

آثار التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين على التجارة الخارجية

The effect of cross-border e-commerce in china's on foreign trade

ط.د. بكيجل الشريف¹، أ.د. كروشة فاطمة زهراء²¹جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس، مخبر إدارة الابتكار والتسويق، الجزائر، cherif.bekihal@dl.univ-sba.dz²جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس، مخبر إدارة الابتكار والتسويق، الجزائر، Kerrouchafatima@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2024/03/16

تاريخ القبول: 2024/02/03

تاريخ الاستلام: 2024/01/09

ملخص

في ظل العولمة الاقتصادية وكذا التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات وتزواج كل من الانترنت والتجارة الخارجية، برزت التجارة الالكترونية عبر الحدود وأدت دورا حيويا متزايد الأهمية في نمو التجارة الخارجية. تركز هذه الدراسة على وصف وتحليل طبيعة العلاقة بين التجارة الالكترونية عبر الحدود والتجارة الخارجية في الصين، حيث خلصت الى ان التجارة الالكترونية عبر الحدود لها تأثير ايجابي على تجارة السلع والخدمات، لاسيما بعد تنفيذ البرامج المخطط لها وإطلاق مبادرة الحزام والطريق.

كلمات مفتاحية: التجارة الالكترونية عبر الحدود، التجارة الخارجية، الحزام والطريق، الانترنت، الصادرات والواردات.

تصنيفات JEL: F41، F81، N15

Abstract

In light of economic globalization along with the rapid development of information technology, cross-border electronic commerce has played an increasingly vital role in the growth of foreign trade. Drawing on a descriptive analytical approach, this paper attempts to examine the relationship between cross-border electronic commerce and foreign trade in China.

It has been concluded that cross-border electronic commerce had a positive impact on trade in goods and services, particularly after the implementation of planned programmes such as the construction of infrastructure and the launch of the Belt and Road Initiative.

Keywords: Cross-border E-commerce, foreign trade, Belt & Road, Internet, Import-Export.

Jel Classification Codes : F41, F81, N15.

1. مقدمة

في عالم متصل بشبكة الانترنت، أصبحت التجارة الالكترونية عبر الحدود ليست مجرد واقع ملموس بل صارت واحدة من أهم عوامل التغيير والتأثير على الاقتصادات العالمية حيث تتبوأ الصين مكانة بارزة في هذا السياق اذ تعد واحدة من أكبر الأسواق الالكترونية في العالم. ولقد أدت الأزمة المالية العالمية 2008 وكذا الشعبية الهائلة لتكنولوجيا المعلومات والانترنت إلى تراجع التجارة الخارجية العالمية التقليدية تدريجياً وظهور التجارة الالكترونية عبر الحدود كنموذج عمل جديد والتي جعلت عمليات التجارة الخارجية أسهل وأسرع واقل تكلفة والصين باعتبارها واحدة من أكبر الاقتصاديات في العالم وأكثرها نمواً في معدلات التجارة الخارجية أظهرت نمواً هائلاً وسريعاً في التجارة الالكترونية عبر الحدود، ففي السنوات الأخيرة وبسبب تباطؤ وانكماش الاقتصاد العالمي وارتفاع تكاليف الإنتاج المحلي وظهور جائحة كوفيد-19 تباطأ معدل نمو التجارة الخارجية التقليدية في الصين وفي الوقت نفسه عرفت التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين نمواً هائلاً مع معدل سنوي يزيد عن 40% في (2021). في هذه الورقة سنقوم بدراسة آثار هذا النمو على التجارة الخارجية للصين، بما في ذلك التأثير على الصادرات والواردات وكذا توضيح طبيعة العلاقة بين التجارة الخارجية والتجارة الالكترونية عبر الحدود وكيف ساهمت هذه الأخيرة في زيادة نمو التجارة الخارجية الصينية. بالإضافة إلى السياسات والتدابير التي اتخذتها الحكومة الصينية لتعزيز التجارة الالكترونية عبر الحدود ومواجهة التحديات التي تطرحها.

1.1. إشكالية الدراسة

انطلاقاً مما سبق يمكننا صياغة الإشكالية التالي:

هل يؤثر النمو السريع للتجارة الالكترونية عبر الحدود على التجارة الخارجية؟

2.1. فرضيات الدراسة

لمعالجة هذه الإشكالية يمكن الانطلاق من الفرضية التالية:

تطوير وتنمية التجارة الالكترونية عبر الحدود يمكن أن يعزز نمو التجارة الخارجية.

3.1. أهمية الدراسة

تكمن أهمية البحث في كونه يتناول مسألة مهمة تتمثل في توضيح العلاقة بين التجارة الالكترونية عبر الحدود والتجارة الخارجية، وكيف تساهم الأولى في نمو الثانية في ظل المستجدات الحديثة.

4.1. أهداف الدراسة

نسعى من خلال الدراسة إلى:

- إبراز مقومات التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين.
- رصد حالي التجارة الخارجية والتجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين.

2. الأدبيات النظرية للدراسة

1.2. مفاهيم التجارة الالكترونية

يعود الفضل في التحولات الجذرية التي لحقت بالعالم اليوم في شتى المجالات سواءً الاقتصادية، السياسية، المالية، التجارية... الخ إلى ثورة تكنولوجية المعلومات التي نتج عنها ظهور الانترنت التي انعكست بالإيجاب على التجارة الالكترونية التي اتسع استخدامها في عالم الأعمال والمال والتي وفرت للمتعاملين والمستهلكين الكثير من المزايا والفرص.

2.2. تعريف التجارة الالكترونية

في حقيقة الأمر ليس هناك تعريف محدد للتجارة الالكترونية حتى الآن بسبب تعدد المسميات والرؤى الفكرية والفلسفية.

- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE)

ترى أن التجارة الالكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواءً كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونياً. (Oksana E, 2022, p. 22).

كما يمكن الإشارة إليها بأنها استخدام الانترنت لإجراء المعاملات التجارية محلياً ودولياً. (Nuray, 2011, p. 746) بفضل إدخال تقنية الانترنت، أصبحت التجارة الالكترونية تضطلع بدور مهم، كونها قناة أساسية وضرورية لجمع المعلومات بكفاءة وفعالية. كما عملت كل من الانترنت والتجارة الالكترونية على تغيير طريقة عمل المؤسسات والشركات من خلال إعادة تعريف كيفية (تصميم المنتجات، وتطويرها، المشتريات، الإنتاج، المخزون، التوزيع، ودعم خدمات ما بعد البيع، وحتى التسويق) فبفضل تغلغل التجارة الالكترونية في الحياة اليومية نتج عنها العديد من الأمور الايجابية كتحسينات الكفاءة واستخدام أفضل للأصول، ووقت أسرع للتسويق والتسوق، وخفض إجمالي لأوقات تلبية الطلبات، وتحسين خدمة العملاء وتخفيض التكاليف الخ.

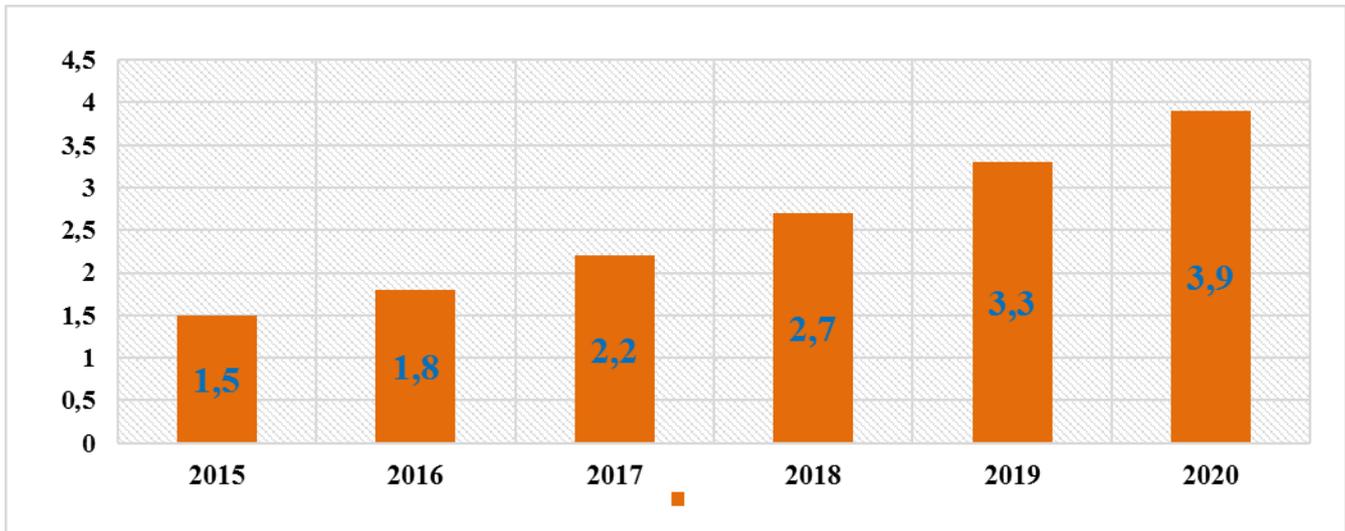
3.2. تعريف التجارة الالكترونية عبر الحدود

عندما تقوم مختلف المناطق والبلدان عبر العالم بإجراء معاملات السلع والخدمات فيما بينها على منصات التجارة الالكترونية فإنها تسمى التجارة الالكترونية عبر الحدود، وعليه فالتجارة الالكترونية عبر الحدود (العابرة للحدود) تشمل جميع أنشطة التجارة الالكترونية الدولية حيث يشتري المستهلكون السلع أو الخدمات عبر الانترنت من التجار الموجودين في بلد آخر (Feng, Jiazhen, & Juliana Kucht, 2017, p. 370) في ظل هذه الخلفية أصبحت التجارة الالكترونية عبر الحدود نوعاً جديداً من التجارة الدولية.

4.2. واقع التجارة الالكترونية عالمياً

أدركت جل دول العالم الدور الحيوي الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والانترنت في تعزيز وتنمية اقتصادها، لهذا سارعت إلى ضبط ووضع السياسات والبرامج الهادفة إلى زيادة وترسيخ الأنواع الحديثة من المبادلات التجارية الالكترونية. ولقد عرفت التجارة الالكترونية معدلات نمو كبير ومتسارعة فمنذ سنة 2002 إلى الوقت الحاضر والمعاملات العالمية التي تنتج من خلال شبكة الانترنت تتسم بأسرع نمو ممكن، فمن خلال الرسم البياني رقم (01) يظهر لنا جلياً انه خلال المرحلة الممتدة من سنة 2015 إلى غاية 2020، زاد الحجم العالمي للتجارة الالكترونية من 1.5 تريليون دولار أمريكي إلى 3.9 تريليون دولار أمريكي بنسبة زيادة قدرها 260% كما أنها أصبحت تغطي طائفة واسعة من العلاقات التجارية، ضف إلى ذلك كونها أداة لا يمكن الاستغناء عنها في عمليات البيع والشراء .

الشكل 1: تطور التجارة الالكترونية العالمية 2015-2020 بالدولار الأمريكي.



المصدر: (Oksana E, 2022, p. 23)

في الوقت الحالي يتم تحديد سوق التجارة الالكترونية العالمية من قبل ثلاثة قادة هم:
 - الولايات المتحدة الأمريكية كونها الرائدة في تطوير التجارة الالكترونية، لها عدة شركات عاملة في هذا المجال على غرار أمازون والتي تمتلك أكثر من 50% من حصة التجارة الالكترونية الأمريكية.
 - الاتحاد الأوروبي: هو الآخر يعتبر من صناعات هذه التجارة لديه العديد من الشركات مثل: بروسوس إن في (أمستردام)
 - تتمتع منطقة آسيا والمحيط الهادي بإمكانية كبيرة لتطوير التجارة الالكترونية في السنوات القادمة، باستثناء الصين التي تعتبر من صناعات هذه التجارة حيث تحتوي على العديد من الشركات على غرار علي بابا، علي اكسبراس... الخ، حيث يتم شراء حوالي 30% من المنتجات الغذائية عبر الانترنت 80% منها يتم بيعها من قبل شركة علي بابا.
 أما فيما يخص حجم التطور الذي بلغته التجارة الالكترونية في سنة 2020 حسب البلدان مبينة في الجدول اسفله.

الجدول 1: تطور التجارة الالكترونية حسب البلدان لسنة 2020.

البلد	حجم التجارة الإلكترونية بالدولار الأمريكي	نمو السوق %	حجم التجارة الإلكترونية للفرد الواحد - دولار أمريكي
الصين	955	05	683
امريكا	374	09	1141
اليابان	187	08	1479
بريطانيا	133	13	1996
كوريا الجنوبية	124	19	2393
المانيا	92	16	1111
فرنسا	50	09	746
الهند	44	29	32
كندا	28	12	756

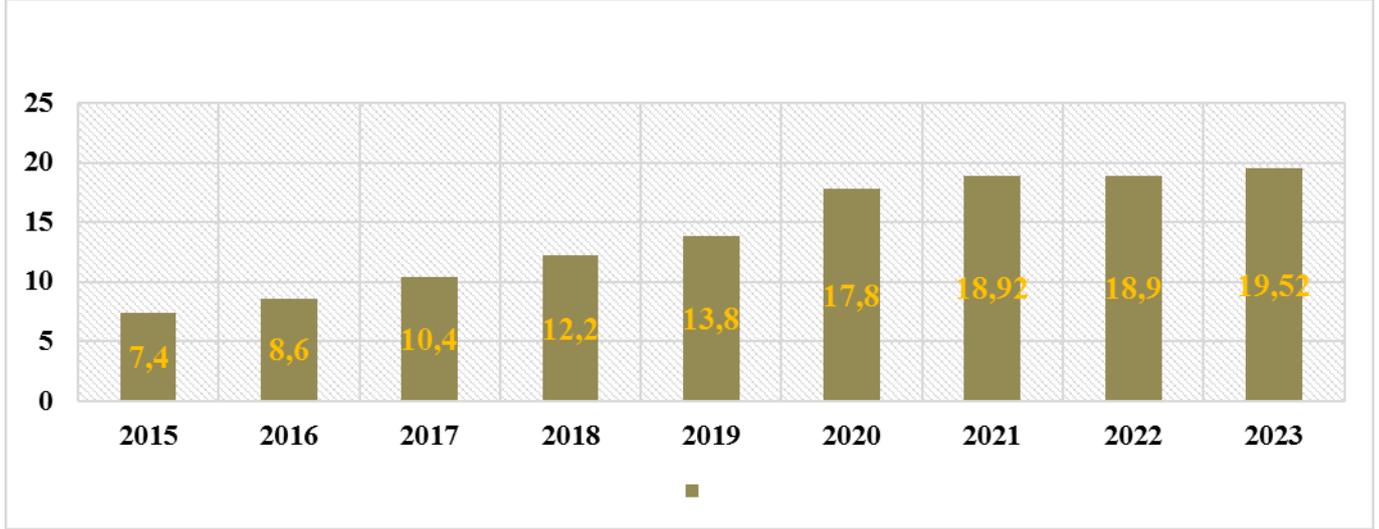
المصدر: (Oksana E, 2022, p. 24)

من خلال معطيات الجدول رقم (01) أعلاه نجد أن الصين تأتي في الصدارة كدولة رائدة عالميا في التجارة الالكترونية (955 مليار دولار أمريكي) تليها أمريكا ب 374 مليار دولار أمريكي، أما المركز الثالث فكان من نصيب اليابان ب 187 مليار دولار أمريكي أما المركز الرابع والخامس فكان لكل من بريطانيا ب 133 مليار دولار أمريكي وكوريا الجنوبية ب 124 مليار دولار أمريكي على التوالي.

كما امتلكت كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية لوحدهما معا 40% من إجمالي سوق التجارة الالكترونية، ويعود الفضل في ذلك إلى كل من منصة الانترنت علي بابا في الصين وكذا منصة الانترنت أمازون في الولايات المتحدة الأمريكية.
 كما يظهر الجدول (01) أن الهند هي صاحبة أعلى معدل نمو في السوق التجارية الالكترونية ب 29% ثم تليها كل من كوريا الجنوبية ب 19% وألمانيا ب: 16% وأخيراً الصين 5%.

أما فيما يخص نسبة نمو حصة التجارة الالكترونية في تجارة التجزئة العالمية فقد عرفت نمو مضطرب عبر السنوات السابقة، ففي سنة 2015 كانت نسبة النمو 74 % وفي 2018 سجلت 12.2%، أما في سنة 2020 فقد بلغت 17.8 % بالرغم من ظهور جائحة كوفيد-19 وما نتج عنها من إغلاق والتطبيق الصارم لقواعد التباعد الاجتماعي (انظر الشكل البياني رقم 02).

الشكل 2: حصة التجارة الالكترونية في تجارة التجزئة العالمية بالنسبة المئوية.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على عدة مصادر

3- المحركات الداعمة لتطوير التجارة الالكترونية عبر الحدود

هناك العديد من العوامل التي ساهمت في دفع التجارة الالكترونية عبر الحدود إلى المزيد من التطور والتقدم، نذكر منها ما يلي:

3-1- التكنولوجيا المتقدمة

ينظر للعملة على أنها ذلك التزايد المفرط في حجم و تنوع المعاملات عبر الحدود في السلع و الخدمات من خلال الانتشار الواسع و السريع للتكنولوجيا، فمن خلال إدخال هذه الأخيرة على ممارسة التجارة سوف تقلل من التكاليف سواءً التسويقية أو الإدارية وحتى الإنتاجية مع تمكين الشركات من الوصول إلى الأسواق المتفرقة حول العالم كما أن الجمع بين كل من الانترنت و التجارة الخارجية أدى إلى دعم وتوسيع تطور التجارة الالكترونية عبر الحدود و التي أدت إلى زيادة نسبة النمو في كل من التسوق عبر الانترنت و سوق الأعمال الدولية ضف إلى ذلك أنها أدخلت العديد من التقنيات الحديثة مثل (الدفع المريح عبر الحدود، الاستخدام المتزايد للهواتف الذكية، والوسائل الالكترونية المتقدمة) و التي جعلت التجارة تتم بسهولة و كفاءة أكبر.

3-2- تزايد الطلب

يعد زيادة الطلب على السلع والخدمات من أهم العناصر التي تحفز تطور التجارة الالكترونية عبر الحدود، ففي عصر التجارة الالكترونية والأعمال التجارية الدولية، يجب على الشركات القيام ببناء النموذج التشغيل الخاص بها وفق متطلبات وأهواء العملاء لكن مع الأخذ بعين الاعتبار المستوى الاقتصادي لكل فئة مستهدفة، فمثلا في البلدان النامية أين تكون السلع الرديئة والمقلدة، وكذا قرصنة وتزييف المنتجات والتي ينظر إليها على أنها من المحفزات التي تدفع المستهلكين على شراء السلع بشكل تدريجي من الخارج. نذكر هنا أن الأجيال التي ولدت في الصين مثلا ما بين 80 و 90 أصبحت من اشد الأجيال رغبة وإقبالا على التسوق من الخارج عبر الانترنت. ومع ذلك يبقى الافتقار إلى توافر المنتجات النوعية والأسعار التنافسية من أكثر العوامل التي يتم الاعتماد عليهما في قرارات الشراء من عدمه عبر الانترنت من الأسواق الخارجية. (Feng, Jiazhen, & Juliana Kucht, 2017, p. 372).

3-3-العوامل السياسية الملائمة

أدى تحرير التجارة و إنشاء الاتفاقيات الحرة بين الدول (اتفاقية التجارة الحرة الأوروبية, منطقة الصين الحرة) إلى خلق أسواق جديدة و زيادة صادرات السلع و الخدمات إلى الأسواق العالمية, ف سابقا لم تكن هذه التجارة مجدية بسبب التأثير المباشر و الغير مباشر للتعريفات و رسوم الاستيراد و التي جعلت المنافسة في الأسواق الخارجية غير نزيهة و غير ممكنة كما أن هذه السياسات فتحت العديد من الأسواق أمام التجارة بما في ذلك التجارة المقيدة في كل من الدول المتقدمة و النامية، فمثلا نجد أن الحكومة الصينية قامت بوضع سلسلة من السياسات المشجعة للتجارة الالكترونية عبر الحدود و انشأت العديد من مناطق التجارة الحرة لخفض الرسوم و إجراءات التخليص الجمركي و التي كانت سببا مباشرا في تطوير و زيادة المبيعات عبر الحدود.

4-موانع تنفيذ التجارة الالكترونية عبر الحدود

وفقا لتقارير الخبراء وأراء وأفكار الباحثين تم على العموم تحديد ستة فئات من العوائق التي تحول دون تنفيذ التجارة الالكترونية عبر الحدود:

4-1-الثقافة والمستهلك

نعلم أن نفقات كل من السلع والمعلومات عند عبورها للحدود ستواجه العديد من العوائق نذكر منها.

- العوائق الثقافية المختلفة على طول طريق العبور على غرار اللغة التي تعتبر الاختلاف الجوهري والمهم والتي يمكن أن تغيير طريقة التوزيع في ذلك السوق وتعيق بالتالي الاستهلاك من الخارج.
- اختلاف سلوكيات الأفراد وفقا لكل بلد والتي تحتاج إلى دراسة معمقة لمعرفة المزيد من المعلومات حول تفضيلا تم لكل من (السلع، طريقة التسليم، خيارات الدفع... الخ)
- سمعة التاجر كذلك تلعب دورا مهم أثناء اتخاذ القرار من معظم المستهلكين فيما يتعلق بموثوقية التسليم الدولي والمدفوعات عبر الانترنت

4-2-التسويق

عادة ما تكافح شركات التجارة الالكترونية الفتية ذات العلامة التجارية غير المعروفة نسبيا في الأسواق العالمية للعثور على المعلومات الكافية حول هذه الأسواق، هنا في هذه الحالة فان عملية بناء الوعي بالعلامة التجارية تكون مكلفة جدا (مثل الإعلان من خلال القنوات المعتمدة والمعروفة) ضف إلى ذلك أن جل الشركات الكبرى العاملة في الأسواق العالمية تسعى إلى توسيع عملياتها باستمرار في الخارج، مما يشكل تهديدا صريحا للشركات التجارة الالكترونية المحلية صاحبة العلامة التجارية غير المعروفة.

4-3-المنتج

إن تقليد المنتجات وتزييف العلامات التجارية تعتبر من بين أهم التحديات التي تدفع المستهلكين لعدم الثقة في البائعين عبر الحدود، وهذا ما نلاحظه بشكل شائع في الأسواق الناشئة.

4-4-القوانين والتنظيمات

في عالم يسوده الكثير من الندية و المعاملة بالمثل، و في ظل احترام القوانين و الأعراف المتفق عليها، إلا أن الاختلاف في القوانين واللوائح بين البلدان تحد من قدرة التجارة الالكترونية عبر الحدود، فمثلا نجد هناك اختلاف كبير في عملية حماية البيانات الخصوصية، وكذا المدة الممنوحة للعملاء لإمكانية إرجاع المنتجات إذا لم تكن مطابقة للأوصاف المتفق عليها، زيادة على ذلك اختلاف الرسوم والقوانين الضريبية والجمركية توجب على المستهلكين الذين يقومون بالشراء من الخارج مراعاة هذه القوانين والرسوم وكذا التكاليف الكلية، و التي غالبا ما تقلل من نوايا الشراء عبر الحدود إذا كانت مرتفعة .

4-5-الدفع

عمليا تحتاج التجارة الالكترونية إلى توفير العديد من التقنيات والوسائل لنجاحها على غرار وسائل الدفع الالكتروني التي تعتبر الركيزة الأساسية لتسهيل عملية الشراء، ومن اجل جعل الشراء عبر الحدود أكثر جاذبية للمستهلكين، يجب أن يكون تجار التجزئة في الأسواق على دراية كاملة بتفصيلات الدفع المحلية (هناك من المستهلكين من يفضل الدفع نقدا عند استلام البضائع وهناك من يجذب استعمال بطاقات الدفع أو الهاتف المحمول.. الخ) زيادة على ذلك فعدم مقبولية العملة المحلية في التسوية، ونظم التحويل المعقدة وتقلبات أسعار الصرف وانخفاض قيمة العملة كلها في النهاية تؤدي إلى خسائر فادحة لتجار التجارة الالكترونية مما يشعر العملاء بالقلق من إساءة استخدام بيانات الدفع و الإفصاح عن المعلومات الشخصية.

4-6-اللوجستيات

تعتبر اللوجستيات أبرز العناصر التي تحد بشكل فعال من انتشار وتوسيع التجارة الالكترونية عبر الحدود، وذلك لكون أن خدمات اللوجستية تبدأ من بداية عملية الإنتاج إلى غاية وصول البضاعة إلى المستهلك لهذا سوف نتطرق إلى أهم النقاط التي تضعف التجارة الالكترونية أثناء هذه المراحل.

- البنية التحتية اللوجستية الأساسية مثل الطرق السريعة، السكك الحديدية، المطارات، الموانئ تختلف درجة تخلفها من دولة إلى أخرى.
- الأنظمة الجمركية القديمة وإجراءات التخليص المعقدة والتي تعتبر مشكلة عامة لجميع التجارة الدولية.
- نظام ووقت التسليم: إن عملية تسليم البضائع في التجارة الالكترونية عبر الحدود ولمسافات الطويلة عبر بلدان مختلفة تفرض على القائمين على العملية النظر إلى كل من وقت الوصول والتسليم غير المناسب وغير المؤكد أو عدم التسليم على أنهم أكبر العقبات في عملية التسليم.
- عملية الشحن: الشحن لمسافات طويلة في التجارة الالكترونية عبر الحدود يولد تكاليف أعلى مقارنة بالتوصيل المحلي. إضافة إلى ذلك فإن إتاحة معلومات التسليم للعملاء تتيح لهم التحكم في استلام وجمع بضائعهم، كما أن الشفافية المحدودة وأنظمة المعلومات المختلفة ستجعل عملية تتبع الطلبات عبر الانترنت للنقل الدولي أكثر صعوبة. (Zhixu, 2023, p. 407)
- إجراءات الإرجاع الدولي للبضائع التي تكون في غالب الوقت غير قابلة للتطبيق وغير فعالة مما يؤدي إلى عدم رضا العملاء.

5-العلاقة بين التجارة الإلكترونية عبر الحدود والتجارة الخارجية للصين

قبل تحديد طبيعة العلاقة الموجودة بين التجارة الالكترونية عبر الحدود والتجارة الخارجية للصين، لا بد أن نتطرق إلى أهم الإجراءات والخطوات التي قامت بها الصين لتصل إلى هذا المستوى من التطور بالنسبة للتجارة الالكترونية عبر الحدود ثم يتم تناول الوضعية الحالية للتجارة الالكترونية عبر الحدود وفي الأخير نوضح طبيعة العلاقة بينهما.

5-1-أهم الإجراءات والترتيبات التي تم تنفيذها

وفقا لتقرير بيانات السوق للتجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين لسنة 2021 الصادر في فرييل 2022، نلاحظ أن التجارة الالكترونية عبر الحدود عرفت و لزالت تعرف نموا مضطردا و سريعا، فمنذ ظهور جائحة كوفيد-19 نجد أن التجارة الالكترونية عبر الحدود أصبحت بمثابة محركا مهما لدعم عمليات التداول، كما أن هذا التطور و كذا التحول الرقمي للتجارة أدى إلى إحداث تغييرات عميقة وكبيرة على مستوى السلاسل الصناعية في هذا الموضوع و منذ سنة 2008 و التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين تعرف توسعا ونموا هائلا، خاصة بعدما تم اقتراح مبادرة الحزام الاقتصادي العابر للحدود (مبادرة الحزام والطريق) سنة 2013 والتي تم إطلاقها رسميا في عام 2014 بهدف تعزيز التعاون الاقتصادي والتجاري بين الصين والدول الأعضاء، ولقد سرعت المبادرة عمليات تأسيس

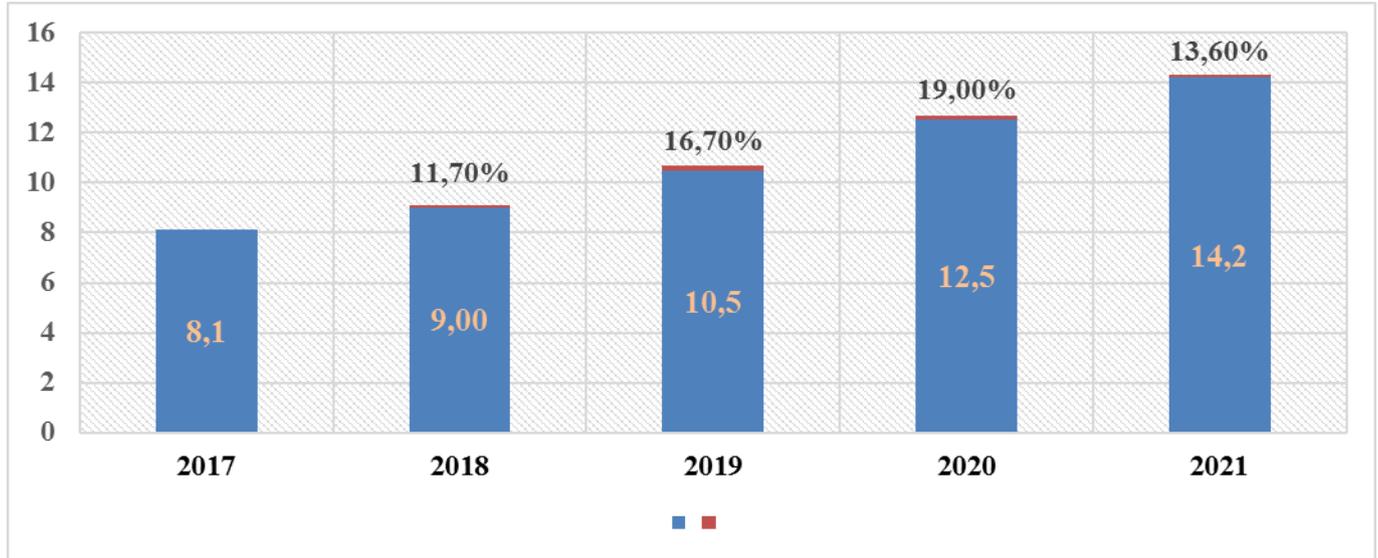
وعولمة شركات التجارة الالكترونية الصينية عبر الحدود والتي بلغت 4727 شركة تجارية عبر الحدود في الصين بحلول نهاية سنة 2021 (Statista)، بزيادة قدرها 1770 شركة مقارنة بالعام 2020، كما قامت أيضا بإصدار الدفعة السادسة من المناطق التجريبية الشاملة للتجارة الالكترونية عبر الحدود لتصبح 132 منطقة. بالإضافة إلى ذلك عملت الحكومة الصينية على توفير بيئة مستقرة وآمنة للمؤسسات والعملاء عن طريق تنفيذ سلسلة من السياسات ذات الصلة في السنوات الأخيرة نذكر منها: الآراء والقرارات التوجيهية التي نشرها المكتب العام لمجلس الدولة في 2015 والتي تشمل المحتويات الرئيسية للتجارة الالكترونية عبر الحدود، وكذا توسيع قنوات التسويق الالكتروني الخارجية، وتشجيع الواردات والصادرات، تحسين نظم وطرق الدفع عبر الانترنت، توحيد سياسة التعريفات الجمركية .

في 2016 وافقت الحكومة الصينية على إنشاء 13 مدينة تجريبية لتطوير مجموع الشركات العاملة في مجال التجارة الالكترونية عبر الحدود، بفضل سياسة الدعم الحكومية ظهرت العديد من منصات التجارة الالكترونية العابرة للحدود على غرار (على بابا J.D.COM)، في الوقت الحالي تحدث معاملات التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين بشكل أساسي بواسطة الشركات الثلاثة التالية (TAOBAO، JD WORLD WIDE، TAML GLOBAL)، ضف إلى ذلك سن العديد من القوانين واللوائح الخاصة بهذا المجال وكذا بناء العديد من المنصات التي ساهمت في زيادة حجم التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين .

5-2- حجم التجارة

وفقا لتقرير بيانات مركز أبحاث السوق للتجارة الالكترونية في الصين لسنة 2021 الصادرة في فبريل 2022 نجد أن حجم سوق التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين قد بلغ 14.2 تريليون يوان في سنة 2021 بزيادة سنوية قدرها 13.6 % مقارنة بسنة 2020 والتي حققت 12.5 تريليون يوان أما في السنوات 2018، 2019، 2017 فلقد بلغ حجم السوق 10.5 تريليون يوان، 09 تريليون يوان و 8.1 تريليون يوان على التوالي بمعدل نمو من سنة إلى أخرى (19%، 16.7%، 11.7%) على التوالي. في الشكل أسفله يوضح حجم التداول ومعدل نمو التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين من سنة 2017 الى 2021.

الشكل 3: حجم التداول ومعدل نمو التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين من 2017-2021



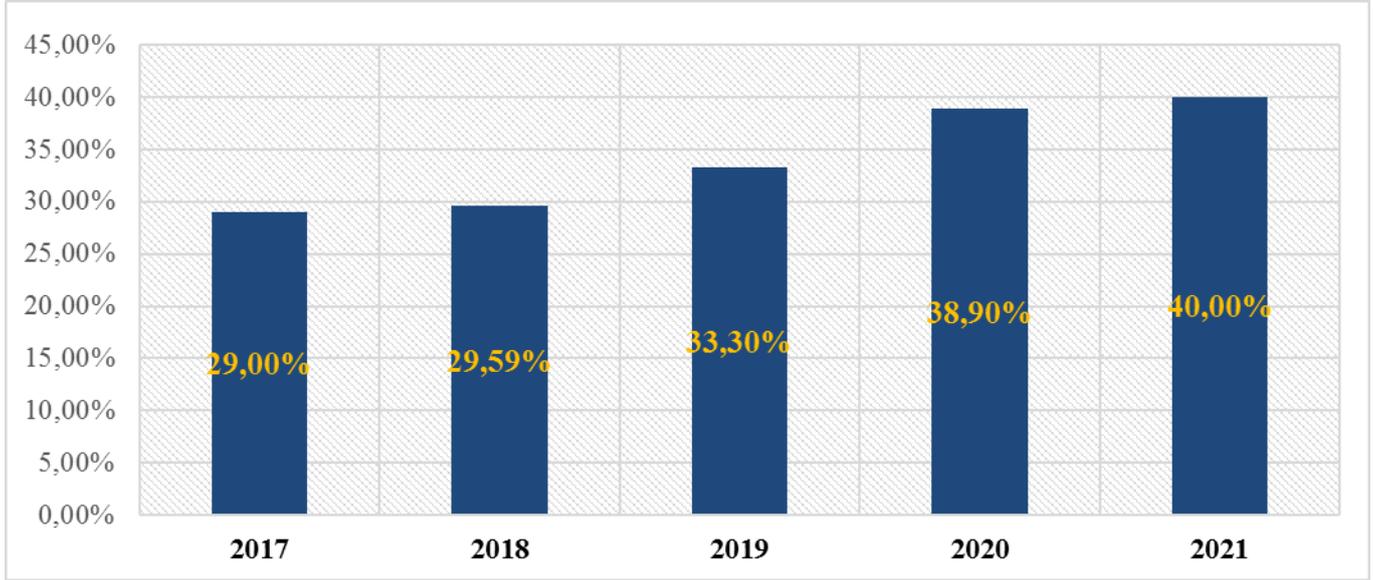
المصدر: (Zhixu, 2023, p. 403)

5-3- انتشار التجارة الالكترونية عبر الحدود

انطلاقا من تفحص وقراءة التقرير المذكور أعلاه، نلاحظ ان معاملات صناعة التجارة الإلكترونية عبر الحدود الصينية تشكل 40 % من إجمالي قيمة الواردات والصادرات الصينية لتجارة السلع والبالغ 39.1 تريليون يوان في سنة 2021 بعد ما كانت اقل من 5 % في 2008 (Zi Hui & Chang Hwan, 2021, p. 444) على العموم في الشكل رقم (04) أسفله يوضح لنا نسب

تغلغل التجارة الالكترونية عبر الحدود خلال السنوات 2017 إلى 2021، إذ نجد أن معدلات التغلغل سجلت (29%، 29.5%، 33.3%، 40%) على التوالي مشكلة في ذلك نموا كبيرا من سنة الى أخرى مما يوضح الأهمية القصوى التي تولها الحكومة الصينية لصناعة التجارة الالكترونية عبر الحدود .

الشكل 4: اختراق الصناعة للتجارة الالكترونية عبر الحدود 2017-2021



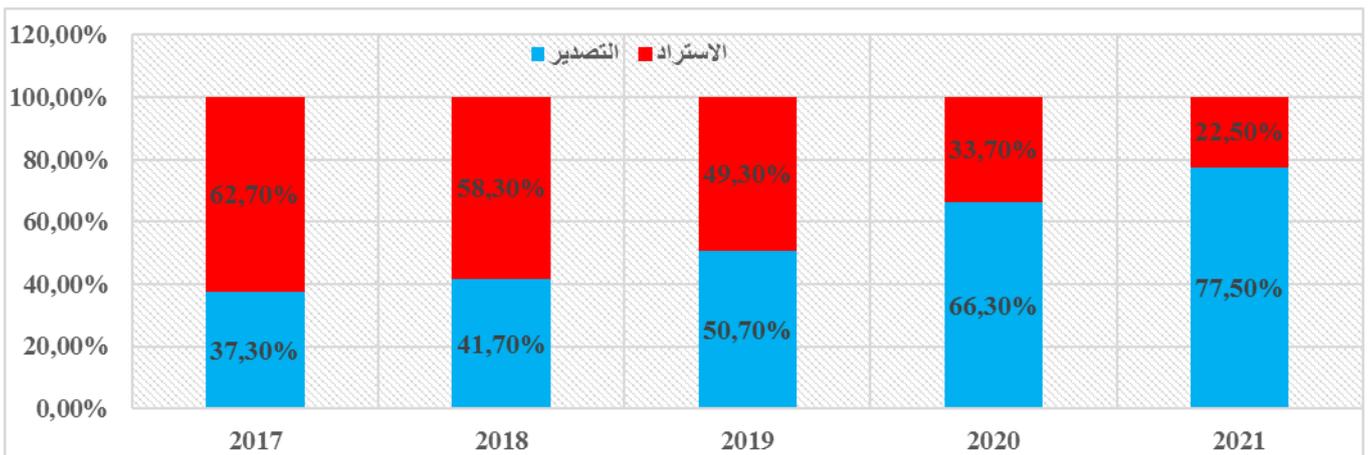
المصدر: (Statista)

4-5- معدلات التجارة الالكترونية عبر الحدود للاستيراد والتصدير

يعود الفضل في نضوج وبلوغ سوق التجارة الالكترونية للاستيراد والتصدير عبر الحدود إلى هذه الدرجة من التطور والانتشار إلى الحوافز السياسية والمؤسسية، وكذا الضريبية والتسهيلات الجمركية، وتعدد وتنوع وسائل الدفع والتسوية وما إلى ذلك، التي قامت بإجرائها حكومة الصين عبر عقود من الزمن. فمن خلال الإحصائيات المقدمة من قبل مصالح الجمارك الصينية يمكننا ملاحظة أن حجم الصادرات أكبر من حجم الواردات، إذ نجد أن نسبة الصادرات الخاصة بالتجارة الالكترونية عبر الحدود الصينية بلغت 77.5% سنة 2021 بعدما كانت 37.3% سنة 2017 لتشهد ارتفاعا ملحوظا من سنة إلى أخرى.

كما ان جل هذه البضائع المصدرة تذهب بشكل أساسي إلى الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، ماليزيا فرنسا، ألمانيا، اليابان، اسبانيا، روسيا. أما نسبة الواردات فقد عرفت انخفاضا متواصلا منذ 2017 حيث سجلت 62.7%، أما في 2019 فقد نزلت إلى 49.3% لتصل إلى 22.5% سنة 2021، جل السلع المستوردة تأتي من اليابان، الولايات المتحدة الأمريكية وكوريا الجنوبية

الشكل 5: نسبة الصادرات والواردات من التجارة الالكترونية عبر الحدود للصين 2017-2021



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى إحصائيات مركز التجارة الالكترونية عبر الحدود للصين

من الواضح ومن خلال القراءة الدقيقة للإحصائيات السابقة يمكننا القول إن التجارة الالكترونية عبر الحدود بلغت دورا متزايد الأهمية في نمو تجارة الواردات والصادرات الصينية مع وجود ميول واهتمام بالصادرات أكبر من الواردات.

5-5- طبيعة المعاملات التجارية

يقصد بطبيعة المعاملات التجارية هنا شكل العمليات أو ما يعرف بطبيعة الأطراف الذين قاموا بأجراء عمليات التداول مثل (شركة وشركة B2B) و(شركة ومستهلك B2C).

في هذا الصدد نجد أن B2B تمثل الجزء الرئيسي في سوق التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين، ومع ذلك فإن نسبة B2C تتزايد عاما بعد عام حيث ارتفعت من 2.5% سنة 2011 لتصل إلى 23% سنة 2021، ووفقا لإحصائيات (الاونكتاد) تعد الصين حاليا أكبر سوق للتجارة الالكترونية عبر الحدود (B2C) في العالم من حيث عدد المتسوقين عبر الانترنت وكذا قيمة الأرباح، في الشكل أسفله يوضح تطور نسبة صفقات B2C في سوق التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين من 2011 إلى 2021.

الشكل 6: نسبة صفقات B2C في سوق التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين من 2011-2021



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى إحصائيات مركز أبحاث التجارة الالكترونية الصيني (CECRC)

6- أثار التجارة الالكترونية عبر الحدود على التجارة الخارجية في الصين

يعتقد جل العلماء والخبراء الاقتصاديين السلع والخدمات المقدمة. في العالم أن التجارة الالكترونية عبر الحدود تمارس نوعين من التأثيرات (الإيجابية، السلبية) وهذه التأثيرات يمكن ان تكون مباشرة او غير مباشرة على حسب نوعية وطبيعة السلع والخدمات المقدمة.

6-1- الآثار الإيجابية

6-1-1- تخفيض التكاليف

وفق المنظور الاقتصادي تسعى كل مؤسسة عاملة في مجال التجارة الخارجية إلى تعظيم الربح والتقليل من التكاليف، لكن مع اتساع الحصة السوقية وزيادة عدد العملاء وزيادة الطلبات حول العالم، فإن هذه المؤسسات سوف تتكبد الكثير من التكاليف الباهظة، كتكلفة جمع المعلومات الدولية العابرة للحدود حول (المستهلكين، المنتج، العملاء، المنافسين، التفاوض على الأسعار، ترتيبات عمليات

التسليم والتوزيع... الخ). لكن في عصرنا الحالي، عصر الرقمنة وانتشار الانترنت واستخدام الوسائل الالكترونية جعل عمليات التجارة الخارجية أسهل وأسرع وأقل تكلفة، اذ ساهم هذا التطور التكنولوجي في إدخال تحسينات على نمط ممارسة التجارة مما أدى إلى ظهور التجارة الالكترونية والتي ساهمت في تخفيض تكاليف الشركات وتكاليف تأجير المكاتب، كما قللت من الأشخاص والإجراءات التي تتم أثناء إجراء الصفقات وقربت بين طرفي الصفقة. (Liu, 2018, p. 522)

6-1-2- تحسين كفاءة التجارة

- تساعد التجارة الالكترونية عبر الحدود المؤسسات في تحقيق مكاسب في الإنتاجية نتيجة لتحسين الكفاءة في كل من:
- طريقة التشغيل الآلي للمعاملات، بالإضافة إلى تسهيل عمليات الاتصال بين البائع والمشتري عن طريق استخدام تطبيقاتها وبالتالي تحسن كفاءة الاتصال.
 - كما أن استخدام تقنية التبادل الالكتروني للبيانات يمكن التجار من تبادل المعلومات والملفات بسرعة فائقة وفي وقت قصير مما يساهم بدوره في تحسين كفاءة المعاملات
 - زيادة على ذلك تمكن التجارة الالكترونية عبر الحدود المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الولوج والدخول إلى الأسواق العالمية والمنافسة بسهولة مع الشركات الكبرى مما يجعل السوق بأكملها تنافس بكل شفافية وكفاءة.

6-1-3- توسيع حصة السوق وفتح الأسواق العالمية

التجارة الالكترونية عبر الحدود لها ميزة كبيرة تتمثل في مقدرتها على اختراق حدود الزمان والمكان وكذا توسيع حجم السوق الخارجية، فعند مقارنتها مع نموذج التجارة الخارجية التقليدية نجد أن مشكلة القنوات الصعبة قد حلت بشكل فعال، وذلك من خلال توسيع القنوات وتحسينها مما ينجر عنه امتلاك حصص سوقية أكبر، كما أن تنفيذ التجارة الخارجية من خلال أسلوب التجارة الالكترونية عبر الحدود يفضي إلى تعزيز الشعبية الدولية للمؤسسات واكتساب مكانة مرموقة للعلامة التجارية مما يساهم في زيادة الميزة التنافسية لها وبالتالي تصبح كسلاح داعم لفتح مجموعة متعددة من الأسواق العالمية (Defeng, 2021, p. 365). ففي الصين ونظرا لما تقدمه التجارة الالكترونية عبر الحدود من خدمات ومنتجات عالية الجودة لإرضاء المستهلكين، ساهمت في انتشار العديد من العلامات التجارية، حيث بلغ عدد المستهلكين للتجارة الالكترونية عبر الحدود 155 مليون سنة 2021 وفي النصف لسنة 2022 وصل عددهم إلى 160 مليون مستهلك. (Wang & Lennora, 2023, p. 204)

6-1-4- تحسين الجودة المهنية للموظف

في ظل التطورات السريعة التي تعرفها مناحي الحياة اليومية عامة والتجارية بصفة خاصة مما ينجر عنها زيادة وتنوع عدد المخاطر التي قد تعصف بالعلامات التجارية، والأنظمة الاقتصادية للدولة. وحتى نستطيع تفاذي هذه المخاطر يعمل نظام التجارة الالكترونية عبر الحدود إلى القيام بتنمية وتطوير مؤهلات الأعوان المسؤولين على هذا القطاع وذلك بإتقان المعارف الخاصة بالتجارة الدولية والاطلاع على احدث السياسات والأنظمة والممارسات في مختلف البلدان بشأن التجارة الالكترونية، المعرفة والفهم الجيد للكيفية التي يتم بها تشغيل الروابط بين الأعمال على غرار (دفع ثمن، السلع الدفع الالكتروني، الاستلام، الشحن، المراقبة الجمركية ودفع الرسوم الجمركية، التامين على البضائع... الخ)، وكذا إتقان مجموعة من اللغات على حسب السوق المستهدفة. (Zhixu, 2023, p. 405)

6-2- الآثار السلبية

6-2-1- التسبب في الخسائر الضريبية

إن التجارة الالكترونية بكل أنواعها جعلت التجارة الخارجية أكثر افتراضية، والتي ليس لها أي قيود زمنية ولا مكانية في ممارسة الأعمال، كما لا يوجد لديها تعريف واضح المعالم لكلا جانبي المعاملات، ضف إلى ذلك صعوبة الحكم على الوضع الفعلي للطرفين من

خلال الشبكة، كما أنها جعلت تعريفات الاستيراد والتصدير غير ورقية مما خلق صعوبة في تحديد هذه التعريفات بشكل ملموس، هذا الوضع شجع العديد من المتعاملين والشركات والعناصر الخارج عن القانون من استغلال هذه الثغرات ومحاوله الاستفادة من ذلك في التهرب الضريبي مما يتسبب في العديد من الخسائر للدولة. (Defeng, 2021, p. 366)

6-2-2-زيادة تكاليف الخدمات اللوجستية

مع زيادة حجم التجارة الالكترونية عبر الحدود صاحبها زيادة كبيرة في كل من الطلبات وكذا البلدان التي تباع حول العالم، مما أدى إلى تعزيز التطور السريع للوجستيات، لكن في المقابل ظهرت ضغوطات هائلة في عمليات الاستيراد والتصدير. كون ان خدمات اللوجستيات التقليدية لم تعد قادرة على تلبية متطلبات التجارة الالكترونية عبر الحدود سواءً من حيث تحسين و تقليل الوقت أو زيادة الكفاءة أو الراحة والأمن، هذه الوضعية أدت إلى بقاء تكاليف الخدمات اللوجستية لهذا النوع من التجارة مرتفعا، فبسبب زيادة أسعار النقل سوف تؤدي حتما إلى جعل كل من تكاليف (النقل، الإمداد والشحن مرتفعة) حيث تمثل التكلفة اللوجستية للتجارة الالكترونية عبر الحدود (20% - 30%) من إجمالي التكلفة الكلية للتجارة، فهذه النسبة المرتفعة كانت سببا رئيسيا في تثبيط وتقييد عمليات تطويرها على مستوى العالم، لذلك فان تقليل تكلفة اللوجستيات الدولية هو احد الأمور التي يجب القيام بها بهدف زيادة مساحة الربح وكذا تخفيض الأسعار بصورة غير مباشرة وبالتالي زيادة تطوير وانتشار معاملات التجارة الالكترونية عبر الحدود (Zhixu, 2023, p. 407).

6-2-3-زيادة المخاطر التجارية

بصفة عامة تعاني التجارة الخارجية من مجموعة من المخاطر التي تهدد استقرارها وتوسعها، إلا أن طبيعة وشكل التجارة الالكترونية تساهم في زيادة هذه المخاطر كون هذه الأخيرة تحتوي على العديد من الثغرات والسلبيات التي تدفع بالمتربصين إلى استغلالها، فاستنادا إلى العديد من البحوث والدراسات السابقة نجد أنها تؤكد على أن التجارة الالكترونية عبر الحدود لديها الكثير من المخاطر والنقائص يمكن ذكرها في ما يلي (المخاطر الائتمانية، مخاطر الانترنت، مخاطر التوزيع، مخاطر النقل، مخاطر رجوع البضائع، مخاطر الدفع الالكتروني، صعوبة الاتصال، مخاطر التزييف، مخاطر تخص نوعية البضائع، مخاطر امن الشبكة... الخ) (Conceil central de l'conomie, 2022) 6-2-4-الافتقار الى المواهب في التجارة الالكترونية عبر الحدود

يعتبر قطاع التجارة الالكترونية عبر الحدود قطاعا فتيا مقارنة بالتجارة الخارجية، ففي ظل التطور النشط والسريع للتجارة الالكترونية ساهم في زيادة الموظفين والأفراد المنتقلين من القطاعات والمجالات الأخرى، والذين يعانون من نقص نسبي في مهارات وتقنيات ممارسة التجارة الالكترونية لاسيما في مهام صيانة الشبكة وامن المعلومات والخدمات القانونية، وحماية وسائل الدفع... الخ (Defeng, 2021, p. 367)

لهذا أصبحت عملية التدريب المتخصص في التجارة الالكترونية أولوية قصوى وإذ لم يتم أخذها بعين الاعتبار فسيؤدي ذلك بكل سهولة إلى عدم كفاية الزخم الإنمائي لصناعة التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية.

6-3-أثر التجارة الالكترونية عبر الحدود على التجارة الخارجية في الصين

مع تسارع الاقتصاد الرقمي في العالم، هناك نقاش متزايد حول طبيعة واثار العلاقة الناشئة بين التجارة الالكترونية عبر الحدود والتجارة الخارجية، على العموم وانطلاقا لما تم التطرق إليه سابقا سواءا بالنسبة لهذه الدراسة أو لما تم التوصل إليه في الدراسات السابقة نجد أن اعتماد التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين لديها آثار ايجابية وكبيرة على التجارة الخارجية، كما أنها تلعب دورا حيويا في تعزيز التكامل الاقتصادي العالمي، وتصبح تدريجيا أحد أهم أنواع التجارة الدولية.

وعند مقارنة النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نجد أنها تتطابق مع الكثير من النتائج المتوصل إليها في الدراسات السابقة نذكر منها دراسة (Pittawat, 2015) والتي توصلت إلى أن اعتماد التجارة الالكترونية في الحياة الاقتصادية سيؤدي دورا مهما في أداء الصادرات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال تقليل تكاليف التشغيل وإنشاء نماذج جديدة، دراسة (Chang & Wang) أين قاما بتحليل اثر التجارة الالكترونية عبر الحدود على تجارة الصادرات الصينية، وجدا أن زيادة تنمية التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين بوحدة واحدة سوف تؤدي إلى زيادة قيمة الصادرات من الصين إلى 11 دولة جنوب شرق آسيا بمقدار 0.5 وحدة وهذا خلال الفترة (2010-2019)، وكذا دراسة (Zi Hui & Chang Hwan, 2021) بحثت هذه الدراسة في اثر التجارة الالكترونية عبر الحدود على صادراتها من السلع والخدمات إلى دول (الحزام والطريق) للفترة (2000-2018) باستخدام نموذج الجاذبية، وقد توصلت إلى أن التجارة الالكترونية عبر الحدود لها تأثير على تجارة الخدمات أكبر من تأثيرها على تجارة السلع خاصة بعد تنفيذ المبادرة، كما وجدة أن المسافة يكون لها تأثير اقل على تجارة الخدمات وأعلى على تجارة السلع. دراسة (Shuzhong , Xueyao , & Hongsheng , 2021) تم التطرق فيها إلى تحديد آثار التجارة الالكترونية عبر الحدود على قيمة الواردات الصينية منذ عام 2012، ولقد توصلوا إلى أن التجارة الالكترونية عبر الحدود يمكن أن تسهل الواردات من البلدان المتقدمة وتقلل من المسافة الثقافية، وترفع الواردات بين البلدان التي لديها المزيد من الثقافة المتشابهة

ودراسة (Radovan & Predrag , 2022) هي الأخرى توصلت إلى أن التجارة الالكترونية عبر الحدود لها تأثير ايجابي على صادرات الخدمات والتصنيع في 32 دولة أوروبية بين عامي (2009-2017)، أما دراسة (Yu Z. , 2023) فقد تطرقت إلى الابتكارات الجديدة التي لحقت بالتجارة الخارجية في الصين والمتمثلة في ظاهرة التجارة الالكترونية عبر الحدود وذلك عن طريق تزاوج كل من التجارة الخارجية وشبكة الانترنت حيث توصلت الدراسة إلى أن معاملات التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين سنة 2016 بلغت 27.2% من جميع الواردات والصادرات بعد ما كانت 7.76% في 2011، كما أن حجم (حصّة) الصادرات من التجارة الالكترونية عبر الحدود انتقلت من 1.76 تريليون دولار (12.96%) في 2011 إلى 9.61 تريليون دولار (40.05%) سنة 2016، أما الواردات فقد زادت من 0.28 تريليون دولار في 2011 إلى 1.98 تريليون دولار سنة 2016 وهو ما يمثل ارتفاعا في حصّة الواردات من 2.44% سنة 2011 إلى 17.37% سنة 2016.

أما الدراسات التي خالفت الآراء السابقة نجد دراسة (Yu, Yi, & Soo Hee, 2017) والتي قامت بأجراء تحقيق في تأثير التجارة الالكترونية عبر الحدود على التجارة الدولية من جانب تكلفة المعاملات وذلك من خلال تحليل بيانات 31 مقاطعة صينية مع نموذج الميزة النسبية، حيث توصل إلى إن التجارة الالكترونية عبر الحدود لا يمكن أن تيسر وتساهل التجارة الخارجية إلا عندما يتم إلغاء الآثار السلبية لتكلفة التعريف وكذا تكلفة النقل.

7-الخاتمة

فانطلاقا لما تم التوصل إليه سابقا نجد أن التجارة الالكترونية عبر الحدود في الصين أصبحت هي التيار الرئيسي للكيفية التي تتم بها التجارة الخارجية في القرن الواحد والعشرين، والتي يمكن استخدامها في جميع قطاعات أعمال الاستيراد والتصدير. وذلك عن طريق تكييفها مع الأسواق التجارية الدولية الموسعة، وبالتالي تساهم في تحقيق العديد من الفوائد على غرار إتاحة الفرص أمام المشاريع التجارية الأجنبية لإعادة تكوين وتشكيل الميزة التنافسية الدولية، فالشركات الصينية العاملة في مجال التجارة الخارجية مطالبة باغتنام هذه الفرص النادرة لتعزيز ميزتها التنافسية الدولية من خلال استغلال واستعمال تطبيقات التجارة الالكترونية عبر الحدود. وعلى هذا الاساس يمكننا تأكيد فرضية الدراسة التي تدعي ان تطوير وتنمية التجارة الالكترونية عبر الحدود يمكن أن يعزز نمو التجارة الخارجية .

فبناءً على التحليل السابق يمكننا استخلاص النتائج التالية:

إن اعتماد التجارة الالكترونية عبر الحدود لها تأثير ايجابي وكبير على التجارة الخارجية من حيث.

- توفير الوقت وتقليص المسافة الجغرافية.
- تقليل تكاليف المعاملات
- توسيع التجارة الخارجية
- توسيع مجال الاختيار امام المستهلكين
- زيادة المنافسة في مجال التجارة الخارجية.
- تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم على الارتقاء بمستواها وتحسين نوعية المنتجات وإنشاء علاماتها التجارية الخاصة بها.

التوصيات

- إجراء وتنفيذ سياسات مناسبة وداعمة لتطوير التجارة الالكترونية مع التركيز على التجارة الالكترونية عبر الحدود فهذه الأخيرة توفر منصات مناسبة لمطابقة معلومات العرض والطلب في الأسواق الدولية عبر إلغاء الحدود وتقليص الوقت.
- العمل على تشجيع المؤسسات على الانخراط في أعمال الاستيراد والتصدير من خلال التجارة الالكترونية عبر الحدود وذلك بهدف تعزيز التنمية المشتركة للتجارة الالكترونية عبر الحدود في كل من الصادرات والواردات.
- وضع سياسات ضريبية تفضيلية داعمة للمؤسسات العاملة في مجال التجارة الالكترونية العابرة للحدود وكذا تحسين وتنشيط الإجراءات الجمركية.
- التركيز على تحسين الظروف الإنمائية للتجارة الالكترونية، وذلك بتسريع تطوير سلسلة صناعات خدمات التجارة الالكترونية المحلية والعابرة للحدود بهدف توفير خدمات متكاملة لتطويرها بما في ذلك (تسيير عملية التخزين، عمليات الدفع، اللوجستيات، التخليص الجمركي).
- العمل على وضع مخططات وبرامج فعالة تعزز الشركات الدولية عن طريق بناء مناهج ثنائية أو متعددة الأطراف للتجارة الالكترونية عبر الحدود من اجل التحسين المستمر لتنمية البيئة الداخلية والخارجية للتجارة الالكترونية

8-المراجع

- Cao, w., & lennora, p. (2023). a systematic review on marketing strategies of china's import cross border e-commerce b2c platforms. *information mangement and business revies vol15* .
- Chang, H., & Wang, H. (s.d.). An empirical analysis of the level of cross border e-commerce development on china's export trade ,11 countries in south east asia as an example. Consulté le Novembre 23, 2023, sur <https://www.semanticscholar.org/paper/An-Empirical-Analysis-of-the-Level-of-Cross-border-He-He/3e35209daf53b3cefca66f9843588f6655911802>
- Conceil central de l'economie. (2022). *Enjeux du commerce électronique pour le secteur de la distribution en Belgique*. bruxelles. Consulté le Novembre 17, 2023, sur <file:///C:/Users/Hadj/Downloads/cce-2022-1670-enjeux-du-commerce-electronique-pour-le-secteur-de-la-distribution-en-belgique.pdf>
- Defeng, D. (2021). The influence of e-commerce on international economy and trade under the background of "internet plus". *5th International Conference on*

- Economics, Management Engineering and Education Technology*, (pp. 364-369).
doi:10.25236/icemeet.2021.076
- Feng, D., Jiazhen, H., & Juliana Kucht, C. (2017). The Development of Cross Border E-commerce. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 37, 370-383. doi:DOI: 10.2991/ictim-17.2017.37
- Kastratovic, R., & Predra, P. (2022). e-commerce and export in europe ,a dynamic panel data approach . *the international tradejournal* ,volume 36 ,issue 6 , pp:502-526.
- Liu, Z. (2018). The influences of e-commerce on international trade-Evidence from Zhejiang Province of China . *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 176, 521-525.
- MA, s., Xueyao, G., & Hongsheng, Z. (2021). new driving force for china"s import growth assessing the role of cross border e-commerce . *the world economy ,welly black well vol 44 ,pp: 3674-3706*.
- Nuray, T. (2011). The impact of e-commerce on international trade and employment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 745-753. doi:https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010
- Oksana E, K. (2022). E-commerce as a development factor in international trade . *Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 1(32), 20-28. doi:https://doi.org/10.35678/2539-5645.1(32).2022.20-28
- Pittawat, U. (2015). adoption e-commerce for export market of small and medium enterprises in thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 111-120. doi:https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.158
- Radovan , K., & Predrag , B. (2022). E-commerce and export in europe ,a dynamic panel data approach. *The International Trade Journal*, 36(6), 502-526. doi:https://doi.org/10.1080/08853908.2022.2125460
- Shuzhong , M., Xueyao , G., & Hongsheng , Z. (2021). New driving force for China’s import growth: Assessing the role of cross-border e-commerce. *Global Policy Review*, 44(12), 3674-3706. doi:https://doi.org/10.1111/twec.13168
- Statista. (s.d.). Consulté le Novembre 11, 2023, sur <https://fr.statista.com/>
- Wang, C., & Lennora, P. (2023). A Systematic Review on Marketing Strategies of China’s Import Cross-border E-commerce B2C Platforms. *Information Management and Business Review*, 15(1), 204-209. doi:10.22610/imbr.v15i1(I)SI.3405
- Yin, Z. H., & Chang Hwan, C. (2021). the effects of china's cross -border e-commerce on its exports :a comparative analysis of goods and services trade.
- Yu, W., Yi, W., & Soo Hee, L. (2017). The Effect of Cross-Border E-Commerce on China’s International Trade: An Empirical Study Based on Transaction Cost Analysis. *sustainability*, 9(11). doi:https://doi.org/10.3390/su9112028
- Yu, Z. (2023). Innovation of China's international trade methodes based on the perspective of cross-border e-commerce. *Applied Mathimatics and Nonlinear Sciences*. doi:https://doi.org/10.2478/amns.2023.2.00205
- Zhixu, L. (2023). Analysis of Advantages and Disadvantages of Cross-Border E-Commerce in International Economy and Trade. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 237, 401-411. doi:10.2991/978-94-6463-142-5_45

Zi Hui, Y., & Chang Hwan, C. (2021). The effects of China's cross-border e-commerce on its exports: a comparative analysis of goods and services trade. *Electronic Commerce Research*, 23(4), 443–474. doi:10.1007/s10660-021-09483-y