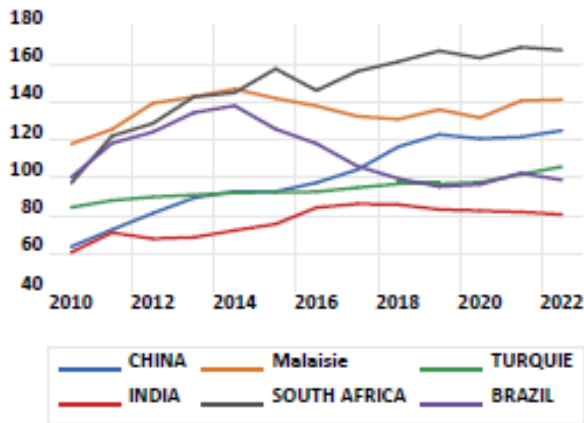
Export



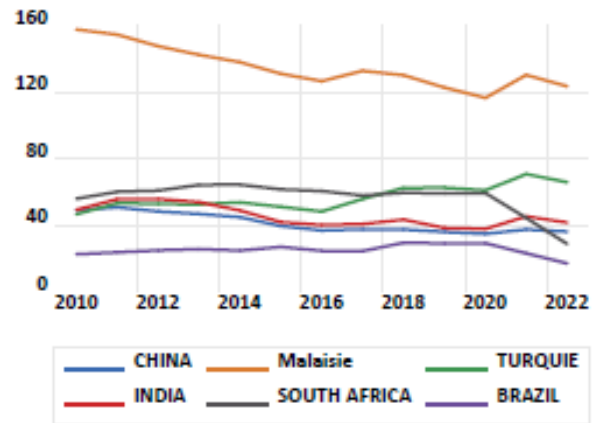
Import



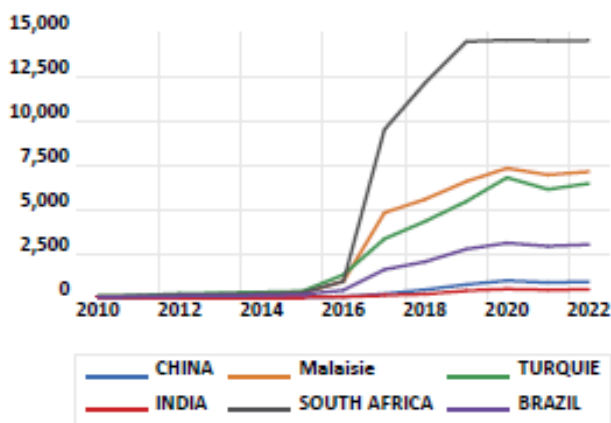
Mobile



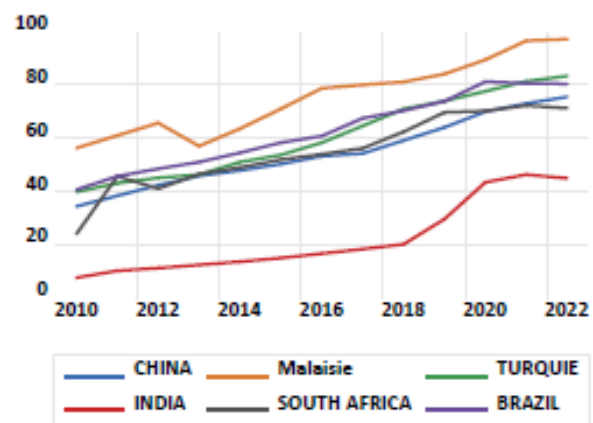
Opennes



ServInt



Use internet



الملحق رقم 10: نتائج تقدير بيانات البائل لمتغير الصادرات  
الصادرات

Dependent Variable: EXPORT				
Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Date: 03/30/24 Time: 17:46				
Sample (adjusted): 2011 2022				
Periods included: 12				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 72				
Iterate coefficients after one-step weighting matrix				
Convergence achieved after 29 total coef iterations				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	25.67778	3.509648	7.316342	0.0000
USE INTERNET	0.094498	0.041540	2.274848	0.0264
MOBILE	-0.006160	0.024074	-0.255893	0.7989
SERVINT	-3.72E-05	0.000115	-0.324420	0.7467
AR(1)	0.777266	0.055179	14.08629	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
Root MSE	0.952581	R-squared	0.988768	
Mean dependent var	8.924076	Adjusted R-squared	0.987137	
S.D. dependent var	10.23062	S.E. of regression	1.026532	
Sum squared resid	65.33356	F-statistic	606.4271	
Durbin-Watson stat	2.015367	Prob(F-statistic)	0.000000	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.987562	Mean dependent var	30.82199	
Sum squared resid	336.6565	Durbin-Watson stat	1.717548	
Inverted AR Roots	.78			



## الملحق رقم 11: اختبار 2 هيسياو 1986

## Specification Tests of Hsiao (1986)

H1 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

H2 = Null Hypothesis : H3 vs Alternative Hypothesis : panel i

H3 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

Hypotheses	F-Stat	P-Value
H1	58.97326	3.68E-30
H2	-1.040756	1.000000
H3	252.6613	2.44E-43

This program has developed by Brahim KHOUILED  
University of Ouargla, Algeria

## الملحق رقم 12 : اختبار 3 هيسياو 1986

## Specification Tests of Hsiao (1986)

H1 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

H2 = Null Hypothesis : H3 vs Alternative Hypothesis : panel i

H3 = Null Hypothesis : panel is homogeneous vs Alternative

Hypotheses	F-Stat	P-Value
H1	56.78886	1.04E-29
H2	-1.678026	1.000000
H3	281.3664	6.86E-45

This program has developed by Brahim KHOULED  
University of Ouargla, Algeria

## الملحق رقم 13: تقدير نتائج متغير الصادرات ب ARDL

Dependent Variable: EXPORT Method: ARDL Date: 03/31/24 Time: 10:43 Sample (adjusted): 2011 2022 Included observations: 12 after adjustments Maximum dependent lags: 1 (Automatic selection) Model selection method: Akaike info criterion (AIC) Dynamic regressors (1 lag, automatic): MOBILE SERVINT USE INTERNET Fixed regressors: C Number of models evaluated: 8 Selected Model: ARDL(1, 1, 1, 0)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
EXPORT(-1)	1.259507	0.521389	2.415675	0.0604
MOBILE	0.655279	0.435407	1.504980	0.1927
MOBILE(-1)	-0.964233	0.362313	-2.661329	0.0448
SERVINT	0.250471	0.115245	2.173374	0.0818
SERVINT(-1)	-0.114657	0.101696	-1.127450	0.3107
USE INTERNET	0.198531	0.187989	1.056081	0.3393
C	11.19080	47.94594	0.233405	0.8247
R-squared	0.843393	Mean dependent var	27.84733	
Adjusted R-squared	0.655465	S.D. dependent var	6.942653	
S.E. of regression	4.075136	Akaike info criterion	5.938883	
Sum squared resid	83.03367	Schwarz criterion	6.221745	
Log likelihood	-28.63330	Hannan-Quinn criter.	5.834158	
F-statistic	4.487849	Durbin-Watson stat	2.799175	
Prob(F-statistic)	0.060374			
*Note: p-values and any subsequent tests do not account for model selection.				

## الملحق رقم 14: اختبار البعدية للنموذج المقدر

Test	Statistic	d.f.	Prob.
Residual Cross-Section Dependence Test			
Null hypothesis: No cross-section dependence (correlation) in weighted residuals			
Equation: Untitled			
Periods included: 12			
Cross-sections included: 6			
Total panel observations: 72			
Note: non-zero cross-section means detected in data			
Cross-section effects were removed during estimation			
Breusch-Pagan LM	4.031870	15	0.9976
Pesaran scaled LM	-2.002497		0.0452
Bias-corrected scaled LM	-2.275225		0.0229
Pesaran CD	0.874688		0.3817

## الملحق رقم 15: تقدير نتائج البائل لمتغير الصادرات

Dependent Variable: EXPORT				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 03/30/24 Time: 17:36				
Sample: 2010 2022				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 78				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Cross-section weights (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	19.18620	9.113732	2.105197	0.0393
MOBILE	-0.068848	0.031953	-2.154656	0.0351
SERVINT	0.000251	0.000133	1.882593	0.0644
USE INTERNET	0.341858	0.149929	2.280140	0.0261
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			27.32113	0.9780
Period fixed (dummy variables)				
Idiosyncratic random			4.098797	0.0220
Weighted Statistics				
Root MSE	3.579536	R-squared	0.289984	
Mean dependent var	30.94286	Adjusted R-squared	0.118205	
S.D. dependent var	4.275575	S.E. of regression	4.014932	
Sum squared resid	999.4203	F-statistic	1.688128	
Durbin-Watson stat	0.320347	Prob(F-statistic)	0.076998	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.190051	Mean dependent var	30.94286	
Sum squared resid	24958.07	Durbin-Watson stat	0.012828	

## الملحق 16 : اختبار عدم التجانس ARCH

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.206053	Prob. F(1,9)	0.6606	
Obs*R-squared	0.246206	Prob. Chi-Square(1)	0.6198	
Test Equation: Dependent Variable: RESID^2 Method: Least Squares Date: 03/31/24 Time: 10:55 Sample (adjusted): 2012 2022 Included observations: 11 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.442760	5.824987	1.106056	0.2974
RESID^2(-1)	0.148865	0.327947	0.453931	0.6606
R-squared	0.022382	Mean dependent var	7.532276	
Adjusted R-squared	-0.086242	S.D. dependent var	16.88976	
S.E. of regression	17.60300	Akaike info criterion	8.736982	
Sum squared resid	2788.791	Schwarz criterion	8.809326	
Log likelihood	-46.05340	Hannan-Quinn criter.	8.691379	
F-statistic	0.206053	Durbin-Watson stat	1.958630	
Prob(F-statistic)	0.660627			

## الملحق رقم 17: انحدار تصحيح الخط (الانفتاح التجاري) ARDL

ARDL Error Correction Regression				
Dependent Variable: D(OPENNES)				
Selected Model: ARDL(2, 0, 0, 1)				
Case 3: Unrestricted Constant and No Trend				
Date: 03/31/24 Time: 11:16				
Sample: 2010 2022				
Included observations: 11				
ECM Regression				
Case 3: Unrestricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	216.7564	20.37780	10.63689	0.0004
D(OPENNES(-1))	1.076326	0.175059	6.148379	0.0035
D(USE INTERNET)	-0.306856	0.101278	-3.029847	0.0388
CointEq(-1)*	-2.942467	0.275101	-10.69596	0.0004
R-squared	0.953538	Mean dependent var	-1.666545	
Adjusted R-squared	0.933625	S.D. dependent var	3.990139	
S.E. of regression	1.027992	Akaike info criterion	3.168380	
Sum squared resid	7.397374	Schwarz criterion	3.313069	
Log likelihood	-13.42609	Hannan-Quinn criter.	3.077173	
F-statistic	47.88650	Durbin-Watson stat	2.308826	
Prob(F-statistic)	0.000049			
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	16.34337	10%	2.72	3.77
k	3	5%	3.23	4.35
		2.5%	3.69	4.89
		1%	4.29	5.61
t-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
t-statistic	-10.69596	10%	-2.57	-3.46
		5%	-2.86	-3.78
		2.5%	-3.13	-4.05
		1%	-3.43	-4.37

## الملحق رقم 18: اختبار جذر الوحدة لمتغير الصادرات- البنائ

## Panel Unit Root Test on D(EXPORT)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(EXPORT)				
Date: 03/29/24 Time: 23:45				
Sample: 2010 2022				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-6.19434	0.0000	6	66
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
ADF - Fisher Chi-square	56.3433	0.0000	6	66
PP - Fisher Chi-square	55.6231	0.0000	6	66
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				



## ملخص:

تهدف الدراسة الى تحليل وقياس دور التجارة الالكترونية من خلال مؤشراتها المتمثلة في مستخدمي الإنترنت، اشتراكات الهاتف المحمول، خوادم الإنترنت الأمن في تطوير التجارة الدولية المتمثلة في حجم كل من صادرات وواردات السلع والخدمات وكذا معدل الانفتاح التجاري من قيمة الناتج المحلي الاجمالي في عينة من الدول الناشئة (الصين، ماليزيا، الهند، تركيا، البرازيل، جنوب افريقيا) خلال الفترة الزمنية (2010-2022)، باستخدام نموذج Panel ومخرجات برنامج Eviews 12 ، بالاعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي لمؤشرات التنمية العالمية. مع الاشارة الى حالة الجزائر بنفس المتغيرات لكن باستخدام نموذج ARDL. خلصت الدراسة الى أن مساهمة التجارة الالكترونية كانت كبيرة من خلال تحقيق نتائج جيدة في تنمية وزيادة حجم صادرات التجارة الدولية في الدول الناشئة وكذا معدل انفتاحها التجاري على الأسواق العالمية مما يعكس تطور البنية التحتية لاتصالات التكنولوجيا والمعلومات وكذا استراتيجيات وسياسات الدول في توسيع وزيادة نموها الاقتصادي، أما في حالة الجزائر فقد كانت مساهمة التجارة الالكترونية قليلة في تنمية المبادلات التجارية بسبب تأخر الجزائر في التحول الرقمي و اعتماد المبادلات التجارية الكترونيا مما يعكس ضعف بنيتها التحتية وكذا سياسة الحكومة في الانفتاح التجاري، وعليه تبقى الجزائر متأخرة في مجال التجارة الإلكترونية مقارنة بالدول الناشئة محل الدراسة.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الدولية، التجارة الالكترونية، الدول الناشئة، الانترنت، نموذج Panel و ARDL

**Abstract:** The study aims to analyze and measure the role of e-commerce through its indicators represented by Internet users, mobile phone subscriptions, secure Internet servers in developing international trade represented by the volume of both exports and imports of goods and services as well as the rate of trade openness from the value of the gross domestic product in a sample of emerging countries ( China, Malaysia, India, Turkey, Brazil, South Africa) during the time period (2010-2022), using the Panel model and the output and the of the Eviews 12 program. Based on the World Bank Database for global development indicators. With reference to the case of Algeria with the same variables but using the ARDL model. The study concluded that the contribution of e-commerce was significant through achieving good results in developing and increasing the volume of international Trade exports in emerging countries as well rate of trade openness to global markets. With reflects the development of the infrastructure of technology and information communications as well as the strategies and policies of countries in expanding and increasing their economic growth. As for the case of Algeria the contribution of e-commerce was small in developing trade exchanges due to Algeria's delay in digital transformation and adopting electronic trade exchanges. Which reflects the weakness of its infrastructure as well as the government's policy in trade openness. Accordingly, Algeria remains behind in the field of e-commerce compared to the emergings countries under study.

**.Keywords:** International Trade, E-commerce, Emerging countries, Internet, Panel Model, ARDL