

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / ماجستير ادارة المشاريع



عنوان البحث

أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية

إعداد الطالب/

فيصل ثامر الشمري - 233002100

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

العام الدراسي: : الفصل الثالث

2024

الملخص :

من خلال مناقشة و تحديد أهدافه والتي هي : تسليط الضوء على نظام حديث في التجارة والتعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية. والتعرف على الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة المحلية والتعرف على اثر التجارة الإلكترونية في الأسواق المحلية . لقد تم الاعتماد في إنجاز هذا العمل، على المنهج الوصفي للإلمام بموضوع الدراسة وتقديم تفاصيل عن أهم جوانبه وهذا باستخدام الأدوات والمراجع المكتبية المتوفرة من كتب وكذا الاطلاع على بعض المقالات الاقتصادية وكذا المذكرات التي سبق وأن تناول فيها أصحابها موضوع الدراسة، مع أخذ بعض المعلومات من شبكة الإنترنت والأقراص المضغوطة التي تحمل معلومات حول موضوع الدراسة وأهمية الدراسة المعرفة الدقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية وآثارها في الاقتصاد العالمي . والدوافع لإقامة هذه التجارة وما تتوافر عليه من إيجابيات وتأثير التجارة الإلكترونية على السوق المحلية و كانت الإشكالية الرئيسية ما أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية و فرضيات الدراسة يمكن أن ننطلق من فرضيات تدرج ضمن دراستنا للتجارة الإلكترونية والتي تتمثل فيما يلي فرضية أن التجارة الإلكترونية مجال واسع لا يمكن تحديده لا جغرافيا ولا سياسيا . وتعدد واختلاف وسائل الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية حسب نوع المعاملات فيها . أما مجال وحدود الدراسة نظرا لأن عالم التجارة الإلكترونية واسع جدا، فإن الإلمام بكل ما يتعلق بذلك يتوجب الإبحار والتعمق في معلوماته وبالتالي حاولنا الاجتهاد في جمع المعلومات من أهم ما كتب في التجارة الإلكترونية . لقد اعتمدنا في تقسيم هذا البحث على فصلين بالإضافة الى فصل الدراسات السابقة قمنا فيهما بالإجابة على الإشكال والأسئلة الفرعية المطروحة وللوصول إلى تأكيد أو نفي الفرضيات المبينة مسبق

المقدمة

في هذا العصر تتميز حياة الإنسان بممارسة أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة، تعدت الحدود المادية والجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملاته . ومن بين هذه المصطلحات الجديدة هو مصطلح "التجارة الإلكترونية" الذي أصبح يتداول في الاستخدام العادي للأفراد .

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، تعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الإنترنت، الهاتف والفاكس والتلكس إلى غيرها من التقنيات التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة، حتى سداد مقابل الوفاء في هذه التجارة فإنه يتم بطريقة إلكترونية وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق بطاقات الدفع والانتماء¹.

وتشمل التجارة الإلكترونية كل المعاملات التجارية، من بيع وشراء للسلع والخدمات وقد اعتبرها المحللين الاقتصاديين بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات وترويجها .

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقاً واحداً تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم².

¹ جبريل، سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012، ص 12

² العوضي، أحمد عبدالله، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010، ص 30

و ترتبط الإنتاجية بالتنافسية وفق علاقة تكاملية، إذ يلاحظ في كثير من الأحيان أن بعض الدول تتساوى من حيث حجم الإنتاج إلا أنها تتفاوت من حيث استهلاك عوامل الإنتاج، مما يسمح للدول ذات الاستهلاك الأقل لعوامل الإنتاج بزيادة إنتاجيتها وفرض أسعار أقل في الأسواق (أسعار تنافسية)، الأمر الذي يجعلها قادرة على زيادة حصتها السوقية في الأسواق الدولية، أي أن الإنتاجية تعمل على خفض سعر التكلفة وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات في الأسواق، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في مجال المنافسة وتأثيرها الإيجابي في زيادة الدخل الوطني وتحسين مستوى المعيشة. وتلعب التجارة الإلكترونية دور ذو أهمية في تحسين مستوى الإنتاجية على قدر درجة توظيفها في سلسلة القيمة، من خلال المساهمة في خفض تكاليف التوزيع، وتكاليف الإنتاج، واحداث تغييرات في سلسلة القيمة المضافة في المؤسسات الاقتصادية، كما تساهم التجارة الإلكترونية بدرجة كبيرة في تنظيم وإدارة تنظيم السوق، من خلال التأثير على السعر التوازني وتكثيف المنافسة من خلال الانفتاح على الأسواق الدولية. من جانب آخر، فإن الأثر المباشر للتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي يظهر من خلال مقارنة إلغاء حواجز النمو، حيث تؤكد هذه المقاربة على أن السبيل لتعزيز الإنتاجية و من ثم النمو الاقتصادي هو وجود إطار للسياسات الاقتصادية التي تشجع المنافسة في كافة القطاعات، فقد أثبتت الدراسات تباين معدلات النمو الاقتصادي على حسب درجة الانفتاح، فالصناعات الأوربية قد أبقت على الهياكل والعمليات التي تعيق الإنتاجية في الكثير من القطاعات بسبب نقص الضغوط التنافسية، فزيادة مقدمة بالمنافسة تسمح للمشروعات الأعلى إنتاجية بالحصول على حصة سوقية أكبر وخلق مناصب شغل أكثر، أما المشروعات الأقل إنتاجية فتضطر إما إلى تحسين إنتاجيتها أو الخروج من السوق.

وعلى ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية، حاولنا في هذا البحث و أثره على المنافسة في الأسواق المحلية لقيام بتوضيح مفهوم التجارة الإلكترونية وهذا نظراً لكون المصطلح حديث وسنعتي أيضاً نظرة حول تطورها وحجمها، وما هي السبل العملية للتحويل من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية و أثرها على الأسواق المحلية

أهمية الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المهمة حيث أنه لم يتم بحث هذا الموضوع مسبقاً في اثر التجارة الإلكترونية على المنافسة فب الأسواق المحلية إذ أن موضوعها، يكاد يكون موضع

اهتمام العديد من القطاعات . حيث تأتي أهمية البحث من الأهمية البالغة التي أصبحت تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خصوصاً فيما يتعلق بعلم الاقتصاد والتجارة الدولية، حيث أصبحت التغيرات متلاحقة وسريعة وأصبح لا مناص من ملاحقة هذا التحول والتطور، وذلك للحفاظ على المؤسسات الوطنية من الإنقراض والتآكل أمام الشركات والمؤسسات العملاقة، وعلى الرغم من التحديات الكبيرة للتجارة الإلكترونية إلا أنها توفر فرصاً كبيرة يجب استثمارها لتحسين قدرة الشركات الوطنية على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية.

تحدد أهمية البحث بالآتي:

الجانب العلمي

1 – المعرفة الدقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية وآثارها في الاقتصاد العالمي .

2 – الدوافع لإقامة هذه التجارة وما تتوافر عليه من إيجابيات .

3- تأثير التجارة الإلكترونية على السوق المحلية

الجانب العملي :

1. تأتي أهمية الدراسة باعتمادها على مراجع حديثة، شكلت النسبة الأكبر من مجموع المراجع المعتمدة، ولاسيما الأجنبية منها.

2. تعد هذه الدراسة الأولى – حسب علم الباحث – التي تناولت متغيرات التجارة الإلكترونية والأسواق المحلية معاً.

3. تكمن أهمية الدراسة في محاولة إبراز أثر التجارة الإلكترونية على الأسواق المحلية من حيث المنافسة عليها من وجهة نظر المبحوثين والتعرف على واقعها.

أهداف الدراسة :

تحاول هذه الدراسة إلقاء الدور على مدى أهمية التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر والدور الذي يمكن أن تلعبه في النمو الاقتصادي للدول، والتأكيد على أنه بالرغم من التحديات التي تمثلها إلا أن هناك أيضاً فرصاً يمكن استثمارها إذا أحسنت المؤسسات استغلالها واستطاعت أن تتغلب على عائق الفجوة التكنولوجية واستطاعت ملاحقة التطورات العالمية.

وذلك من خلال

- 1 – المساهمة الجادة في تقديم عرض مفاهيمي وتطبيقي يتناول احد المفاهيم الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات وهو التجارة الالكترونية والاطراف المتعاملة بها والجهات المستفيدة منها.
- 2- محاولة تشخيص وتحديد وتفسير طبيعة العلاقة فيما بين استخدام التجارة الالكترونية والأسواق المحلية وبيان اثر كل منهما على الآخر .
- 3 – محاولة إثراء المكتبة الجماعية بمواضيع تخص المفاهيم الجديدة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في المجال الاقتصادي .
- 4 – محاولات التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في العالم العربي .
- 5 - التعرف على اثر التجارة الإلكترونية في الأسواق المحلية

الإشكالية الرئيسية :

تتمثل مشكلة الدراسة في عدم توفر الوعي الكافي لدى البعض بأهمية التجارة الإلكترونية وما يمكن أن توفره من فرص جديدة وآفاق واسعة أمام الأفراد والمؤسسات الاقتصادية ، خاصة في ظل التحولات الهائلة بف عالم الاقتصاد والتجارة وتأثير التقدم التكنولوجي، واحلال التقنيات الحديثة في كل ميادين للتطور النشاط الإنساني وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومرتكز والتنمية

وعلى الرغم من وجود بعض الدول العربية التي تنبعت مؤخرا إلى ضرورة الدخول في عالم الاقتصاد الرقمي، وبدأت بوضع ورصد الإمكانيات والسياسات اللازمة لتحقيق هذا الهدف، فإنه توجد دول عربية أخرى حققت تطورات إيجابية في إمكانية الحصول على نتائج وانجازات من الممكن أن تساهم في نقل هذه الاقتصادات العربية إلى عصر الاقتصاد المعلوماتي الرقمي .

وبالتالي لابد من الوقوف على واقع التجارة الإلكترونية وأهميتها ومدى توفر المتطلبات الأساسية اللازمة لتفعيلها باعتبارها أهم صور تطبيقات الاقتصاد الرقمي في العالم

وعلى ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية، حاولنا في هذا البحث وأثره على المنافسة في الأسواق المحلية لقيام بتوضيح مفهوم التجارة الإلكترونية وهذا نظراً لكون

المصطلح حديث وسنغطي أيضا نظرة حول تطورها وحجمها، وما هي السبل العملية للتحويل من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية و أثرها على الأسواق المحلية و عليه فإن هذه تمثل المشكلة الرئيسية التي يقوم عليها البحث .

وبالتالي لابد من الوقوف على واقع التجارة الإلكترونية وأهميتها ومدى توفر المتطلبات الأساسية اللازمة لتفعيلها باعتبارها أهم صور تطبيقات الاقتصاد الرقمي في العالم لذا كان السؤال الرئيسي للبحث :

ما أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية ؟

وللإجابة عن هذا كان لابد لنا من المرور على الأسئلة الفرعية التالية :

- 1 – ما مفهوم التجارة الإلكترونية ووسائل ونظم الدفع فيها؟
- 2 – أهم الجرائم التي ترتكب في التجارة الإلكترونية وما سبل حمايتها؟
- 3 – ما مدى اتجاه الوطن العربي إلى دخول التجارة الإلكترونية؟
- 4- كيف اثرت التجارة الإلكترونية على التجارة المحلية ؟

المنهج وأدوات الدراسة :

لقد تم الاعتماد في إنجاز هذا العمل، على المنهج الوصفي للإلمام بموضوع الدراسة وتقديم تفصيلات عن أهم جوانبه وهذا باستخدام الأدوات والمراجع المكتبية المتوفرة من كتب وكذا الاطلاع على بعض المقالات الاقتصادية وكذا المذكرات التي سبق وأن تناول فيها أصحابها موضوع الدراسة، مع أخذ بعض المعلومات من شبكة الإنترنت والأقراص المضغوطة التي تحمل معلومات حول موضوع الدراسة

فرضيات الدراسة :

للإجابة على التساؤلات السابقة تم الاعتماد على مجموعة من الفرضيات، تمت صياغتها كما يلي :

الفرض الأول: تتطلب سوق المنافسة وجود عدد كبير من البائعين كالمشتريين.

الفرض الثاني: حرية الدخول والخروج من السوق:

الفرض الثالث: تجانس وحدات السلعة المنتجة من حيث الشكل واللون والجودة

الفرض الرابع: المعلومات عن السوق متوفرة للجميع والأسعار معلومة:

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة أهم الدراسات في مجال التجارة الإلكترونية يمكن الإشارة إلى الدراسات التالية:

انطلقت دراسة (العوضي، 2010) من أن التجارة الإلكترونية تعود إلى الثلاثون عاما الأخيرة من القرن العشرين، وتعتمد على الحاسب الآلي والشبكة العنقودية حتى أصبحت في الوقت الحاضر أمرا ضروريا لنمو الاقتصاد العالمي والإقليمي والمحلي، وقد اعتبرها المحللون بأنها من العوامل المؤثرة في الرواج الاقتصادي .

وقد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية وآثارها في الاقتصاد العالمي والتعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، بالإضافة إلى التعرف على أهم المخاطر التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية ووسائل مجابهتها .

وترى الدراسة أنه أصبح على الدول العربية أن تقوم بالاتحاد والنهوض باقتصادها ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال وعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الكويتية إلى اختراق الأسواق العالمية، إضافة إلى تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات وتحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية.

أما دراسة (علام، 2010) فقد رأت أنه في ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية والإسلامية، أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذا تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي، نجد أنه تختلف صورة التجارة الإلكترونية في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم إذا عاينا واقع التجارة الإلكترونية في العالم الغربي والعالم العربي، إذ نجد العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية، حيث نجد أن معظم الدول العربية ما زالت متخلفة عن ركب التعاملات الإلكترونية

وتبين من الدراسة أن التقدم الهائل في وسائل الاتصال عن بعد، والتجارة الإلكترونية أصبح سمة من سمات ما يسمى الاقتصاد الجديد بما يحقق الأمل في تحقيق عولمة عادلة بأسلوب غير تقليدي مخالف للفكر التقليدي القائل بأن هناك مراحل ضرورية لنمو الاقتصاد، فافتقاد العرب لهذه التقنيات نتيجة ارتفاع تكلفة الحصول عليها لا يكون مانعا من تضافر الجهود لاكتساب مثل هذه التقنيات الحديثة التي يمكنها أن تساهم في تفعيل وتحريك اقتصادياتها بما يتوافق مع المعطيات الاقتصادية العالمية.

وبالتالي فإن الحاجة الملحة لإدراك التجارة الإلكترونية لم تعد خيارا نقبل به أو نرفضه، وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم، وإضافة إلى ذلك يجب على العالم ككل أن يولي اهتمامه الكبير إلى المحتوى العربي من الناحية اللغوية والناحية الثقافية لمجابهة التقدم والثورات السريعة والمتلاحقة في عالم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

بينما ترى دراسة (ديمش، 2011) أن التجارة بشكل عام عرفت عبر قرون عديدة تطورات مختلفة، ولعل ما يميز هذا النشاط في عصر اليوم هو تعاظم دور التكنولوجيا والسعي إلى الاستفادة القصوى من فوائدها لممارسة نمط حديث من المبادلات يعرف بالتجارة الإلكترونية، والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا وقد استطاعت هذه التجارة أن تنتشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام، كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا. فقد أصبحت التجارة الإلكترونية حقيقة واقعية ليس في البلدان المتقدمة فقط بل في جميع بقاع العالم.

وترى الدراسة أنه على الرغم من التوجهات المتزايدة نحو التجارة الإلكترونية، إلا أن ذلك لا يمنع من القول بأن الأمر ينطوي على تحديات عديدة جعلت دول العالم لا تستفيد من التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة في التجربة وتركز الدراسة على تجربة الجزائر حيث رأت الدراسة أنها لم تحقق بعد النهضة والانطلاقة المرجوة، ولا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محتشما وفي مراحله الأولى

وعلى الرغم من الإجراءات التي اتخذتها الدولة إلا أن ركوب الجزائر لقطار النمو واللاحق بالدول السارية إلى التقدم التكنولوجي وتبني التجارة الإلكترونية، يحتاج إلى التركيز على مجموعة من المقومات وإحداث تغييرات جذرية في مجالات شتى لتذليل العقبات المعرقة

لانطلاق هذه التجارة في الجزائر. فلا تجارة الكترونية دون استراتيجيات وسياسات وطنية تغطي مسائل البناء التقني والتعليمي والتأهيلي والبناء المؤسسي والقانوني.

أما دراسة (جبريل، 2012) فقد هدفت إلى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين، ومعرفة التحديات المستقبلية التي تواجهها، وحاولت الدراسة التعرف على مفهوم وتعريف التجارة الإلكترونية، وخصائصها، وتأثيرها على المستهلكين، والشركات والاقتصاد بشكل عام، والتعرف على المتطلبات التكنولوجية للتجارة الإلكترونية، ومعرفة جاهزية المجتمع الفلسطيني لممارسة التجارة الإلكترونية، والتعرف على البيئة القانونية للتجارة الإلكترونية في فلسطين، والتطرق للتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في فلسطين.

وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على توفير بيئة قانونية ملائمة للتجارة الإلكترونية، وأيضاً توفير البنية التحتية التكنولوجية المتطورة، وتوفير أدوات الدفع الإلكترونية، وضرورة الاستفادة الشركات من التجارة الإلكترونية في تعزيز مكانتها في السوق، وحث الحكومة على وضع الحلول المناسبة للتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية.

رأسة حابت أمال (2015): أطروحة دكتوراه بعنوان: التجارة الإلكترونية في الجزائر :

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل النصوص الوضعية بما فيها التقليدية والتعديلات الحديثة بشأن التعامل إلكتروني لتنظيم نشاط التجارة الإلكترونية وحمايتها، ويعتبر القانون المدني من أول القوانين التي تضمن في تعديله مصطلح إلكتروني من خلال قبوله للسندات الإلكترونية في الإثبات إلى جانب القانون التجاري تلتها قوانين أخرى أهمها القانون البنكي، مع إهمال جوانب عديدة تعتبر أساسية في تشجيع نمو التجارة الإلكترونية، أما بخصوص حماية هذا النشاط فقد حظي باهتمام جنائي دون مدني .

دراسة: عبيدي شهرزاد (2016)، أطروحة دكتوراه تحت عنوان: الانترنت والتجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تهدف هذه الدراسة إلى إثبات أنه بإمكان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اكتساب مزايا تنافسية من خلال اعتمادها على الانترنت والتجارة الإلكترونية، ولتحقيق الغرض من الدراسة استخدمت استبيان لجمع البيانات في العديد من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، و بعد المعالجة الإحصائية للبيانات كشفت الدراسة أن هناك علاقة بين اعتماد الانترنت و التجارة الإلكترونية و تحقيق المزايا التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

الدراسات الأجنبية :

دراسة Mickael Boutros (2014)

Le droit du commerce électronique : une approche de la protection du cyber consommateur

يهتم موضوع هذه الأطروحة بحماية المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية، خاصة بتحليل الأطر القانونية التي تسمح بتبني العقود القانونية في العالم الافتراضي فطبيعة التجارة الإلكترونية تفرض على المشرع التأقلم مع معايير القانون الدولي والحقوق العامة للمستهلك، فالإشكالية تكمن في أن العقود الإلكترونية تخضع للقانون المشترك والتي تعتبر غير كافية وتحتاج إلى تطبيق معايير خاصة. هذه الدراسة اهتمت بصفة خاصة بالبنية القانونية للتجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية، فطبيعة هذه المعاملات فرضت على الهيئات التشريعية التأقلم مع العالم الافتراضي لتحسين الثقة المتعاملين الإلكترونيين.

دراسة Ufuk Baytar (2015)

The impact of e-commerce on economic growth : A bibliometric study

حسب هذه الدراسة فإن العامل الأساسي للنمو الاقتصادي يتمثل في الابتكار، والتجارة الإلكترونية هي مثال عن الابتكار مما يجعلها إحدى المحددات للنمو الاقتصادي، وقد حددت هذه الدراسة مجموعة من عوامل يمكن من خلالها للتجارة الإلكترونية أن تؤثر على النم الاقتصادي إذ اعتمدت على التحليل البليومتري للإنتاج العلمين، هذا الأخير يلعب دور كبير في النمو الاقتصادي. وقد أظهرت هذه الدراسة ارتباط معنوي بين التجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي.

دراسة Irina Albastroiu (2007)

Contribution of the e-commerce to the economic development

تعتبر هذه الدراسة أن المعرفة هي العامل الأساسي في دالة الإنتاج، فالابتكار والتطور التقني يساهم بشكل كبير في تطوير الاقتصاديات واستدامة معدلات النمو، التجارة الإلكترونية تعتبر المفتاح لتحسين تنافسية المؤسسات في الاقتصاد المعلوماتي فهي تسمح بدخول قطاعات سوقية

جديدة، زيادة سرعة تطوير الأعمال، زيادة مرونة السياسات التجارية خفض تكاليف المبيعات والإشهار وتبسيط العمليات التنظيمية... إلخ..

دراسة Rana Deljavan ; Davoud Norouzi (2016):

The impact of e-commerce and R&D on economic development in some selected countries

تبحث هذه الدراسة في علاقة التجارة الإلكترونية والبحث والتطوير على النمو الاقتصادي وقد اعتمدت في ذلك على دراسة مؤشرات 21 دولة وباستخدام طريقة data Panel خلال السنوات من 2005م. إلى 2015م. وقد أظهرت النتائج أن العلاقة الطردية بين المتغيرات سابقة الذكر.

التعليق على الدراسات السابقة :

وبعد عرض أهم الدراسات في مجال التجارة الإلكترونية نجد أنها ركزت بشكل أساسي على نقطتين مهمتين الأولى التأكيد على أهمية التجارة الإلكترونية في الوقت الراهن، والثانية أن البيئة العربية ما زالت تحتاج الكثير من التطوير لتتواءم معها خصوصاً وأنها أصبحت واقع لا مناص من التعامل معها والعمل على الاستفادة مما توفره من فرص وإمكانيات، وتركز دراستنا على أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية العربية من خلال إبراز أهم الفرص والتحديات في هذا المجال.

وتختلف بعض الدراسات عن موضوع بحثنا من حيث اهتمام هذه الدراسة بالجانب القانوني وإهمال الجانب الاقتصادي للتجارة الإلكترونية، وتشابه الدراسات مع موضوع البحث من حيث استخدام التجارة الإلكترونية كمحفز للتنافسية بصفة عامة، فالتجارة الإلكترونية تسمح بتوسيع الأسواق وجذب عملاء جدد والاحتفاظ بهم، تكييف المنتجات مع الاحتياجات، إعادة هيكلة العمليات التجارية.

مجال وحدود الدراسة :

نظرا لأن عالم التجارة الإلكترونية واسع جدا، فإن الإلمام بكل ما يتعلق بذلك يتوجب الإبحار والتعمق في معلوماته وبالتالي حاولنا الاجتهاد في جمع المعلومات من أهم ما كتب في التجارة الإلكترونية .

الصعوبات :

نعرض بإيجاز الصعوبات التي واجهتنا في بحثنا وهي :

- 1 – اتساع مجال التجارة الإلكترونية صعب الإلمام بالمعلومات كلها .
- 2 – نقص الإحصائيات الدقيقة حول استخدام التجارة الإلكترونية .
- 3 – نقص المراجع التي تتناول مفهوم التجارة الإلكترونية .

مصطلحات البحث

أولاً: عرض عام لكل التعريفات .

لقد وردت في موضوع التجارة الإلكترونية عدة تعريفات، والحقيقة أنه ليس هناك تعريفاً محدداً لها حتى الآن بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات، ونعرض أهمها فيما يلي

- 1- أنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة
- 2- أنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة³
- 3- هو كل شكل من أشكال الاتصال، يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة⁴
- 4- هي عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية، على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج إلكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية⁵
- 5- و هي عبارة عن بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء، استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب .

اد مدحت رمضان , الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية دراسة مقارنة – دار النهضة العربية – القاهرة 2001، ص 12.

⁴ نفس المرجع السابق 15

⁵ مركز المعلومات التابع لجمهورية مصر العربية تحت عنوان المبادرة المصرية للتجارة الإلكترونية ص 12

التعريف الشامل :

من خلال إطلاعنا على مختلف التعاريف السابقة نخلص إلى تعريف شامل يجمع بينها وهو على النحو التالي :

هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالقوائم والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد .

تعريف الإعلان الإلكتروني .

يعرف بأنه عبارة عن " مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه إنتباه أفراد المجتمع إلى سلعة، أو خدمة محددة لحثهم على شرائها، أو طلبها، أو هي عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي يتم من خلالها نشر، أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية .أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة، أو الخدمة المعلن عنها (6) ويعرف كذلك بأنه " كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسياً على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية (7) ، ويلاحظ من التعريفات السابقة أن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين، بهدف إقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة وما يمكن أن تحققه من فوائد، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة في ذلك، ولا يختلف الإعلان الإلكتروني عن الإعلان التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة سواء أكانت هذه الوسيلة من خلال الإنترنت، أو غيرها من الوسائل الإلكترونية كالهاتف الجوال.

(6) صالح، نائل عبدالرحمن: حماية المستهلك في التشريع الأردني. مرجع سابق. ص 57. للمزيد أنظر:

قشقوش، هدى 1 حامد: الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي. الطبعة الأولى. مصر: دار

النهضة العربية. 1998. ص 7

(7) فتحي، حسين: حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. بدون ناشر. ص 1991. ص

14. نقلاً 3 عن إبراهيم، خالد ممدوح: حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية. ص 81.

خطة البحث :

لقد اعتمدنا في تقسيم هذا على فصلين بالإضافة الى فصل الدراسات السابقة قمنا فيهما بالإجابة على الإشكال والأسئلة الفرعية المطروحة وللوصول إلى تأكيد أو نفي الفرضيات المبنية مسبق

المراجع

- 1- أبازيد، ثناء، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، مجلة جامعة تشرين، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (27) العدد (4) 2005
- 2- أبو الريش، ياسر، التجارة الإلكترونية في الكويت تواصل النمو إلى 450 مليون دينار، جريدة الشاهد الإلكترونية، 2016،
- 3- جبريل، سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012.
- 4- حماد، طارق عبدالعال، التجارة الإلكترونية المفاهيم التجارب التحديات الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2003.
- 5- ديمش، سمية، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري- قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2011.
- 6- قعيد، إبراهيم (2017). الترويج الإلكتروني ودوره في التأثير على سلوكيات المستهلك تجاه المنتجات المقدمة من طرف المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- 7- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999م.
- 8- رمضان، مدحت، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية – دراسة مقارنة، القاهرة: دار النهضة العربية، 2001.
- 9- زينب، حمد الزهراء، قاسم (2018). مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا المالية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية
- 10- الشيخ، فؤاد، عواد، محمد سلمان، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد1، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2005.
- 11- عبدالخالق، السيد، التجارة الإلكترونية والعولمة، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.

- 12- عبدالرحيم، محمد إبراهيم، " الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية،
- 13- عرفه، محمد، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة، مجلة الاقتصادية، النسخة الإلكترونية، 6 مارس 2009، (aleqt.com)
- 14- علام، رشيد، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2010.
- 15- العوضي، أحمد عبدالله، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010.
- 16- الغندور، أمنة محمد (2017). التجارة الإلكترونية ودورها في سلوك المستهلك: دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال،
- 17- هناء سيد، أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية العربية، المركز الديمقراطي العربي، إبريل، ٢٠١٧،
- 18- مطر عبد الفتاح، عصام. التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2014
- 19- محمد عبد الله، شاهين. التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميرا، 2017
- 20- محسن، منار، التجارة الإلكترونية- متطلباتها واستراتيجية تنميتها مع الإشارة لمصر، مجلة النهضة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد 2، المجلد 6،
- 21- مقلد، رمضان، آثار التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق مع الإشارة إلى الدول النامية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الإسكندرية، العدد 2، 2002.
- 22- النجار، فريد، "الاقتصاد الرقمي: الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات البنوك الإلكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- 23- نجم، نجم عبود، الإدارة الإلكترونية- الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، الرياض: دار المريخ،