

واقع الفجوة الرقمية وأثرها على البنية الهيكلية للتجارة الالكترونية الدولية: دراسة مقارنة بين عينة من اقتصاديات الشمال والجنوب للفترة 2014-2021

The reality of the digital gap and its impact on the structure of international e-commerce, a comparative study on a sample of northern and southern economies for the period of 2014 - 2021

روفية نجار	لمياء بوعروج	نجاة كورتل*
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر r.nedjar@centre-univ-mila.dz	جامعة قسنطينة 2 - عبد الحميد مهري، الجزائر lamia.bouarroudj@univ-constantine2.dz	جامعة قسنطينة 2 - عبد الحميد مهري، الجزائر nadjet.kourtel@univ-constantine2.dz
تاريخ النشر: 2022/06/02	تاريخ القبول: 2022/05/21	تاريخ الاستلام: 2022/04/10

الملخص: هدفت الدراسة لتوضيح واقع الفجوة الرقمية الحاصلة في الاقتصاد الرقمي وأثرها على البنية الهيكلية للتجارة الإلكترونية الدولية، وقد اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي ودراسة مقارنة بين الاتحاد الأوروبي والدول العربية لتوضيح الهوية الرقمية وتأثيرها على تأخر مساهمة اقتصاديات الجنوب مقارنة بالاقتصاديات المتطورة في التبادل الإلكتروني الدولي، واستشهدنا بتقديم احصائيات تؤكد واقع الفجوة. توصلت الدراسة الى أن تدفقات التجارة الالكترونية تحتل صدارتها الاقتصاديات المتطورة صناعيا، التي تحتل الريادة في الاستخدام المكثف لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في حين تسجل دول الجنوب مراتب متأخرة في التجارة الالكترونية، ويفسر ذلك بالفجوة الرقمية، وتبقى البنية الهيكلية للتجارة الإلكترونية الدولية تهيمن عليه القوى الاقتصادية الكبرى في العالم، وعليه نوصي بضرورة البحث في آليات تبني الاقتصاد الرقمي، والاهتمام بالتجارة الالكترونية كمدخل لتعزيز مشاركة دول الجنوب في التجارة الدولية.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد رقمي، فجوة رقمية، تجارة إلكترونية.

تصنيف JEL: F10، C80، D80.

Abstract: The study aimed to clarify the gap reality in the digital economy, and its impact on the structural framework of international e-commerce. We have adopted a descriptive analytical approach and a comparative study between the European Union and the Arab countries to clarify the digital gap. The study found, that the industrially developed economies have been occupying the scene towards the flows of electronic commerce, through the intensive use of information and communication technologies, while the Southern ones have registered latter ranks in trade exchanges which is explained by the digital gap. Whereas the international exchange infrastructure, remains in the major economic powers' domination, that compels the southern economies to seek possible mechanisms to adopt digital economy.

Keywords : digital economy, digital gap, e-commerce.

JEL classification: F10, C80, D80.

لقد كان للتقدم التكنولوجي أثارا إيجابية على تطور البشرية، فشهدت هذه الأخيرة تطورات متسارعة كانت بدايتها مع الثورة الصناعية في مطلع القرن الثامن عشر، و التي نقلت الاقتصاد الى مجتمع التصنيع، ثم تلتها الثورة المعرفية التي جعلت الاقتصاديات تواكب عصرا مستحدثا من التكنولوجيات الفائقة المبنية على موجة مكثفة للإبداعات التكنولوجية وبذلك عايشت المجتمعات ما يعرف بالاقتصاد المبني على المعرفة، لتنتقل البشرية في عصرنا الحالي الى أعظم ابتكار عرفته الحضارات منذ نشأتها وهي ثورة المعلومات والاتصالات والتي ألغت الحدود المكانية والزمانية في عالم افتراضي مبني على الرقمنة لتتعايش في مجتمع المعلومات.

في ظل التطور المتسارع للاستثمار والاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ظهر تفاوتاً بين الدول الغنية معلوماتيا والفقيرة معلوماتيا، وهذه الفجوة المعلوماتية بين الدول الصناعية والدول النامية مرتبطة بالاختلال الحاصل في إنتاج، توزيع، واستغلال المعلومات، فدول الشمال التي تمثل النخبة المعلوماتية قطعت أشواطاً متقدمة جدا في الاستثمار في البنية التحتية المتطورة، وفي البرمجيات، وفي كل الوسائل السلكية واللاسلكية التي تخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال إنشاء عدة مراكز للمعلومات وإقامة بني تحتية رقمية لتسهيل الاتصالات وتدفق المعلومات، ويتجلى ذلك من خلال ما تتوفر عليه من نسيج متكامل من الطرق السيارة للمعلومات تقدر بألاف الكيلومترات من الألياف البصرية توفر خدمات رقمية ومعلوماتية مذهلة، وقد حققت من خلالها قفزة نوعية في تطوير شتى مجالات الحياة الاجتماعية، السياسية، الثقافية، الاجتماعية، والاقتصادية، في حين تعيش دول الجنوب تفاقما ملحوظا للأمية الرقمية، وتراجعا لفرص التطورات الفكرية.

أدت ثورة المعلومات والاتصالات إلى ميلاد العديد من التطبيقات الحديثة، حيث كان لها تأثير على انفتاح الأسواق العالمية سواء أسواق المال أو التجارة الخارجية، مما ساهم في زيادة التبادل التجاري الخارجي، القائم على الإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، وإحداث نمط تفكير جديد في سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء قوامه التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، وهو ما أصبح يطلق عليه بالتجارة الالكترونية، التي ساهمت في جعل هذا العالم مجرد سوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على

اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية، والترويج للبضائع والسلع بكل سهولة ، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات، حيث بلغت حدود العالمية في انتشارها لدى الدول المصنعة، في حين تخطو البلدان الأقل تصنيعاً خطوات أولى في التبادل التجاري الرقمي، بسبب تواضعها في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زمن الانفجار المعلوماتي.

إشكالية الدراسة: من هذا المنطلق، سيتبلور تساؤل إشكاليتنا كالتالي:

الى أي مدى أثرت الفجوة الرقمية على البنية الهيكلية والتقسيم الدولي للتجارة الالكترونية الدولية؟

بناءً على هذا التساؤل الرئيسي قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية كالتالي:

1-ما هي الوتيرة التي يسير بها تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم، وما هو واقع وأفاق الفجوة الرقمية؟

2-ما هي أبرز التحولات والتوجهات التي عرفتها التجارة الدولية في ظل الاقتصاد الرقمي؟

3-كيف أثرت الفجوة الرقمية في البنية الهيكلية للتجارة الإلكترونية الدولية بين عالم يزداد تطوراً تكنولوجياً وعالم يعاني من التخلف الرقمي والمعلوماتي؟

فرضيات الدراسة: إجابة على التساؤل الرئيسي، والتساؤلات الفرعية قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1.أرست تكنولوجيا المعلومات والاتصال أسس جديدة للتجارة الدولية تقوم على استعمال الدعائم الرقمية المتطورة.

2.اقتصرت التحولات الحديثة للتجارة الدولية على التعاملات التجارية الرقمية الدولية دون التأثير على بنيتها الجغرافية والهيكلية، فهي امتداد واستمرارية لواقع التبادل التجاري القديم الذي تسيطر فيه الدول المصنعة الكبرى على المراتب الأولى للتصدير، وتلعب فيه الاقتصاديات النامية والسائرة في طريق النمو دور المستهلك الأول للمنتجات المصنعة.

3.التجارة الالكترونية واسعة الانتشار وتتطور باستمرار خاصة في اقتصاديات الشمال أما اقتصاديات الجنوب فلم تستطع لحد الآن الاستفادة من كافة الفرص التي تمنحها الرقمنة في التجارة الالكترونية، وهي تعاني من الفجوة الرقمية التي أسفرت عن تأخرها.

أهمية الدراسة: تبرز أهمية الدراسة في تشخيص إشكالية تأخر الإنتاج، الاستخدام والتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما انجر عنه الفقر المعلوماتي والأمية الرقمية التي أصبحت تنسجم بها دول الجنوب، والتي تمثل اضافة الى قائمة مطولة من المعوقات التي تقف أمام التنمية الاقتصادية في هذه المجتمعات، وكذلك الوقوف على حقائق ومستجدات التجارة الالكترونية كنمط جديد في التبادلات التجارية الدولية والذي اسقطت الفجوة الرقمية آثارها السلبية عليه. منهج الدراسة وهيكلتها: اعتمدنا للدراسة منهجا وصفيا تحليليا مع تقديم دراسة مقارنة من خلال تقديم إحصائيات في حدود ما توفر، وحاولنا الربط بين متغيرين الفجوة الرقمية والتجارة الالكترونية. وقسمنا البحث الى دراسة نظرية ودعمناها بدراسة تطبيقية، بتتبع الخطوات التالية:

1-التعريف بمفهوم الفجوة الرقمية، ومسبباتها.

2-مؤشرات قياس الفجوة الرقمية.

3-آليات سد الفجوة الرقمية.

4-ماهية التجارة الالكترونية، مميزاتها ومقومات نجاحها.

5-تحديات التجارة الالكترونية في دول الجنوب.

6-دراسة لواقع الفجوة الرقمية وتأثيرها على البنية الهيكلية للتجارة الالكترونية بين دول الشمال المتطورة معرفيا والغنية معلوماتيا، ودول الجنوب المتأخرة معرفيا والفقيرة معلوماتيا للفترة الممتدة بين 2014 و2021.

الدراسات السابقة: لقد وجدنا عدة اسهامات للباحثين في دراسة موضوع الفجوة الرقمية ونفس الشيء بالنسبة لموضوع التجارة الالكترونية، غير أنه لم يتم ربط المتغيرين معا، أي الى أي مدى أثرت الفجوة الرقمية في تأخير التجارة الإلكترونية لدى دول الشمال وهذا ما يميز الدراسة المقدمة، وسنحاول إدراج بعض الدراسات السابقة على سبيل المثال:

دراسة للباحث عباس لحرر بعنوان «الفجوة الرقمية ومقومات الاندماج في الاقتصاد الجديد»، هدفت الدراسة للتعريف بالاقتصاد الجديد أي الرقمي، وتطرقت لمؤشرات التأخر الرقمي في الدول العربية، وتوصلت الى وجود فارق في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين الدول المتطورة والنامية، واقترح الباحث ضرورة تطوير آليات استعمال الاقتصاد الرقمي.

- دراسة للباحث عبد الله حمود علي سراج بعنوان "التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها"، استهدف الباحث دراسة التأخر المشهود لنشاط التجارة الإلكترونية بالمنطقة، وتوصل الى أن ذلك بسبب تأخر الاقتصاد الرقمي، واقترح الباحث ضرورة البحث في المسببات الأساسية وسبل العلاج.

-دراسة للباحثين جمال قاسم ومحمود عبد السلام بعنوان "التجارة الإلكترونية" وأشار الباحثين الى التطور المشهود لهذا النشاط في الدول المتطورة، والى التباين الواضح للدول النامية في انتشار التسوق الإلكتروني، وتوصل الباحثين الى ضرورة استغلال فرص التجارة الإلكترونية.

1. مفهوم الفجوة الرقمية ومسبباتها

يعود الحديث حول الفجوة الرقمية إلى بداية التسعينيات من القرن العشرين مع ظهور ما يسمى بالأغنياء معلوماتيا "Info riches" والفقراء معلوماتيا "Info pauvres"، والذي أدخلته مختلف التقارير الرسمية على مستوى دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

ظهر مصطلح الفجوة الرقمية على مستوى محلي في الوم.أ في سنة 1995 بصدر تقرير وزارة التجارة الأمريكية الشهير "السقوط من فتحات الشبكة" والذي لفت الأنظار الى الفارق الكبير بين فئات المجتمع الأمريكي في استخدام الكمبيوتر والإنترنت خاصة، وقد أثير مفهوم "الفجوة الرقمية" من طرف "لونغ سكوت" «Long Scott» عندما أثار الأخطار الناجمة عن حرمان الفقراء والأقليات من تكنولوجيات الاتصال للمشاركة في الحياة الديمقراطية (Alain , 2004, p. 23).

وبعدها اثارت الولايات المتحدة الأمريكية هذا الموضوع في حديثها عن الترتيبات الواجب اتخاذها أمام التغيرات التكنولوجية الحاصلة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، والربط بشبكة الإنترنت بين مختلف المناطق في الولايات المتحدة الأمريكية وضرورة سد الفجوة بينها، واستغلت البلدان الأوروبية فيما بعد معنى الفجوة الرقمية كونها متأخرة مقارنة بالولايات المتحدة الأمريكية من جهة، ومن جهة ثانية لتأسيس مشروع أوسع يتمثل في بناء مجتمع أوروبي للمعلومات يعتمد على تطوير الطرق السريعة للمعلومات والاتصالات (محمد، 2003، صفحة 67).

1.1. مفهوم الفجوة الرقمية

إذن ترتبط فكرة الفجوة الرقمية سواء كان الأمر على مستوى الأفراد أو المنظمات أو التكتلات الجيوسياسية أو المناطق الجغرافية أو التجمعات إلى فكرة الانقسام إلى مجموعتين: فئة من يمتلكون ميزة الاستفادة من الاقتصاد الرقمي، وأولئك الذين يفتقرون الى استخدامه والتمتع بفوائده، وعليه تتجذر الفجوة من التفاوت الناتج عن التحكم في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال (دليلة ، 2006-2007، الصفحات 21-22)، وبالتالي فالفجوة تعبر عن المسافة المعلوماتية التي تفصل بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية، أي بين دول الشمال، ودول الجنوب (عبد اللطيف، 2002، صفحة 3) وما هو جدير بالذكر أننا بصدد الحديث عن هوة وتباعد كبيرين يفصلان بين العالم المتقدم المتكون من 20% من سكان العالم، وبين البلدان المتخلفة الممثلة في 80% من سكانه. (Bernard, 2001)

ويمكن اعطاء مفهوم للفجوة الرقمية على النحو التالي: " هي الفجوة التي خلفتها ثورة المعلومات والاتصالات بين الدول المتقدمة والدول النامية، وتشير في طياتها الى مكونات الاقتصاد الرقمي الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودرجة الارتباط بشبكة المعلومات العالمية الإنترنت وتوافر طرق المعلومات السريعة والهواتف النقالة وخدمات التبادل الرقمي للمعلومات" (ITU, 2010, p. 40)

ويؤكد الاقتصاديون أن الفجوة الرقمية هي امتداد للفجوة المعرفية بين من يمتلكون المعرفة والقدرة على استخدام التقنيات الحديثة وبين من لا يملكونها، والتي تعكس في جذورها عدم القدرة في ارساء أسس الاقتصاد المبني على المعرفة الذي يقوم على اقتصاد البحث والتطوير الرامي الى توليد، نشر، واستغلال المعارف الضمنية والصريحة في النشاط الاقتصادي وهو ما ينجر عنه ابداعات تكنولوجية جذرية ذات قطيعة تكنولوجية وقدرة عالية في خلق القيمة المضافة والميزة التنافسية السبقية التي تمكن من سرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي.

2.1. مسببات الفجوة الرقمية

يمكن تفسير ظهور الفجوة الرقمية من خلال الأسباب التالية:

أسباب مالية واقتصادية: عدم ارساء أسس متينة لمجتمع المعرفة والمعلومة المبني على الاستخدام المكثف لتكنولوجيا الاعلام والاتصال القائم على بناء بنية تحتية لمجتمع معلوماتي وتكنولوجي راقى، ويسجل بالنسبة لاقتصاديات الجنوب ضعف تمويل البنية التحتية المعلوماتية، كما أن طابعها الاقتصادي الريعي يضعف الطلب على اقتصاد المعرفة ويهدر فرص إنتاجها محليا وتوظيفها بفاعلية في النشاط الاقتصادي، ضف الى ذلك ارتفاع تكلفة توطین تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وكذلك الارتفاع الباهض لتكاليف البنية التحتية الخاصة بها، كما لا يمكن التغاضي عن الضغط المفروض من خلال حقوق الملكية الفكرية الذي حال دون المساواة في استخدام المعارف والتكنولوجيات، وزاد من هوة الفرق المعرفي والمعلوماتي.

الأسباب التقنية والعلمية: ويقصد بها غياب البحث والتطوير، مما أسفر عن عدم القدرة على إنتاج المعارف العلمية وتطوير التكنولوجيات ذات المستوى التقني الفائق الذي ظل بعيدا عن إمكانيات الاقتصاديات الأقل نموا، وفي جهة معاكسة احتكار كامل ومطلق للتطور المتسارع الحاصل في تكنولوجيا الاعلام والاتصال سواء من ناحية العتاد أو البرمجيات وهو ما خلق صعوبة الاندماج المعرفي للدول النامية.

ضف الى ذلك تعاني معظم دول الجنوب من الفقر المعلوماتي نتيجة عدم قدرتها على اكتساب، استرجاع، معالجة، ونشر المعلومات مما أثر على عمليات اتخاذ القرار على كافة المستويات، وفقر المعلومات يؤدي إلى تقليص الأعمال والاستثمارات المحلية بسبب النقص في المعلومات حول الأسواق المحلية والعالمية، وأيضا النقص في أنماط المنتجات التكنولوجية الجديدة

الأسباب الاجتماعية: تدني مستويات التعليم وانتشار أمية الكتابة والقراءة، بالإضافة الى تدني مستويات الدخول الذي حال دون امتلاك الحواسيب والاستفادة منها في البرامج التربوية والتعليمية في المدارس وحتى الجامعات، كما أن هجرة الادمغة نحو الدول المصنعة أسفر عن الفقر المعرفي والفقر العقلي والفرغ العلمي، ضف الى ذلك مشكل اللغات الذي تسبب في عدم التحكم في تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

أسباب سياسية: كصعوبة وضع سياسات التنمية المعلوماتية ونشر الوعي المعلوماتي منذ الصغر لدى الجميع، وجعل هذه السياسة ذات أولوية ضمن مخططات التنمية الاقتصادية (عبد الله، 2016، الصفحات 239-243).

2. مؤشرات قياس الفجوة الرقمية

توجد عدة مؤشرات لقياس الهوة الرقمية، ونذكر منها مثلاً:

أ- مؤشر الكثافة الاتصالية: يقاس بعدد الهواتف النقالة والثابتة لكل مئة فرد، وسعة شبكات الاتصال من حيث سرعة التدفق البيانات.

ب- مؤشر التقدم التكنولوجي: يقاس بعدد الحواسيب الآلية التي يحوزها الافراد والمؤسسات، وكذلك عدد مستخدمي النت وكذلك حيازة الاجهزة الاتصالية الالكترونية كجهاز الفاكس وما شابه ذلك.

ج- مؤشر الإنجاز التكنولوجي: يقاس بعدد براءات الاختراع المتحصل عليها في تصنيع تكنولوجيا الاعلام والاتصال بشقيها العتاد والبرمجيات، وعدد التراخيص المرخص بها لاستخدام هذه التكنولوجيا، وعدد الصادرات من منتجات التكنولوجيا العالية منسوبا إلى إجمالي الصادرات.

د- مؤشر استخدام وسائل الاعلام: يقاس بعدد مستعملي الراديو، التلفاز، الصحف والمجلات. ه- مؤشر مقياس الذكاء المعلوماتي: وهو من أصعب المؤشرات قياساً، نظراً إلى حداثة المفهوم، ويمكن قياسه بصورة تقريبية بعدد حلقات النقاش عبر الانترنت والأوراق العلمية التي يشترك فيها أكثر من مؤلف وعدد اللقاءات العلمية ونطاق الموضوعات التي تتناولها.

و- مؤشر الرقم القياسي للنفاذ الرقمي: هو مؤشر الاتصال الرقمي أو الرقم القياسي للنفاذ، أو مؤشر النفاذ الرقمي وهو رقم قياسي يستخدم مجموعة مركبة من المؤشرات لقياس النفاذ الرقمي، وهو رقم قياسي جديد وضعه الاتحاد الدولي للاتصالات ويهدف إلى قياس القدرة العامة للأشخاص في بلد ما على النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة واستعمالها، والرقم القياسي الجديد يتدارك عيوب الأرقام القياسية السابقة من حيث تركيزه النوعي وتغطيته الواسعة، واختيار المتغيرات، فهو يتكون من مجموعة محدودة من المتغيرات مدروسة بعناية كي يمكن استعماله في أكبر عدد ممكن من البلدان ويساعد في زيادة الشفافية ويقوم الرقم القياسي للنفاذ الرقمي على العوامل التي تؤثر على قدرة بلد ما في النفاذ إلى تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات وهي : القدرة على التكليف أو الاستطاعة المادية، المعرفة البنية التحتية والجودة أو النوعية، والاستعمال الفعلي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ي-مؤشر مدى الانخراط في حركة العولمة: هو مؤشر غير مباشر لقياس الفجوة الرقمية كقياس نسبة الاندماج في الاسواق العالمية والذي يشمل معدل تقارب الاسعار العالمية، ومن خلاله يمكن الحكم على المراكز التنافسية للاقتصاديات، وكذلك تنافسية العنصر البشري عالميا، وحجم الاستثمارات الاجنبية المباشرة عبر العالم (نبيل ، 2005 ، صفحة 30).

3. آليات سدّ اتساع الفجوة الرقمية

تعتبر الفجوة الرقمية عائق لتطور المجتمعات، خاصة في دول الجنوب المستهلكة للمعرفة الفنية والتكنولوجيا من الدرجة الأولى دون المساهمة في إنتاجها، ولتضييق هذه الفجوة يجب: - الاستثمار في البنية التحتية المعلوماتية التي تعتبر أساس لبناء مجتمع المعرفة والمعلومة، كما أنها عامل محوري للوصول إلى هدف الشمول الرقمي وتحقيق نفاذ الجميع إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نفاذاً شاملاً ومستداماً في كل مكان وبتكلفة معقولة.

- نشر ثقافة التطور التكنولوجي في شتى مناحي الحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، وحث هذه الهياكل على ضرورة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومة.

- الاستمرار في الاصلاحات الاقتصادية للتحويل السريع من الاقتصاد الرجعي إلى اقتصاد السوق القائم على التنافسية والانفتاح لتحسين النمو الاقتصادي.

- تعميم استخدام الاقتصاد الرقمي في شتى المجالات، وخاصة مجال التعليم، فمن المفترض إدخال الكمبيوتر المراحل الأولى من التعليم الأساسي وكذلك المراحل الثانوية والجامعية.

- محو أمية الحاسوب عن طريق نشر استخدام الإنترنت والتوعية بأهميته وعمل الدورات المختلفة في مجالات الكمبيوتر والتكنولوجيا والإنترنت.

- زيادة شبكة الاتصالات وتحسين نوعيتها واخذ أحدث التقنيات في مجال الاتصالات لزيادة كفاءة وسرعة الشبكة العنكبوتية وتخفيض أجور استخدام الإنترنت.

- تشجيع البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، ووضع سياسة علمية وتكنولوجية فعالة من خلال وضع التشريعات المناسبة لضمان حقوق الملكية الفكرية وخاصة براءات الاختراع.

- تشجيع الجامعات والمعاهد والمصانع والشركات على إجراء الأبحاث العلمية لتطوير أداء العمل والمنتجات، في محاولة لتحويل الدول العربية إلى دول منتجة للتكنولوجيا ومصدرة لها من خلال تطوير الهندسة العكسية والملاحظة التكنولوجية كما فعلت الدول المصنعة حديثا (نمور آسيا).
- دعم قيام مجتمع المعرفة الذي يقوم على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة، والعمل على تحديث التكنولوجيا في دول الجنوب أي نقل تكنولوجيا متقدمة بهدف امتلاك مهارات وقدرات تكنولوجية جديدة (نهال، 2012، صفحة 29).

لقد أسقطت الفجوة الرقمية بظلالها على كل مناحي الحياة الاجتماعية، السياسية والاقتصادية، وفي هذا السياق فقد سجلت بلدان الجنوب تأخرا ملحوظا في كل التعاملات التي تقوم على استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال منها الحكومة الالكترونية، التعليم الالكتروني، المدن الذكية، التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية التي تعتبر إحدى أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي، وقد عرفت ازدهارا كبيرا في السنوات الأخيرة بفضل الانتشار الكبير للإنترنت والهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات الالكترونية التي سهلت عملية انتشارها، وتعتبر التجارة الإلكترونية مدخل فعال للدول النامية للانفتاح على فرص الولوج للاقتصاد العالمي وتحقيق الميزة التنافسية، فهي تركز على أداء العمل التجاري بكل مرونة وسهولة وفعالية، فبا ترى ما هي حظوظ دول الجنوب في التبادل التجاري الدولي المبني على الوسائط الالكترونية؟

4. الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

1.4. ماهية التجارة الإلكترونية

هي أحد جوانب الاقتصاد الالكتروني القائم على الرقمنة، وتعرفها منظمة التجارة العالمية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات الانتاج والترويج والتوزيع للمنتجات خلال شبكة اتصالات الكترونية" (تنيو، 2019-2020، صفحة 52).

ومن الآليات التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الحديثة في جميع مراحلها من مرحلة عرض السلعة أو الخدمة بالإعلان عنها على شبكة الانترنت، واجراء المفاوضات بين طرفيها والتبادل الإلكتروني للمعلومات عن المنتج، فضلا عن دراسة الأسواق وجمع المعلومات عنها والاتفاق على الثمن وشروط الدفع"، وقد ظهرت التجارة

الالكترونية كاتجاه حديث لتفسير الميزة النسبية المحققة في التبادل التجاري الدولي والمبني على الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، والتجارة الالكترونية تعني اجراء عملية البيع أو الشراء في أي وقت ومن أي مكان ولأي فرد أو مؤسسة خاصة أو حكومية حيث أنها تركز على أداء العمل التجاري بكل مرونة وسهولة وفعالية، ويمكن أن تكون التجارة إلكترونية إما بشكل كلي أو جزئي، وهذا تبعاً لطبيعة الأنشطة الثلاثة التالية: الطلب والدفع، طريقة الوفاء والتسليم للمستهلكين، فكل نشاط يمكن أن يتم بشكل مادي (ملموس) أو رقمي، وبالتالي تبعاً للأنشطة السابقة يتحدد لنا نوع التجارة فإما أن تكون تجارة إلكترونية بحتة، أو تكون تجارة الكترونية جزئية في حالة وجود نشاط أو أكثر غير رقمي. فإذا كان هناك بعد رقمي واحد على الأقل، فإننا نعتبر العملية تجارة الكترونية ولكن بشكل جزئي، فعلى سبيل المثال: يعد شراء جهاز كومبيوتر Dell على الويب أو كتاب من Amazon جزء من التجارة الإلكترونية، لأن السلع يتم تسليمها فعلياً، أما شراء كتاب إلكتروني أو برنامج EBay هو تجارة الكترونية بحتة، لأن الطلب والمعاملات والتسليم إلى المشتري كلها رقمية (تنيو، 2019-2020، صفحة 52).

تختلف التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية في عدة اتجاهات وهي:

1. تقلص دور الرقابة من خلال الجمركة في السيطرة على المعاملات في السلع غير المادية مثل البرمجيات والصوتيات.

2. غياب وثائق أصلية يمكن الرجوع إليها، وهو ما يتطلب وجود آليات جديدة تناسب مع طبيعة التجارة الالكترونية.

3. اختلاف طبيعة القدرة الالكترونية يتطلب إعادة النظر في وسائل الإثبات والتحقق في التعاقدات الالكترونية التي يتم تحريرها باستخدام نظم وأساليب التوقيع الالكتروني.

4. استحداث خدمات معرفية إلكترونية، أي البنوك الالكترونية والنقود الإلكترونية والائتمان الالكتروني، وتكون على درجة عالية من الأداء وإصدار بطاقات فيزا خاصة بالإنترنت، تشجيعاً للدخول في نظام التجارة الالكترونية (جلال، 2009، الصفحات 76-77).

بالنسبة لطرق الدفع في التجارة الإلكترونية فتنقسم إلى:

-الدفع بواسطة بطاقة الائتمان عبر شركة الأنترنت.

-الدفع عن طريق شيك أو نقدا عند التسليم بعد الشراء من المواقع الإلكترونية.

أما أنواع التجارة الإلكترونية فتتعدد طبقاً للأطراف التي تتم بينها التبادلات، وتتمثل في:

1. تجارة إلكترونية بين الشركات وتعرف باسم (B2B)، ويمثل هذا النوع حوالي 85% من حجم التجارة الإلكترونية.

2. تجارة إلكترونية بين الشركات والمستهلك وتعرف باسم (B2C)، لا تتجاوز حصتها 15% من حجم التجارة الإلكترونية.

3. تجارة إلكترونية بين المستهلك والمستهلك وتعرف باسم (C2C).

4. تجارة إلكترونية بين المستهلك والشركات وتعرف باسم (C2B).

2.4. مقومات قيام ونجاح التجارة الإلكترونية

يتوقف نجاح التجارة الإلكترونية على عدة لبنات ومقومات أساسية أهمها:

- قيام بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتدفق العالي للوصول إلى الشبكات العالمية.

- القدرة التعليمية للأمة لاستخدام الأساليب والأدوات التكنولوجية في مجال الاقتصاد الرقمي. توفر المعلومات بالحجم والسرعة والوسيلة المطلوبة.

- تبني ثقافة استخدام النقود الإلكترونية لتسوية الحسابات من خلال قنوات الاتصال الإلكترونية.

- حجم قطاع الأعمال وقدرته على تكلفة استخدام التكنولوجيات الرقمية.

- عوامل إدارية وتنظيمية تتعلق بالإطار القانوني والتشريعي وترابط المؤسسات المالية.

- عوامل حضارية وثقافية كمستوى التعليم ومدى انتشار الأمية وكذلك مدى الثقة في الاقتصاد الرقمي (جلال، 2009، الصفحات 78-79).

3.4. سمات التجارة الإلكترونية

بالنسبة للمميزات التي تتسم بها التجارة الإلكترونية نسردها كالتالي:

- اختفاء الوثائق الورقية في التعاملات التجارية، حيث تتم كافة الإجراءات التبادل التجاري إلكترونيًا، مما ينعكس على تخفيض تكلفة الصفقات التجارية (نظرية الصفقات التجارية).

- فتح آفاق العالمية وتسهيل المشاركة في التبادل التجاري الخارجي لرواد الأعمال الصغار باستعمال شبكات الأنترنت للتعريف بمنتجاتهم والإعلان عنها لأكبر جمهور ممكن.

-تفادي دور الحكومة في التعاملات التجارية فتستطيع المؤسسات أداء تعاملاتها التجارية إلكترونيا دون تدخل الحكومة.

-تسليم بعض المنتجات يكون أيضا رقميا كالمنتجات الإلكترونية مثل البرامج الحاسوبية والتسجيلات الموسيقية وأفلام الفيديو والألعاب الذهنية والكتب الرقمية..الخ.

-تمنح ميزة خاصة للمنتجين في الدول النامية فتمكثهم من تحدي الحدود المكانية والزمانية والمعلوماتية للبحث عن فرص التصدير التي يمكن التمييز بها عبر حدود العالم.

-اعتبار البنك الدولي نسبة الشركات التي تتعامل في إطار التجارة الإلكترونية، وكذلك عائدات التجارة الإلكترونية كمؤشرات التنمية في العلم والتكنولوجيا (جلال ، 2009 ، الصفحات 84-85).

5. تحديات التجارة الإلكترونية في دول الجنوب.

تواجه دول الجنوب وعلى رأسها الدول العربية جملة من التحديات في ممارسة التجارة الإلكترونية ونذكر منها ما يلي:

*ضبط التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية مثل (ما يتعلق بقوانين الأمن الإلكتروني- التوقيع الإلكتروني-المدفوعات الإلكترونية - مخاطر الاحتيال والتواطؤ - حقوق الملكية الفكرية-التعامل المصرفي-التعامل الضريبي - الجمركي - المحاسبي -التحكيم التجاري والدولي إلكترونيا) ليما يتماشى مع المستجدات العالمية في هذا المجال.

*تكييف الهياكل الاقتصادية والإدارية والتي توفر تسهيلات وتساعد في التجارة الإلكترونية مثل مؤسسات النقل ومؤسسات التوزيع ومؤسسات النقد .

*تكوين الاطارات البشرية المؤهلة في استعمال التقنيات المتطورة للإعلام والاتصال.

*التكيف مع تكاليف الاتصالات والبرامج باهظة الثمن في الوطن العربي، والاستنجاد بالأجنبية منها ومحاولة محاكاتها، وحل مشاكل سرعة الإنترنت في الوطن العربي

*تدعيم البحوث التسويقية في مجال التجارة الإلكترونية.

*البحث في تحديد العميل المستهدف وكثرة الطلب وسرعته واحتمال تغيره، وتسهيل دخول المستهلك على المواقع الإلكترونية.

*البحث عن إيجاد والمحافظة على جاذبية المواقع الشركات الإلكترونية.

*نشر الوعي حول أهمية التجارة الإلكترونية للأفراد والمؤسسات التجارية معاً، ودعم ثقة المستهلكين في التسوق عن بعد.

*ضرورة تبني استراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات.

*ضرورة حضور البنوك العربية في صفحات الإنترنت وتخوف بعضها من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام (سراج، 2003، الصفحات 191-192).

6.دراسة لواقع الفجوة الرقمية وتأثيرها على التجارة الإلكترونية العالمية: دراسة مقارنة لعينة من دول الشمال والجنوب 2014-2021

1.6. واقع تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العالم:

1.1.6. تطور استخدام الانترنت في العالم:

عرف العالم تطور وامتداد كبير في الشبكة العنكبوتية (الانترنت) والتي تعتبر من أهم العوامل التي ساعدت على ظهور التجارة الإلكترونية ولهذا سنحاول ابراز نسبة استخدام الانترنت في العالم من سنة 2011 إلى 2019.

الجدول (1): التطور النسبي (%) لاستخدام الانترنت في العالم.

البيان	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
الإجمالي العالمي (%)	31.1	34	36	38.1	40.5	43.3	45.8	49.1	53.6	59.1	62.5
الدول المتطورة	67.7	72.0	73.8	75.7	76.7	81.1	82.4	84.7	86.5	88.3	90.3
الدول النامية	23.3	25.7	27.9	30.1	32.9	35.6	38.4	41.9	47.1	53.3	57.1
الدول الأقل تطوراً	3.8	4.7	5.8	8.6	10.8	13.9	16.8	20.0	22.5	24.6	27

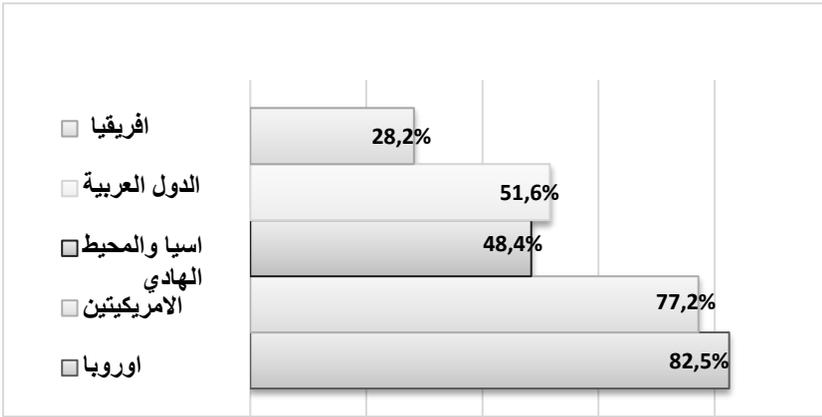
المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات: ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database

نلاحظ أن عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر. حيث سجل العالم سنة 2005

نسبة 16.8% من الاستخدام من عدد سكان العالم ليسجل 31.1% سنة 2011 أي بنسبة نمو

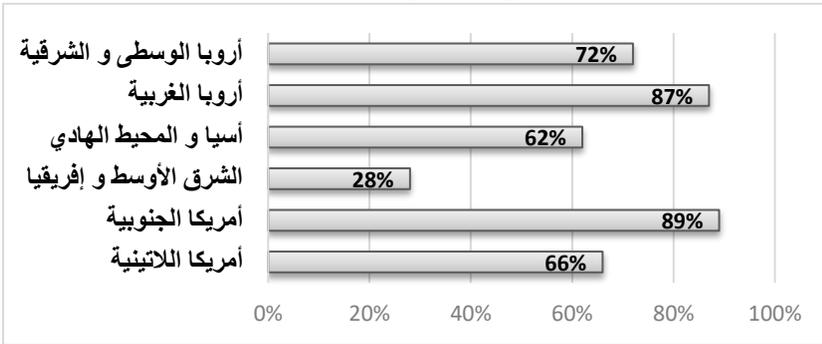
تصل الى 50 % ليتجاوز عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية نصف سكان العالم سنتي 2019 و2020 ليصل إلى 53,6% و 59.1%، ليسجل العالم نسبة استخدام للإنترنت بلغت 62.5% سنة 2021، وهذا راجع للتطور التكنولوجي في العالم الرقمي الذي جعل الإنترنت ذات استعمال واسع في جميع مناحي الحياة، وكان التوزيع النسبي الجغرافي لاستخدام الإنترنت لسنة 2019، 2021 كالتالي:

الشكل (1): التوزيع الجغرافي لاستخدام الإنترنت 2019.



المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات: ITU World Telecommunication/ICT Indicators database

الشكل (2): التوزيع الجغرافي لاستخدام الإنترنت 2021



المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات: ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database

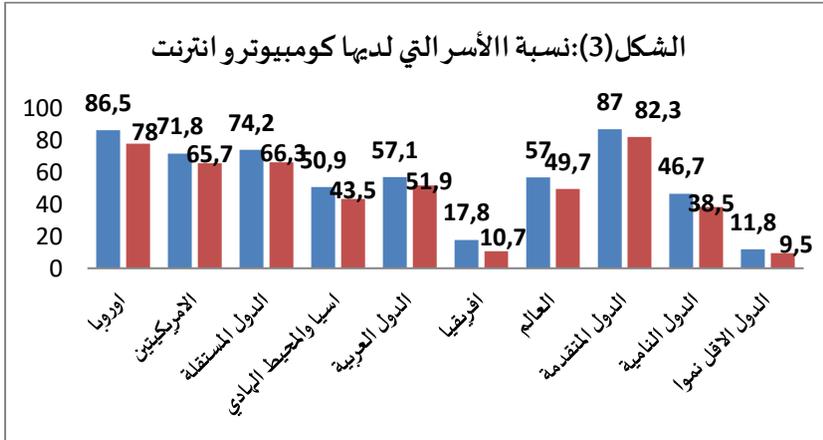
يتبين لنا من خلال الشكلين أن نسبة استخدام الإنترنت لسنة 2019 و2021 احتلت فيها أوروبا وأمريكا الصدارة بنسب تفوق 85%، وهذا راجع للتطور الحاصل في القارتين في جميع مجالات الحياة سواء ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، تلهما القارة الآسيوية بنسبة

تصل حتى 60%، وعلى رأسها الصين التي تسجل نسبة استخدام تصل الى 57.9%، وهذا عن دل على شيء انما يدل على التطور المذهل الذي تعرفه أكبر قوة اقتصادية في العالم في استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال، في حين نجد نصيب القارة السمراء لا يتجاوز 28% أي أقل من ثلث سكانها وهذا بسبب ضعف المستوى التكنولوجي في القارة الإفريقية.

نلاحظ أن نسبة استخدام الانترنت حسب حالة التنمية: أن الدول المتطورة تستخدم الانترنت بنسبة 90.3% أي تقريبا كل سكانها في سنة 2020، والدول النامية نسبة استخدامها 57% أي تقريبا نصف سكانها. أما البلدان الأقل نموا فنسبة استخدامها لم تتعدى 27% من إجمالي سكانها، وما سجلناه أن نسبة استخدام الانترنت في الدول العربية بلغت نسبة 51.6%، وهذا ما يفسر الجهود الحثيثة للمجتمع العربي للولوج لمجتمع المعلومة والاندماج في اقتصاد المعرفة.

2.1.6. نسبة الأسر التي لديها اتصال بالانترنت في المنزل والتي لديها جهاز كمبيوتر:

كما أردنا الأخذ بمؤشر آخر لقياس الفجوة الرقمية وهو نسبة الأسر التي تمتلك أنترنت في المنزل وتحوز جهاز كمبيوتر، وقد كان التوزيع النسبي الجغرافي لامتلاك الأسر للانترنت وجهاز الكمبيوتر عبر العالم لسنة 2019 كالتالي:



المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات: ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database

نلاحظ أن دول الشمال المتطورة تحتل الصدارة في امتلاك أجهزة الاعلام والاتصال بنسبة تصل الى 87% من اجمالي السكان في حين لا تصل دول الجنوب الى تحقيق إجمالي 50% من

امتلاك حاسوب أو أنترنت بالمنزل، ومن خلال تحليلنا لهذه البيانات الإحصائية نستنتج أن هناك فجوة رقمية بين القارات والدول، حيث نلاحظ أن دول الشمال المتطورة تستخدم الانترنت بشكل مكثف في شتى مناحي الحياة وهذا نتيجة ارتفاع المستوى التعليمي، المعرفي، التكنولوجي، الثقافي، والحضاري الذي لم تستطيع الدول النامية والأقل نموا مواكبتها رغم الجهود المبذولة.

3.1.6. نسبة الاستثمار في منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر حصة سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال أهم مؤشر لقياس تطور الدول في مجال الرقمنة، كما أنه يعكس واقع الفجوة الرقمية، ومدى نمو التجارة الالكترونية، والجدول يوضح توزيع حصص صادرات منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال من إجمالي الصادرات العالمية: الجدول (2): حصة صادرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال كنسبة مئوية من إجمالي

الصادرات العالمية:

البيان	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
العالم	10,78%	12,03%	12,13%	12,35%	12,31%	12,51%	14,97%
إفريقيا	0,87%	1,12%	1,05%	0,83%	0,76%	0,99%	1,01%
أمريكا	7,17%	7,70%	7,86%	7,66%	7,22%	7,20%	8,19%
آسيا	18,98%	21,20%	21,59%	22,28%	22,41%	22,85%	27,36%
أوروبا	4,49%	4,64%	4,72%	4,68%	4,60%	4,71%	5,34%
أوقيانوسيا	1,06%	1,34%	1,27%	1,07%	1,02%	1,11%	1,03%
البلدان العربية	0,91%	1,28%	1,16%	3,15%	2,97%	3,80%	1,00%

المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات ITU world telecommunication/ict indicators database

مثلت صادرات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ما يقارب نسبة 10,78 % من إجمالي الصادرات العالمية سنة 2014، وقد شهدت تطورا مستمرا حيث وصلت إلى حدود 15% تقريبا سنة 2020، أي بنسبة نمو تقدر ب 40%، كما تسجل الدول الآسيوية تطور في تجارة سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بنسبة وصلت الى 27.36%، وتعد الصين كرائد في هذا المجال، وتليها القارة الأمريكية بنسبة 8,19%، ثم الدول الأوروبية بمساهمة تصل الى 5.34%، إن هذه النسب تعكس التطور الملحوظ لإنتاج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دول الشمال.، في حين تعكس المساهمة الضعيفة للدول العربية وكذلك الإفريقية التي لا تتعدى 1% من إجمالي

الصادرات الضعف المسجل في انتاج تكنولوجيا الاعلام والاتصال وكذلك عدم القدرة على تصدير منتجات تكنولوجية فائقة المستوى وهو ما يفسر الفجوة الرقمية لدول الجنوب.

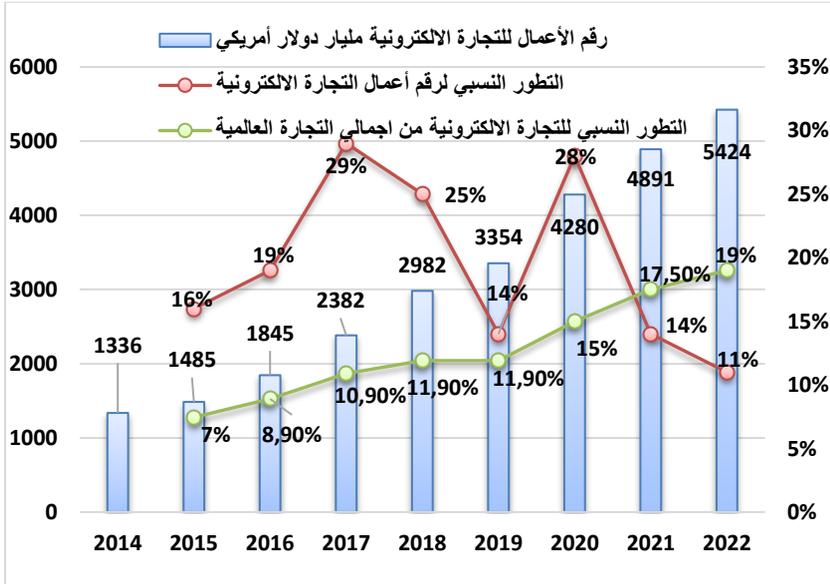
2.6. واقع و آفاق التجارة الإلكترونية العالمية:

1.2.6. تطور التجارة الإلكترونية العالمية:

لقد شهدت التجارة الإلكترونية العالمية تطورا ملحوظا في الدول المتقدمة، في حين مازالت دول العالم النامي لم ترق إلى المستوى المطلوب وسنحاول التطرق لواقع تطور التجارة الإلكترونية في العالم، وإبراز التأخر الملحوظ لدول الجنوب في هذا المجال متأثرين في ذلك بالفجوة الرقمية التي حالت دون ازدهار التعاملات الإلكترونية.

لقد شهد التبادل التجاري الإلكتروني الدولي تناميا ملحوظا خاصة في ظل جائحة كورونا التي عززت أكثر استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في إتمام الصفقات التجارية تحت حتمية التباعد، وفي هذا الصدد يمكن القول أن التجارة الإلكترونية عرفت انتعاشا ملحوظا خاصة في الآونة الأخيرة وذلك بسبب (كوفيد 19) حيث فتحت أمامها الباب واسعا للدخول بقوة وترسيخ ثقافة التجارة الإلكترونية مما يجعلها رائدة في السنوات القادمة.

الشكل (4): تطور رقم أعمال التجارة الإلكترونية 2014-2022.



www.statista.com

المصدر: www.e.marketer.com

تم تسجيل نسبة تطور لرقم أعمال التجارة الإلكترونية تقدر ب 16% سنة 2015 لتحقق ارتفاعا ملحوظا خلال السنوات التالية لينمو بنسبة 25% سنة 2018 ثم عرفت انخفاضا سنة 2019 الذي يعتبر أول عام للجائحة الصحية والتي أحدثت تقلبات في نمو التجارة الخارجية لتصل الى 14%، لتعود للارتفاع من جديد بنسبة تنمو ملحوظ بلغت 50% سنة 2020 مقارنة بسنة 2019 لتسجل بذلك نسبة تطور 28%، اما بالنسبة لنصيب التجارة الإلكترونية من اجمالي التجارة الخارجية سواء كانت الكترونية أم لا ، فقد حققت بدورها تناميا إيجابيا مستمرا انتقل من 7.4% سنة 2015 ليبلغ 17.5% سنة 2021 أي بنسبة نمو تقدر ب136%، بالنسبة للدول التي تحتل الريادة في التبادلات التجارية الإلكترونية العالمية والتي تنتمي كلها لدول الشمال

الجدول (3) الترتيب الدولي لأكبر المتعاملين الدوليين في التجارة الإلكترونية:

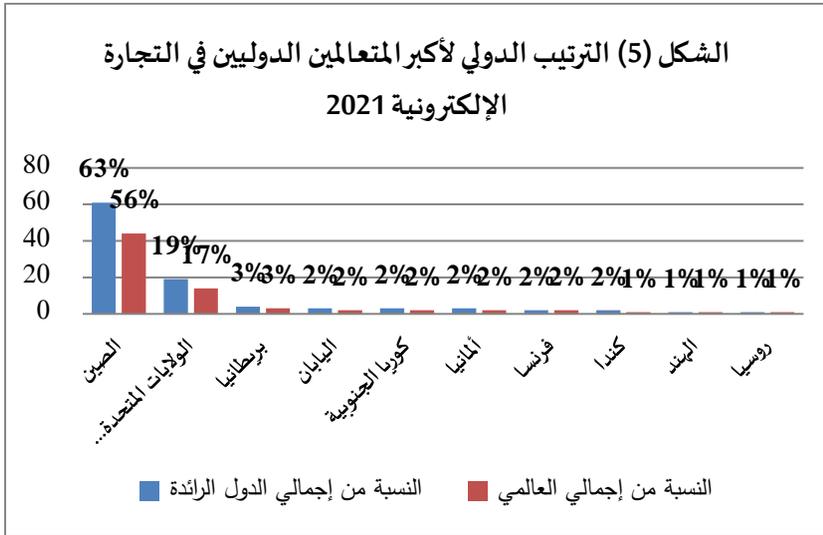
الوحدة مليون دولار أمريكي.

الدول	2019	2020	2021
الصين	15200	19000	27790
الولايات المتحدة الأمريكية	5140	5860	8430
بريطانيا	1279	1419	1690
اليابان	1109	1035	1440
كوريا الجنوبية	876	920	1205
ألمانيا	759	819	1015
فرنسا	622	694	800
كندا	411	498	441
الهند	349	411	675
إجمالي الدول الرائدة	25745	30656	43486
إجمالي عالمي	33540	42800	48910
نسبة إجمالي الدول الرائدة من الإجمالي العالمي	76.75%	71.62%	88.91%

المصدر: www.statista.com

نلاحظ بوضوح أن أكبر القوى الاقتصادية في العالم تحتل الصدارة وتنزع المراتب الريادية في ممارسة التجارة الإلكترونية، ويظهر أن الصين والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا واليابان

تهيمن على سوق التجارة الإلكترونية بنسبة 75% من إجمالي الدول الرائدة إلكترونياً، و50% من إجمالي الدول عالمياً أي تستحوذ على نصف التجارة الإلكترونية والنصف الآخر ينقسم بين دول العالم الأخرى بما فيها دول الجنوب، ونجد أن الصين تصدر المرتبة الأولى لعام 2021 متقدمة بمرتبتين مقارنة بسنة 2018 بنسبة 56% عالمياً و63% من إجمالي الدول الرائدة عالمياً. حيث تعكس الأرقام المسجلة أن نصيب دول الجنوب لا يكاد يصل حتى 1% وهذا ما يوضح أثر الفجوة الرقمية على رواج التجارة الإلكترونية في دول الجنوب التي تعاني من مشاكل تنموية وتأخر في تحقيق اقتصاد الرقمنة والولوج لاقتصاد المعرفة، ويمكن تمثيل الترتيب الدولي لأكبر المتعاملين الدوليين في التجارة الإلكترونية لسنة 2021 كالتالي:



المصدر: من اعداد الباحثات بالاعتماد على الجدول أعلاه.

ويؤكد مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD أن تدفقات التجارة الإلكترونية بين الدول المتقدمة تمثل ما يقارب نسبة 50% من إجمالي التدفقات، ويعود ذلك للتقدم التكنولوجي الكبير في هذه الدول وتبنيها لاقتصاد المعرفة والرقمنة، في حين تمثل التدفقات بين الدول المتقدمة والدول النامية نسبة 0,7% من إجمالي التدفقات، وهي نسبة ضعيفة جداً، كما نجد أن نسبة التدفقات فيما بين الدول النامية ضعيف بنسبة 0,2%، وهذا راجع إلى عدم تطورها في مجال استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ويرجع ذلك للتأخر المشهود في كل

مناحي التنمية الاقتصادية بسبب التحديات الإنمائية المتعددة التي لا تزال متواصلة في هذه البلدان ، وهو ما يعكس الفجوة الرقمية التي تعيشها هذه الدول.

3.6. دراسة مقارنة بين الاتحاد الأوروبي والدول العربية في التجارة الإلكترونية:

سنحاول اجراء دراسة مقارنة بين الاتحاد الاوروبي كنموذج في التبادل التجاري الرقمي، حيث احتل المرتبة الثانية من حيث التطور في التجارة الالكترونية بعد الدول الاسيوية (النمور الاسيوية)، وتتصدر معظم دول الاتحاد الأوروبي المرتبة الأولى عالمياً، والدول العربية كنموذج للفجوة الرقمية على الرغم من أننا أخذنا أكبر الدول العربية التي تعرف تطورا في استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطورا في التجارة الالكترونية مقارنة بباقي الدول العربية، حيث سعت الى تطويع تلك التقنيات لدفع عجلة التجارة إلى الأمام غير أنه بالنسبة للدول العربية لا تزال متأخرة خاصة في ظل ازدياد حجم الفجوة الرقمية والتكنولوجية التي تمثل سببا أساسيا لتراجع معدلات التجارة الالكترونية.

1.3.6. واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية:

بلغ إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية سنة 2010 ما يقارب 3.3 مليار دولار، أما سنة 2011 بلغ إجمالي المبيعات 5 مليار دولار، وسجل العالم العربي مبيعات بحجم 15 مليار دولار سنة 2015، أما بالنسبة لسنة 2020 فسجل 13,4 مليار دولار، إن هذا النمو الملاحظ في تطور رقم الأعمال يعكس الجهود المبذولة في استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ممارسة التجارة الخارجية، وحسب تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الخاص بمؤشر التجارة الالكترونية 2019 بلغت مبيعات التجارة الالكترونية للدول العربية الرائدة في هذا المجال بالترتيب كالتالي:

الجدول (4): مبيعات التجارة الإلكترونية في الدول العربية 2019:

البلد	الامارات	السعودية	قطر	الكويت	لبنان	الأردن
مبيعات التجارة الالكترونية:	2,3 مليار دولار	1,5 مليار دولار	1,4 مليار دولار	0,56 مليار دولار	0,28 مليار دولار	0,21 مليار دولار

المصدر: www.oecd.org

نلاحظ أن دولة الإمارات تصدرت الدول العربية في ممارسة التجارة الالكترونية، واحتلت المرتبة 28 عالميا وتصدرت قائمة الدول العربية في مؤشر التنافسية العالمية ومؤشر أداء الأعمال وتليها أيضا كل من قطر 47 عالميا والسعودية 48 والكويت 55 وسلطنة عمان 59 والبحرين 65، ونلاحظ أن هذه الدول الستة الأولى عربيا هي دول مجلس التعاون الخليجي وهي الدول التي تأخذ بنظام الاقتصاد الحر والأكثر اندماجا في السوق العالمي، وتنقسم الدول العربية حسب ترتيبها العالمي في ممارسة التجارة الالكترونية إلى ثلاثة مجموعات:

الجدول(5): الترتيب الدولي للدول العربية في ممارسة التجارة الالكترونية.

الترتيب العالمي	المجموعة الثالثة: الدول (101-152) السائرة في طريق النمو	الترتيب العالمي	المجموعة الثانية: (51-100) مجموعة الدول الصاعدة	الترتيب العالمي	المجموعة الأولى: (1-50) مجموعة التطور السريع
102	مصر	55	الكويت	28	الإمارات
107	الجزائر	59	سلطنة عمان	47	قطر
109	ليبيا	65	البحرين	49	السعودية
124	جيبوتي	68	لبنان		
130	السودان	70	تونس		
131	العراق	87	الأردن		
134	سوريا	95	المغرب		
141	اليمن				
145	موريتانيا				
149	جزر القمر				

المصدر: www.oecd.org

تذلت أغلبية الدول العربية الدول العشر الأخيرة في المجموعة الثالثة.

2.3.6. واقع التجارة الالكترونية في الاتحاد الأوروبي:

يحتل الاتحاد الاوروي المرتبة الثانية من حيث التطور في مجال التجارة الالكترونية ومن

خلال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الجدول (6): التجارة الالكترونية في الاتحاد الأوروبي:

السنة	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
رقم أعمال التجارة الالكترونية بمليار اورو	402	455	510	598	660	636	717
نسبة تطور رقم الأعمال	-	%13.18	%12.08	%17.25	%10.36	%-3.63	%12.73
نسبة تطور رقم أعمال من الاجمالي العالمي	%37	%36	%34	%31	%30	%23	%20

المصدر: www.fevad.com fédération e-commerce et vente à distance

يمثل الاتحاد الأوروبي 30%، من إجمالي رقم الأعمال للتجارة الإلكترونية الدولية، ويأتي ضمن المراكز الأولى في الترتيب الدولي للتبادل التجاري الالكتروني، حيث وصل حتى 12.73% في سنة 2020، اي بنسبة نمو تقدر ب 78% ما بين 2014 و2020، كما مثل التواجد الرقمي تجاريا للاتحاد الأوروبي ما يتراوح ما بين 20% و37% من اجمالي المبادلات التجارية الالكترونية الدولية.

جدول (7): ترتيب الدول الأكثر مبيعات في التجارة الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي:

البيان	2018	2019
المملكة المتحدة	174,9 مليار اورو	200 مليار اورو
فرنسا	92,6 مليار اورو	103 مليار اورو
اسبانيا	28 مليار اورو	53 مليار اورو
ألمانيا	/	94 مليار اورو
ايطاليا	27,4 مليار اورو	32 مليار اورو

المصدر: www.fevad.com fédération e-commerce et vente à distance

ويهدف اجراء مقارنة بسيطة بين الدول العربية المذكورة اعلاه ودول الاتحاد الأوروبي فيما يخص التجارة الالكترونية، أخذنا بمتوسط سعر الصرف لسنة 2019، حيث أن:

$$1 \text{ euro} = 1.2188 \text{ dollard} \quad 1 \text{ dollar} = 0.8203 \text{ euro}$$

جدول (8): مقارنة لرقم أعمال التجارة الالكترونية في الاتحاد الاوروبي والدول العربية
2019.

رقم أعمال التجارة الالكترونية	الدولة	رقم أعمال التجارة الالكترونية	الدولة
2,3 مليار دولار	الإمارات	243 مليار دولار	المملكة المتحدة
1.5 مليار دولار	السعودية	125 مليار دولار	فرنسا
1.4 مليار دولار	قطر	114 مليار دولار	المانيا
0.56 مليار دولار	الكويت	64 مليار دولار	اسبانيا
0.28 مليار دولار	لبنان	39 مليار دولار	ايطاليا

المصدر: من اعداد الباحثات.

إن الحضور التجاري الالكتروني للدول العربية التي تحتل الصدارة الكترونية في الوطن العربي لا يتعدى 1% من إجمالي العالمي لسنة 2019، وكذلك لا يتعدى 1% بالنسبة لإجمالي التجارة الالكترونية في الاتحاد الأوروبي رغم أن هناك طفرة كبيرة في الدخول الى التجارة الالكترونية في الوطن العربي منذ بداية 2010، حيث كانت نسبة المتعاملين حوالي 15%، وأصبحت في تزايد إلى أن وصلت حالياً إلى 39%، ورغم أنه معدل متزايد ومستمر غير أنه يعتبر بطيء، وهذا ان دل على شيء انما يدل على الهوة أو الفجوة الرقمية التي تميز العالم العربي عن الاتحاد الأوروبي وعن الدول المتقدمة صناعياً واقتصادياً، والتي تتباين جلياً في استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال وفي ممارسة التجارة الالكترونية، كما تبقى طريقة الدفع عند الاستلام نسبتها أكبر من طريقة الدفع عبر الأنترنت والتي بلغت نسبتها 30% في دول الخليج .

خاتمة:

لقد عرف الاقتصاد الرقمي تطوراً متسارعاً، حيث أرسى تكنولوجيا المعلومات والاتصال أسس جديدة للتجارة الدولية تقوم على استعمال الدعائم الرقمية المتطورة، خاصة في دول الشمال المتطورة، وعلى الرغم من التقدم المشهود للتطور الرقمي مازالت دول الجنوب النامية والسائرة في طريق النمو تعاني من الهوة الرقمية التي أثرت على الاقتصاد الرقمي بما في ذلك البنية الهيكلية والتقسيم الدولي للتجارة الالكترونية الدولية حيث اقتصر التحولات الحديثة للتجارة الدولية على التعاملات التجارية الرقمية الدولية دون التأثير على بنيتها الجغرافية

والهيكلية، فهي امتداد واستمرارية لواقع التبادل التجاري القديم الذي تسيطر فيه الدول المصنعة الكبرى على المراتب الأولى للتصدير، وتلعب فيه الاقتصاديات النامية والسائرة في طريق النمو دور المستهلك الأول للمنتجات المصنعة، وقد أسفرت الفجوة الرقمية عن تأخر التجارة الالكترونية التي عرفت انتشارا واسعا في اقتصاديات الشمال أما اقتصاديات الجنوب فلم تستطع لحد الآن الاستفادة من كافة الفرص التي تمنحها الرقمنة في التجارة الالكترونية، وعليه وقفت الدراسة على النتائج التالية:

1- يعتبر تطوير تكنولوجيا الاعلام والاتصال ركيزة أساسية في تطور الاقتصاد الرقمي بما في ذلك التجارة الالكترونية.

2- يكشف واقع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في دول الجنوب عن وجود هوة رقمية بين بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاعلام والاتصال فيها، وبلدان لا زالت متعثرة في هذا المجال.

3- عرفت التجارة الالكترونية في دول الشمال انتشارا واسع وتطورا متقدما نظرا للتطور الكبير في انتاج واستعمال تكنولوجيا الرقمنة.

4- أثرت الهوة الرقمية بشكل كبير في تطوير التبادل الالكتروني في اقتصاديات الجنوب.

وسعيا للحد من الفجوة الرقمية في دول الجنوب، والاتحاق بركب الاقتصاد الرقمي ومن ثم

الاقتصاد المبني على المعرفة وتبني التجارة الالكترونية يجب العمل بالاقترحات التالية:

* مواصلة العمل لتطوير البنية التحتية للاتصالات، حيث ما زالت دول الجنوب تعاني جملة

مشكلات من حيث الثمن المرتفع نسبياً، موجات التردد وبطء الإنترنت وعدم توافر خطوط

الهاتف بالشكل المطلوب في بعض الدول العربية.

* إرساء التشريع القانوني حيث هناك غياب للتشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم

عمل التجارة الإلكترونية وبشكل أساسي المتعلقة بالتحويلات المصرفية أو الحماية أو منع

الغش والتزوير والقتص والسراقات الإلكترونية.

* العمل على دعم قدرات التطوير وتصميم البرامج في دول الجنوب، حيث لم يتم تحويل هذه

القدرات إلى طاقات إنتاجية مؤثرة لقطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يؤدي إلى

زيادة تخلفنا باللاحق بالعالم الإلكتروني الجديد.

*تشجيع أنشطة البحوث والتطوير حيث تدل المؤشرات على تدني مستويات القدرة العلمية والتكنولوجية لدول الجنوب، مع تواضع أعداد العلماء والباحثين، حيث إن موازنة البحوث العلمية والتكنولوجية لا تتجاوز 0.07% من إجمالي الناتج القومي العربي.

*ضمان الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الشركات ومراسلاتها عبر الشبكة.

* ضمان عمليات الدفع الإلكتروني حيث قد يستغل بعضهم رقم بطاقة ائتمان المشتري أو قد يتم التعامل مع جهات غير موجودة في الواقع فقد لا يوجد مستهلك حقيقي أو شركة حقيقية.

وكأفاق بحث مستقبلية، نقترح بعض المواضيع للدراسة:

* آليات إصدار النقود الإلكترونية وتشجيع استعمالها من طرف الشركات والمستهلكين.

*آفاق نشر الوعي والثقة في استعمال التبادل التجاري الإلكتروني.

*الآفاق الواعدة التي تمنحها التجارة الإلكترونية لدول الجنوب للولوج للأسواق العالمية من خلال التعريف بمنتجاتها مباشرة عبر وسائط الاتصال الإلكترونية.

المراجع

cont bernard « Disponible sur le web : [http : //www.lenig.unoutreal.co/cours/geo_3462/fracture_num %23% Afrique .PDF](http://www.lenig.unoutreal.co/cours/geo_3462/fracture_num%23%20Afrique.PDF) .(2001).

ITU « the ICT. Development Index Geneva. », (2010).

Rallet Fabrice Rochelandet Alain. (2004) . la fracture numérique, une faille sans fondement ? réseau, vol 22, N :128-127°la voidier.

الصوفي عبد اللطيف. (2002). مجتمع المعلومات والفجوة المعلوماتية: أسبابها وسبل تقليصها. مجلة المكتبات والمعلومات، العدد2.

العوفي دليلة . (2006-2007). مجتمع المعلومات في الجزائر، واقع الفجوة الرقمية. الجزائر: مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر.

تنيو كزتا . (2019-2020). " دور التحول نحو الاقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية الاقتصادية " دراسة حالة الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. جامعة عبد الحميد مهري- قسنطينة: كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير.

شارف علال رمضانى عبد الله. (2016). التحديات العربية لتضييق الفجوة الرقمية "نحو تكامل اقتصادى عربى معرفى"، . بشار: مجلة البشائر الاقتصادية، العدد6.

عبد الله حمود.ع سراج. (2003). "التسويق والتجارة الالكترونية فى الدول العربية التحديات التى تواجهها وسبل التغلب عليها"، . بسكرة: مجلة العلوم الإنسانية، العدد5، جامعة محمد خيضر.

على نادية الحجازى نبيل . (2005). الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة". الإسكندرية: كنب عالم المعرفة. فؤاد نهال. (2012). تقنيات مجتمع المعلومات فى البيئة الرقمية"، . جامعة الإسكندرية: دار المعرفة.

لعقاب محمد. (2003). مجتمع الإعلام والمعلومات -ماهيته وخصائصه. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والوزيع.

ناصر جلال . (2009). "الاستثمار والشركات المتعددة الجنسية: الأسلوب العلمى لحماية الملكية الفكرية". القاهرة: دار الكتاب الحديث.