

## الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

د. محمود حامد محمود عبد الرازق \*

### SUMMARY

It is noticed that there is a continuous increasing in the using og Ap-  
plying the E-commerce in developed & even developing countries  
since 199. Arab countries also are using E-commerce pecially by using  
"Internet" intently. So, the essential problem i trying to know the  
Economic effects of E-commerce. Then, the Research hypothesis is  
what ever the E-commerce. Affect possitively on the Economic Sec-  
tors: pecially foreign trade sector- or not-  
Then, the purpose of the research i invetigating the Above mentioned  
hypothesi by ussing the following ub- stages:-

1. Studding the theoretical farmework of E- commerce.
2. Studding the Role of E-commerce on the development of Economic  
sectors.

But about the methodology, it i employs three methods induction, de-  
duction & Econometric method. But about the reults of Research, the  
fallowing Reults can be concluded:-

1. There are many definitions of E-xommerce.
2. E-commerce using Affects on foreign trade ssector.
3. E-commerce-using affect on local & foreign investment.
4. E-commerce using affects on labor and other factor of production.
5. E-commerce using affects not only of developed but also on devel-  
oping countries (like Arab countries).

\* قسم الاقتصاد - كلية التجارة - جامعة حلوان - مصر

مقدمة:

من المعروف أن هدف أى اقتصاد هو تحقيق معدلات عالية ومستمرة من النمو الاقتصادى أو ما يسمى تحقيق التنمية المتواصلة Sustainable Development وإمكانية تحقيق ذلك الهدف يتم استخدام مجموعة من الأدوات الخاصة بالسياسات الاقتصادية المختلفة سواء المالية أو النقدية أو سياسة التجارة الخارجية. كما أن استخدام التكنولوجيا الحديثة بصفة عامة، وتكنولوجيا المعلومات بصفة خاصة يسهم وبلا شك فى دفع عملية النمو الاقتصادى ورفع معدلات العائد على الاستثمارات المنفذة فى كافة المشروعات الاقتصادية.

بيد أن التجارة الإلكترونية واستخدام عمليات التسويق الإلكتروني تعتبر من التطبيقات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات فى مجالات الاقتصاد الداخلى بصفة عامة، والاقتصاد الدولى وعمليات التجارة الخارجة تصديرا واستيرادا بصفة خاصة.

فلقد بدأت تتنامى درجة استخدام وتطبيق التجارة الإلكترونية منذ ظهور شبكة المعلومات الدولية (أو الإنترنت) فى منتصف التسعينيات فى الدولة المتقدمة.

كما أن انفتاح الاقتصاديات والدخول فى عصر العولمة الدولية جعل تلك الدول هى الأخرى تولى وجهها صوب استخدام تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية لخدمة أغراض الاقتصاد القومى لا سيما مع نهاية التسعينيات وبداية القرن الحادى والعشرين.

ولم تكن مصر - والدول العربية الأخرى - بمعزل عند تلك التطورات، فلقد سلكت هى الأخرى نفس المسلك ونهجت نف النهج ولكن بدرجات متفاوتة لاستخدام التجارة الإلكترونية لخدمة أغراض الاقتصاد القومى لا سيما مع التوع فى توفير النية الأساسية والمتطلبات الضرورية لتوفير تكنولوجيا المعلومات.

**مشكلة البحث:**

تتبع المشكلة الأساسية للبحث من ظهور وتنامى استخدام التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ منذ منتصف التسعينيات. وفى ضوء ما يعيشه العالم من فتح للأسواق وإلغاء للحواجز الجمركية وغير الجمركية خاصة مع إنشاء منظمة التجارة العالمية WTO

أصبح من الصعب لأي اقتصاد أن يعيش بمعزل عن باقى دول العالم، ومن ثم فإن استخدام التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات فى المجالات الاقتصادية عامة، والمالية والتجارية خاصة لا بد وأن يمارس تأثيراً على اقتصاديات تلك الدول.

ولما كانت مصر ومعظم الدول العربية - تقوم على اقتصاد ترتفع فيه درجة الانفتاحية مع العالم الخارجى وبشكل فيه قطاع التجارة الخارجية نصيباً كبيراً ومتزايداً ضمن باقى قطاعات الاقتصاد القومى الأخرى، لذلك فإن الممارات التجارية عبر عمليات التسويق الإلكتروني ستؤثر على قطاع التجارة الخارجية ومن ثم تنفذ من خلال ذلك القطاع إلى باقى قطاعات الاقتصاد الوطنى.

لذلك سيركز البحث على دراة وتحليل تلك الظاهرة الحديثة وهى استخدام عمليات التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني ومدى تأثير ذلك على الاقتصاد المصرى بصفة خاصة واقتصاديات الدول العربية بصفة عامة وذلك بهدف الوقوف على الإيجابيات التى يمكن أن يفرزها ذلك التطبيق من التطبيقات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات.

#### **فرضية البحث:**

يقوم البحث على اختبار مدى صحة أو خطأ الفرضية التالية:

"من المتوقع أن يكون تفعيل التطبيقات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات وخاصة التجارة الإلكترونية له آثاره الإيجابية على قطاعات الاقتصاد القومى عامة وقطاع التجارة الخارجية خاصة"

#### **هدف البحث:**

يهدف البحث - بصفة أساسية إلى اختبار مدى صحة أو خطأ الفرضية السابقة وذلك من خلال تتبع تحقق مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة فى الآتى:

❖ دراسة وتحليل ظاهرة استخدام التجارة الإلكترونية من حيث:

- مفهوم التجارة الإلكترونية

- الأبعاد المختلفة للإلكترونية.

❖ دراسة الأثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية وذلك من حيث:

- تأثير التجارة الإلكترونية على الصادرات السلعية.
- تأثير التجارة الإلكترونية على الواردات السلعية.
- تأثير التجارة الإلكترونية على الاستثمار .
- تأثير التجارة الإلكترونية على التوظيف والإنتاجية.

منهج البحث:

يقوم البحث على منهج تحليلي لدراسة تلك الظاهرة وتحليل أبعادها الاقتصادية المختلفة ومن ثم استنتاج تلك التأثيرات مستعملا في ذلك المنهج الاستقرائي أحيانا، والمنهج الاستنباطي أحيانا أخرى. أما عن أدوات التحليل الاقتصادي التي سيتم استخدامها، فسيتم الاعتماد على أدوات التحليل الاقتصادي التالية:

- التحليل الوصفي.

- التحليل البياني.

- التحليل الرياضى والقياسى.

الدراسات السابقة:

نظرا لحدائثة تلك الظاهرة نسبيا (حيث لم يمر عليها أكثر من سبع سنوات)، فقد كانت - ومازالت - تلك الدراسات التي تخصصت لتحليلها ودراستها قليلة نسبيا خاصة الدراسات باللغة العربية. كما أن معظم الدراسات تطبق تلك الظاهرة على الدول المتقدمة.

وبالرغم من ذلك فهناك بعض الدراسات المهمة باللغة العربية والتي فتحت الباب لدراسة تلك الظاهرة، ومن هذه الدراسات:

١. دراسة معهد التخطيط القومى NPI بالقاهرة المنشورة في يوليو ٢٠٠٢ بعنوان: نحو استراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر.

٢. دراسة أنطون فغالى بمجلة المعلوماتى مركز المعلومات السورى، دمشق، العدد ٩ رقم ٩٤، وكانت بعنوان: تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية.
  ٣. دراسة إيهاب الدسوقى بعنوان: الأبعاد الاقتصادية المالية للتجارة الإلكترونية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بالقاهرة.
  ٤. دراسة جلال الشافعى (١٩٩٩) بعنوان: المعاملة الضريبية للصفقات التى تتم من خلال التجارة الإلكترونية ضمن مطبوعات صندوق النقد العربى بأبى ظبى.
- إلا أن هذه الدراسات وغيرها، نجد أن كل دراسة تركز على جانب من جوانب التجارة الإلكترونية فضلا عن عدم استخدامها - بخلاف دراة معهد التخطيط القومى - لأدوات متبانية للتحليل الاقتصادى تكشف عن الأبعاد الحقيقية لتلك الظاهرة، وهو ما يحاول البحث الحالى دراسته والتطرق إليه.
- نطاق الدراسة:**

١. النطاق المكائى: التطبيق على مصر مع شارة للدول للعربية.
٢. النطاق الزمانى: التطبيق على مصر فى الفترة الزمنية ١٩٩٦-٢٠٠٢ خلال سبع سنوات.
٣. النطاق القطاعى: التطبيق على القطاعات السلعية دون الخدمية.

#### **خطة البحث:**

- مبحث (١) تعريف وتشخيص ظاهرة التجارة الإلكترونية.
- مبحث (٢) الآثار الاقتصادية لتنامى التجارة الإلكترونية.
- مبحث (٣) النتائج والتوصيات.

#### **المبحث الأول: مفهوم وأبعاد ظاهرة التجارة الإلكترونية**

##### **١/١ مقدمة:**

نظرا لأهمية هذه الظاهرة - كما أسلفنا - وتنامى أبعادها المختلفة لا سيما الاقتصادية منها، فإنه لمن دواعى التسلسل المنطقى للبحث أن نبدأ أولا - وقبل التطرق

لآثارها الاقتصادية . فى عرض أبعادها من حيث: مفهومها - نشأتها - خصائصها .  
أسباب انتشارها - أبعادها المختلفة... الخ، كما سنتطرق أيضا فى هذا المبحث لموقف  
مصر والعالم العربى من التجارة الإلكترونية، وأين هو منها، وإلى مدى يمكن انتشارها  
- ومن ثم الاستفادة منها. فى مصر وتلك الدول العربية وذلك كما يلى:

### ٢/١ تعريف التجارة الإلكترونية:

هناك مجموعة من التعريفات التى تحاول تشخيص وتوضيح تلك الظاهرة وتتميز  
تلك التعريفات بالتباين فيما بينها وذلك من حيث مدى ضيقها واتساعها لتغطى تلك  
الظاهرة فمن هذه التعريفات ما يتسم بضيق النطاق، ومنها ما يتميز بالتوسع الكبير،  
وكثير منها بين هذين الاثنى، وكذلك سنعرض لمعظم تلك المفاهيم والتعريفات على أن  
نخلص فى النهاية للتعريف الذى يرتضيه الباحث فى هذا المبحث، وبما يشكل دعامة  
أساسية من الدعائم التى سيقوم عليها البحث فى أجزاءه الأخرى.

أ. التعريف الضيق للتجارة الإلكترونية: (تعريف مشروع القانون المصرى للتجارة  
الإلكترونية)

وهذا التعريف يرى أن التجارة الإلكترونية هى تلك التى تغطى عمليات تبادل السلع  
والخدمات عن طريق ويلة إلكترونية أو وسيط إلكترونى مثل الإنترنت والشبكات  
الخاصة المغلقة وتل الشبكات المتصلة بين أحد العملاء ومورديه<sup>(١)</sup>.

ويلاحظ أن هذا التعريف للتجارة الإلكترونية قد أخذ به مشروع القانون المصرى  
للتجارة الإلكترونية.

ب. تعريف منظمة التجارة العالمية WTO:

وهو تعريف أكثر شمولاً عن سابقه، حيث يرى أن التجارة الإلكترونية تغطي الأنشطة الخاصة بإنتاج وتوزيع وتسويق وبيع وتسليم السلع والخدمات للمشتري أو المستخدم النهائي لها بالاعتماد على الوسائط الإلكترونية، ومن هنا، فإن هذا التعريف لا يقصر التجارة الإلكترونية على مجرد تبادل السلع والخدمات بوسيلة إلكترونية، وإنما يغطي كافة عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق والبيع والإعلان والترويج والتسليم وخدمات ما بعد البيع.. الخ. سواء كانت هذه المعاملات فيما بين الشركات وبعضها البعض B2B أو فيما بين الشركات والمستهلكين B2C<sup>(٣)</sup>.

#### ج. تعريف لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي UNCITRAL :

استخدمت UNCITRAL تعريفاً للتجارة الإلكترونية يغطي كافة المعاملات التي تتم سواء بين الشركات وبعضها البعض، أو بين الشركات والمستهلكين، مع تغطية كافة عمليات الإنتاج والتوزيع والترويج والإعلان وتقديم طلبات الشراء وسداد الفواتير وتسليم المشتريات وخدمات ما بعد البيع وغير ذلك. أي أن هذا التعريف يتمشى مع التعريف الذي وضعته الـ WTO للتجارة الإلكترونية<sup>(٣)</sup>.

#### د. تعريف منظمة التعاون الاقتصادي لآسيا والباسفيكي APEC :

تعريف الـ APEC : التجارة الإلكترونية بأنها " إنجاز وإتمام الأعمال التجارية عبر استخدام الشبكات وباستخدام نظم الحاب الآلى وبحيث تغطي التجارة الإلكترونية الأعمال التي تتم داخل الشركة أى الوظائف الداخلية للإدارة، أو الوظائف الخارجية للشركة مع باقى الشركات أو العملاء مثل وظائف المدير وعمليات التسويق والتمويل والإعلان والتفاوض والترويج وتقديم خدمات ما بعد البيع<sup>(٤)</sup>.

#### هـ. التعريف الواسع للتجارة الإلكترونية:

هذا التعريف الواسع للتجارة الإلكترونية يرى أن التجارة الإلكترونية تغطي كافة المعاملات التي تتم سواء بين الشركات وبعضها البعض B2B أو بين الشركات والمستهلكين B2C أو حتى بين الأجهزة الحكومية وبعضها البعض G2G ومن هنا نرى أن هذا التعريف يضيف مجالاً آخر للتجارة الإلكترونية وهو مجال الأجهزة

الحكومية كى تعمل وتطبق التجارة الإلكترونية وهو ما يسمى حديثا بالحكومة الإلكترونية E-GOVERNMENT<sup>(٥)</sup>.

وتعريف كوبيل Coppel:

هذا التعريف للتجارة الإلكترونية نستشفه من المنظومة أو المصفوفة التى وضعها ويحيث تغطى التجارة الإلكترونية طبقا لهذه المصفوفة كافة العمليات التجارية Coppel التى تتم بين كافة المؤسسات واسركات سواء كانت حكومية أو غير حكومية، أو حتى بينها وبين بعضها البعض وبينها وبين العملاء والمستهلكين وذلك كما يوضحها الجدول التالى:

جدول رقم (١) منظومة (مصفوفة) Coppel للتجارة الإلكترونية

C, B, G	Conumers (C)	Business (B)	Government (G)
Gonumer C	C2C	C2B	C2G
Business	B2C	B2B	B2G
Government G	GC	G2B	G2G

Source: Coppel, J. (2000), "E-Commerce: Impacts of policy challenges, OECD E-commerce Dept. Working paper No. 25, june, www.Oecd.org/eco/eco.

مما سبق يتضح لنا أن هذا التعريف أكثر شمولاً عن سابقه من التعريفات المختلفة للتجارة الإلكترونية حيث تعرض كافة المعاملات التجارية التى تتم ليس فقط بين المؤسسات وبعضها البعض أو بينها وبين المستهلكين ولكن يشمل أيضا المعاملات التى تتم بين المؤسسات الحكومية وبعضها البعض أو بينها وبين المؤسسات الأخرى الخاصة والمستهلكين ومن ثم يدخل الحكومة كطرف من أطراف التجارة الإلكترونية<sup>(٦)</sup>.

زتعريف نقطة التجارة الدولية المصرية للتجارة الإلكترونية:

تعرف EITP التجارة الإلكترونية بأنها تغطى عمليات إنتاج وتوزيع وبيع وتسليم السلع والخدمات باستخدام الوسائل الإلكترونية مع فتح قنوات اتصال مباشر بين



المجتمع المحلى والإقليمي والدولى بالاعتماد على وسائل الاتصال الإلكتروني والحصول على المعلومات عن أفضل الأسواق وبما يسهم فى زيادة القدرة الإنتاجية للمشروعات خاصة الصغيرة والمتوسطة وبما يسمح بوضعها على خريطة التجارة الدولية وتحقيق المرونة والسرعة فى إبرام الصفقات المختلفة<sup>(٧)</sup>.

وعليه، فإن هذا التعريف يركز أكثر على البعد الخارجى للتجارة الإلكترونية أو بمعنى آخر استخدام التجارة الإلكترونية أكثر لخدمة عمليات التجارة الخارجية تصدير واستيرادا وهو ما يتوافق مع البعد الوظيفى لانتحة التجارة الدولية، كما أنه يهتم أيضا بالشركات والمشروعات المتوسطة والصغيرة ومدى استفادتها من التجارة الإلكترونية فى ضوء قدراتها التمويلية الصغيرة. إلا أن هذا التعريف لم يشمل المشروعات الكبرى والعملاقة، كما أنه لا يغطى كافة الأنشطة الخدمية الحكومية.

#### ح. تعريف معهد التخطيط القومى NPI:

يعرف خبراء معهد التخطيط القومى بالقاهرة التجارة الإلكترونية بأنها إنتاج وبيع وتوزيع وتسليم السلع والخدمات والأفكار والقيم باستخدام الوسائل الإلكترونية وفتح قنوات اتصال مباشرة بين المجتمع المحلى والإقليمي والدولى، بالاعتماد على وسائل الاتصال الإلكتروني، والحصول على المعلومات الكافية عن الأسواق المختلفة لتلك السلع والخدمات بهدف زيادة القدرة الإنتاجية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ودخولها فى مجال التجارة الدولية مع إمكانية إبرام الصفقات فى الوقت المناسب وبالسرعة المناسبة<sup>(٨)</sup>.

إلا أن هذا التعريف بالرغم من شموليته، فإنه لا يغطى المشروعات الكبرى والقومية العملاقة والى بدورها ستدخل، سواء فى مصر أو الدول الأخرى، بثقل فى الاستفادة من عمليات التجارة الإلكترونية.

#### ط. تعريف الباحث للتجارة الإلكترونية:

يمكن وضع تعريف جامع ومانع - من وجهة نظر الباحث - للتجارة الإلكترونية بأنها تغطى كافة عمليات الإنتاج والتسعير والتوزيع والبيع والتسليم ونقل وتداول والحصول

على البيانات والمعلومات والاتصالات والترويج والتوظيف والبحوث العلمية والتطبيقية وإدارة العمل ونظم التشغيل وتصميم الحملات الإعلانية كل ذلك وغيره على الخط on line وذلك بالنسبة لكافة السلع والخدمات والأفكار والقيم وباستخدام الوسائل والوسائط الإلكترونية على مستوى المجتمع المحلى والإقليمي والدولى وتغطية الأسواق الوطنية والإقليمية والدولية وبما يخدم فى النهاية دعم الأسواق المحلية وفى نفس الوقت زيادة القدرة التنافسية المحلية والإقليمية والدولية وبما يخدم فى النهاية عمليتى التجارة الداخلية والخارجية السلية والخدمية وعلى مستوى كافة المشروعات سواء الصغيرة أو المتوسطة أو الكبيرة أو القومية العملاقة، مع تفعيل التجارة الإلكترونية لخدمة الأغراض الحكومية وتحويل الحكومة إلى E-Government.

### ٣/١ أهمية التجارة الإلكترونية

إن أهمية تقديم خدمات التجارة الإلكترونية تكمن فى مجموعة الفوائد المختلفة التى يمكن أن تقدمها سواء بالنسبة لقطاع الأعمال أو للقطاع الحكومى أو للقطاع العائلى ويمكن عرض أهم تلك الفوائد والمكاسب فى النقاط الآتية:

١- تعتبر التجارة الإلكترونية مهمة بإعتبارها أحد أدوات عوامة التجارة نظرا لقدرتها على تفعيل استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها فى الأنشطة التجارية والاقتصادية المختلفة ومن ثم فإن التجارة الإلكترونية تخلق فرص وفوائد كثيرة لكل من يستطيع استخدامها بكفاءة Efficiency وفاعلية eff40ctivenes.

٢- تعتبر التجارة الإلكترونية أداة تؤدى إلى تحسين آلية تبادل المعلومات داخل المؤسسات والتغلب على كثير من المعوقات التى تعوق جمع ونشر المعلومات فى الوقت المناسب، كما أنها ترفع من الفائدة التى تعود من تحسين التعاون والترابط بين مختلف الوحدات داخل المؤسسة الواحدة وبما يخدم فى النهاية عملية اتخاذ القرار وذلك من حيث<sup>(٩)</sup>.

أ- تحديث الاتصالات Modernization the conn.

ب - التحول للعالمية Transition to Globalization.

- ج - The leveling of playing field تهئية نطاق وجو العمل
  - د - Gaining competitive Advantage إقتناء المزايا التنافسية
  - هـ - Achieving competitive Ability تحقيق القدرة التنافسية
  - و - تقليل التكاليف والحد من النفقات cost containment and cosst Decreasing
  - ز - التعاون والتنسيق Collaboration and coordination
  - ح - التحديث والتطوير Modernization and development
  - ط - إتاحة المعلومات والاستفادة منها Information Availability & utilization
  - ي - دعم أنشطة الإنتاج والتسويق Marketing & production
  - ك - دعم أنشطة التجارة الخارجية foreign Trade Activities
٣. تعتبر التجارة الإلكترونية أداة توفر لرجال الأعمال كيفية دخول الأسواق الحالية وفتح أسواق جديدة وزيادة القدرة التنافسية لمنتجاتهم فى الأسواق العالمية مع الاستفادة من خبرات الشركات المنافسة والإلمام بتجارب الدول الأخرى فى حقل التجارة الإلكترونية وكيف استفادت بها فى دعم أنشطتها التجارية المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية.
- ٤ - تعتبر التجارة الإلكترونية أداة توفر لرجال الأعمال المعلومات التنافسية عن الفرص التجارية سواء التصديرية أو الاستيرادية فى الأسواق العالمية المختلفة، مع الإلمام الكامل بنظم التسعير المختلفة، ووسائل الترويج الإلكتروني واقتناء البيانات عن أهم المؤشرات الإحصائية التى تخدم عمليات عقد الصفقات المختلفة فى الوقت المناسب وبال جودة المناسبة وبأقل التكاليف.
- ٥- تعتبر التجارة الإلكترونية أداة من الأدوات التجارية التى توفر عنصر أساسى من عناصر تحقيق المزايا التنافسية وهو عنصر المنافسة فى الوقت Competition in Time فضلا عن أنها توع من نطاق السوق ولا تجعله قاصر على بلد معين أو منطقة جغرافية بعينها، بل يصبح السوق سوقا عالميا world M.

٦. تعتبر التجارة الإلكترونية أداة هامة لدعم عمليات التشابك القطاعي سواء المحلى أو الإقليمي أو حتى الدولي بين أطراف التعامل من شركات وأفراد وحكومات ورجال أعمال الدولي بشكل مباشر ودون حواجز أو قيود، مع إمكانية التماور وإستقبال الأفعال وردود الأفعال دون قيود Interactive without any constraints.

٧. تعتبر التجارة الإلكترونية أداة مهمة لا سيما فى ضوء التحول من المنافسة التقليدية إلى المنافسة الحديثة، فضلا عن الاتجاه من جانب المنظمات نحو الإندماج لتوفير عناصر القوة والاستمرارية، ناهيك عن التطورات التكنولوجية وما أدت إليه من إلغاء لعنصر المكان فى مفهوم السوق وإحلال مفهوم الفضاء السوقى Market spaces بديلا عنه مع تنامى ظاهرة تعدد وانقسام الأسواق الكبيرة وظهور الأقسام السوقية المتجانسة، بالإضافة إلى تزايد قوة ونفوذ العملاء بسبب تطور وسائل الإعلام وقدرتهم على المفاضلة والاختيار وغير ذلك (١٠).

#### ٤/١ نشأة التجارة الإلكترونية:

يعتبر ظهور للتجارة الإلكترونية من الناحية العملية فى بداية النصف الثانى من عقد التسعينيات، وعلى وجه التحديد فى عام ١٩٩٦، وهو العام الذى شهد اختراع شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» ومن ثم أصبحت هناك إمكانية لاستخدام تلك الشبكة لإتمام عمليات التجارة الإلكترونية تقريبا مع إنشاء منظمة التجارة العالمية WTO وبداية نشاطها فى عام ١٩٩٥ بهدف الإشراف على النظام التجارى ودعم حرية التجارة الدولية.

أما عن تاريخ نشأة التجارة الإلكترونية واعتمادها على نشأة وتطور شبكة المعلومات الدولية، ففي عام ١٩٥٧ أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية شبكة ARPANET، ثم تم إنشاء شبكة Alohnet عام ٩٧٠، ثم ربط الشبكتين فى عام ٩٧٢، وبعدها بعام واحد، وفى عام ٩٧٧٢ تم تجريب البريد الإلكتروني E-mail على شبكة ARPANet وفى العام التالى أيضا (١٩٧٤) ظهرت شبكة Telnet أما فى الثمانينات فقد ظهرت شبكات عالمية أخرى مماثلة فى أوروبا الغربية واليابان مثل شبكة MSFNet وشبكة Jnet. وفى بداية التسعينيات تم الربط بين الشبكات الخمس السابقة لتتكون بذلك شبكة الشبكات أو

شبكة المعلومات الدولية Internet كما انتشرت برمجيات البحث على الإنترنت وحاسبات الاستضافة وبرمجيات البحث فى قواعد البيانات العالمية وتبادل المعلومات والبريد الإلكتروني.

وفى أواخر التسعينيات انتشرت قواعد البيانات اللازمة لاستخدام الإنترنت web-emailed Dataese ومن ثم تم استخدام وتطبيق التجارة الإلكترونية على نطاق واسع منذ أواخر التسعينيات وبعد تطوير شبكة المعلومات الدولية<sup>(١١)</sup>.

### ٥/١ ظهور التجارة الإلكترونية فى مصر والعالم العربى:

هناك تأخر نسبى لمصر والدول العربية فى تفعيل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والتي من أهمها التجارة الإلكترونية بمعناها الواسع إذا ما قورنت بدول العالم المتقدم، أو حتى بعيد من الدول النامية فى جنوب شرق آسيا وأمريكا اللاتينية.

فى مصر - مثلا - كانت هناك بعض المحاولات الناجحة لاستخدام وإدخال الإنترنت من أهمها تلك التى تمت فى وحدة الربط بين الجامعات فى المجلس الأعلى للجامعات، حيث تم الربط بين الجامعات المصرية المختلفة وشبكات المعلومات العالمية مثل Earnet, Jnet, ARPnet كما تم استخدام وتطبيق البريد الإلكتروني فى مصر مع الارتباط بهذه الشبكة العالمية<sup>(١٢)</sup>.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» تم اشتراك مصر فيها من خلال جهة حكومية محددة وهى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء الذى أصبح يقدم خدمة الإنترنت سواء للتعليم من خلال شبكة معلومات المجلس الأعلى للجامعات أو للجهات الحكومية من خلال خطوط الربط lased line والاتصال التليفون العادى Dialup مع المركز ثم قام المركز بإنشاء شركة متخصصة لتقديم خدمة الإنترنت فى ضوء الإقبال المتزايد على هذه الخدمة من جانب الأفراد والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية<sup>(١٣)</sup>. ثم تم السماح بعد ذلك لشركات القطاع الخاص فى تقديم خدمة الإنترنت لمن يريد، فأصبح الإقبال متزايدا من جانب رجال الأعمال والمؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة لاستخدام الإنترنت فى خدمة التجارة أى تطبيق التجارة الإلكترونية.

وأخيرا وليس آخرا - وفى عام ٢٠٠٢ قامت الشركة المصرية للاتصالات بتقديم خدمة الإنترنت المجانى وذلك بتكلفة المكاملة العادية المحلية فى القاهرة الكبرى وبعض المحافظات، بالاشتراك مع شركات الإنترنت ISPs مما زاد من الإقبال على هذه الخدمة لا سيما من جانب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة بعد أن قدمت الشركة خدمة الاتصال بالإنترنت باستخدام تكنولوجيا الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة<sup>(١٤)</sup>. مما أدى إلى توفير الخدمة بصورة أسرع وسمح بنقل الصوت والصورة والمعلومات والفيديو على شبكة التليفونات العامة، وأمكن الاستفادة من التطبيقات الجديدة على الإنترنت مثل الفيديو كونفرنس Video conferencing<sup>(١٥)</sup>.

#### ١/٦: إجراءات ضبط التجارة الإلكترونية:

بالرغم من الفوائد الكثيرة التى تقدمها التجارة الإلكترونية لخدمة الأنشطة الاقتصادية المختلفة، - كما سنرى - إلا أنها تكتنفها بعض المشاكل وتقرز بعض العيوب والتى تشكل دافعا أساسيا لوضع مجموعة من الأطر القانونية والإجراءات التنظيمية الكفيلة بالقضاء على الآثار السلبية لممارسات التجارة الإلكترونية عبر شبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» أو التقليل منها فنجد على سبيل المثال عدم القدرة على توفير المشروعية والإفصاح والشفافية فى ممارسة التجارة الإلكترونية فضلا عن أن هناك عديد من العمليات المشبوهة التى يمكن أن تتم عبر التجارة الإلكترونية وتدخل فى إطار التجارة الدولية غير المعلنة مثل تجارة المخدرات، التهرب الجمركى، عمليات غسيل الأموال، تزوير الأوراق المالية، تزوير الأوراق التجارية والأضرار بالأمن القومى ككل، ناهيك عن المشاكل المرتبطة بالتوقيع الإلكتروني وطرق الوفاء والدفع الإلكتروني وطرق التمويل الإلكتروني ومدى صحة البيانات والمعلومات ومدى سرية البيانات والفجوة بين أطراف التعاقد - كل ذلك وغيره يشكل معضلة أمام صانع السياسة الاقتصادية لمحاولة تبادى ذلك، كما أنه يتطلب إطار قانونى وتشريعى حديث ومرن كلى يتوافق مع الإشكاليات التى تطرحها ممارسات التجارة الإلكترونية.

لذلك، فطنت المؤسسات الدولية منذ البداية لكل ذلك، حيث قامت لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية UNCITRAL<sup>(١٦)</sup> بوضع وصياغة القانون النموذجى للتجارة

الإلكترونية MLECGE<sup>(١٧)</sup> الذى يغطى الباب الأول منه التجارة الإلكترونية بوجه عام، فى حين يغطى الباب الثانى التجارة الإلكترونية فى بعض المجالات الخاصة، ويسرى هذا القانون على أى نوع من المعلومات يتم استخدامها فى إطار الممارسات التجارية التعاقدية منها وغير التعاقدية بحيث تغطى الرسالة الخاصة بالبيانات والمعلومات Data information message وعملية التحويل الإلكتروني عبر الكمبيوتر EDI<sup>(١٨)</sup> والوسيط المستخدم Intermediary والمرسل إليه البيان الإلكتروني addressee ومصدر المعلومة Data originator فضلا عن نظام المعلومات المستخدم Information system.

وفى إطار مصر والمنطقة العربية فقد قامت الحكومة المصرية بصياغة المشروع المصرى لقانون التجارة الإلكترونية (ELPEC)<sup>(١٩)</sup> يغطى هذا المشروع المفاهيم الخاصة بالتجارة الإلكترونية العقد الإلكتروني التوقيع الإلكتروني الوفاء الإلكتروني، التشفير، كما يغطى مجموعة من المبادئ العامة للتجارة الإلكترونية. كما أكد هذا المشروع أنه لا يتعارض مع الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالمعاملة الجمركية والضريبية والتجارية ولا يخل بالإعفاءات والمزايا الضريبية والجمركية كما تخضع الشركات والأفراد التى تتعامل مع التجارة الإلكترونية للقوانين والقرارات واللوائح المرتبطة بالرسوم والجمارك والضرائب التى تخضع لها المعاملات التقليدية ويتضمن القانون كيفية تسوية المنازعات التى تنشأ فى إطار التجارة الإلكترونية والعقوبات المفروضة عند المخالفة. ويبقى أن يتم صياغة القانون بصورة نهائية حتى لا يعطل ذلك تنفيذ الممارسات التجارية بالأساليب الإلكترونية، وذلك بالطبع بعد إعادة بلورته فى ضوء الآراء والتعليمات التى يمكن أن تصدر من رجال الفقه والقضاء والسلطة التشريعية كجهات تضع القوانين وتقوم بتفسيرها وتطبيقها.

إن الإطار القانونى السليم والدقيق للممارسات التجارية عبر الوسائل الإلكترونية يشكل بالطبع دعامة أساسية للتجارة الإلكترونية، كما أنه يسهم فى تعظيم الفوائد الاقتصادية وغير الاقتصادية المرجوة منها وفى نفس الوقت يقلل من المخاطر والمخالفات التى قد تنشأ مع تطبيق تلك الممارسات.

## المبحث الثاني: الأثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

### ٢/١ مقدمة:

بعد عرض الإطار النظري لظاهرة التجارة الإلكترونية، أصبح من المنطق عرض الأثار الاقتصادية لها، ونظرا لتباين وتعدد آثار التجارة الإلكترونية على عديد من الأنشطة الاقتصادية، الأمر الذي يتطلب كثير من الوقت والجهد لتغطية كافة تلك الأنشطة، ومن ثم يصعب على هذا البحث تغطية كل ذلك مثل أثر التجارة الإلكترونية على اقتصاديات البيئة، أثر التجارة الإلكترونية على الخدمات المصرفية، أثر التجارة الإلكترونية على المعاملات الضريبية والجمركية، أثر التجارة الإلكترونية على توفير الحكومة الإلكترونية، أثر التجارة الإلكترونية على الموازنة العامة للدولة، أثر التجارة الإلكترونية على قطاع التأمين التجاري والتأمين الاجتماعي، أثر التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الصحة، أثر التجارة الإلكترونية على اقتصاديات السكان والموارد البشرية... الخ.

من هنا، فإن هذا البحث سيركز فقط على بعض آثار التجارة الإلكترونية مثل أثرها على الاستثمار، أثرها على العمالة والتوظيف، أثرها على قطاع التجارة الخارجية والقدرة التنافسية. كما أن هناك جملة من الأنشطة المهمة والتي تؤثر عليها التجارة الإلكترونية نتركها لوقت آخر ولباحثين آخرين.

### ٢/٢: أثر التجارة الإلكترونية على الصادرات:

من المتوقع أن تمارس التجارة الإلكترونية آثار إيجابية على تنامي حجم التجارة العالمية، ومن ثم فإن على الدول الوطنية أن تستخدم تلك الممارسات التجارية بما يخدم أغراض التصدير ويدعم من القدرة التنافسية لصادراتها في الأسواق العالمية حيث توفر التجارة الإلكترونية مزايا تصديرية مثل:

١. قدرة التجارة الإلكترونية على فتح الأسواق العالمية أمام المتعاملين (سواء مصدريين أو مستوردين) ومن ثم زيادة القدرة على التواجد في تلك الأسواق بدون قيود زمانية أو مكانية.



٢. إن تحرير التجارة الإلكترونية - وهو الوارد في قرار أعضاء منظمة التجارة العالمية بإعفاء المنتجات المنقولة إلكترونيا - سوف يسهم في تخفيض تكاليف إتمام الصفقات التصديرية.

٣. من المتوقع أن تكون هناك آثار إيجابية نابعة من خلق التجارة بين الدول والمؤسسات التي تتعامل بالأساليب الإلكترونية على حساب تحويل التجارة من المؤسسات والدول التي تتعامل بالأساليب التقليدية في التجارة، ففي ضوء انخفاض تكلفة نقل التجارة إلكترونيا باعتبار عدم وجود تكلفة نقل فضلا عن تحرير التجارة الإلكترونية من القيود الجمركية فإن الآثار الإيجابية لخلق التجارة غالبا ما تفوق الآثار السلبية لتحويل التجارة على المستوى الإقليمي، ويبقى لكل دولة أن تحاول تنظيم تلك الفوائد الصافية من خلال توفير الأطر المختلفة التي ترفع من كفاءة تطبيق عمليات التجارة الإلكترونية.

٤. زيادة القدرة التنافسية للصادرات وذلك من خلال زيادة الكفاءة وتوفير الفاعلية وتكامل الأسواق وبالتالي زيادة كفاءة المعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا مع استخدام أسلوب المنافسة في الوقت competition in time، وبالتالي أداء الأنشطة التسويقية من توزيع وترويج وغيرها بكفاءة عالية في ضوء تلاشي - أو على الأقل انخفاض - تكاليف الوسطاء والسماسرة والوكلاء وغيره مما يسهل من اختراق الأسواق العالمية في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة بشرط ضمان الجودة العالية وارتفاع معدلات الانتاجية.

٥. تتيح التجارة الإلكترونية للشركات الوطنية الاحتكاك بالشركات العالمية المنافسة وبالتالي الوقوف على ما وصلت إليه هذه الشركات من تطور في أنشطة الإنتاج والتسويق والأنشطة الإدارية الأخرى ومن ثم الاستفادة من التكنولوجيات العالمية في هذا الشأن مما يضع المنشآت الوطنية على خريطة المنافسة العالمية في الأسواق المختلفة.

٦. الاستفادة من الخدمات المجانية التي تتيحها الهيئات والأجهزة الدولية والإقليمية والوطنية وخاصة الفرص التجارية والتصديرية في الأسواق العالمية مثل مركز التجارة

العالمى ITC ونقاط التجارة الدولية ITPs ونقاط التجارة الوطنية مثل نقطة التجارة المصرية ETP ومشروع التجارة العربية بأبى ظبى وبنك التنمية الإسلامى IDP بجدة وغيرها، مع خفض تكاليف الوساطة لا سيما فى الصادرات الأولية<sup>(٢٠)</sup>.

### ٣/٢ أثر التجارة الإلكترونية على الواردات:

- من المتوقع أن يؤدى تنامى عمليات التجارة الإلكترونية إلى زيادة التجارة العالمية عموماً، ومن ثم زيادة الواردات سواء على المستوى الإقليمى أو المستوى الوطنى وذلك بسبب زيادة حدة المنافسة وتقديم كثير من البدائل للمنتجات، فضلاً عن التسويق الإلكتروني الذى يرفع من الطلب على المنتجات العالمية. وفى ضوء زيادة الوعى المعرفى ودخول الأفراد والمؤسسات المتكرر على الإنترنت يمكن رصد التطورات العالمية فى الأسواق المختلفة أولاً بأول ومن زيادة الطلب على المنتجات بصفة عامة، والصناعية والترفيهية منها بصفة خاصة. ولما كانت مصر ومعظم الدول العربية مستورد صافى لتلك المنتجات، فإن الممارسات الإلكترونية للتجارة سترفع من الطلب على الواردات فى تلك الدول لاسيما الواردات ذات المرونة المنخفضة التى لا تستجيب كثيراً لتخفيض قيمة العملة المحلية.

٢. كما أن زيادة الصادرات يتطلب زيادة الإنتاج المحلى، ولما كان المكون الأجنبى «المستورد» لكثير من المنتجات المصنعة فى الدول العربية والنامية عموماً يصل إلى أكثر من ٥٠% فى بعض الأحيان، فإن ذلك سيؤدى لزيادة الطلب على الواردات من السلع الأولية والوسيطة ومن ثم زيادة الاستيراد.

٣. ترشيد قرار الاستيراد وذلك من حيث انخفاض تكلفة الصفقة المستوردة بالوسائل الإلكترونية مقارنة بتلك المستوردة بأساليب تقليدية بسبب اختفاء تكاليف الوساطة الاستيرادية فضلاً عن توافر المعلومات المتكاملة عن الأسواق مجاناً عبر الإنترنت.

٤. انخفاض تكاليف إجراء البحوث والدراسات التسويقية «دراسة سلعة - دراسة سوق»... الخ مما يسهل من عملية الاستيراد بأقل الأسعار وتحت أفضل الشروط ومن ثم توفير النقد الأجنبى المستخدم فى الاستيراد.

٥. من الممكن أن تسهم التجارة الإلكترونية في ظل تعويم الجنيه المصرى وارتفاع سعر صرف الدولار إلى ترشيد استخدام الصرف الأجنبى فى عمليات الاستيراد من خلال الاستفادة من المنافسة العالمية الشديدة بسبب اختفاء حواجز المكان والزمان، ومن ثم الاستيراد بأقل الأسعار بالعملات الأجنبية.

#### ٢/٤: الأثر على الاستثمار:

تفيد التجارة الإلكترونية فى زيادة الاستثمارات المنفذة سواء المحلية أو الأجنبية ومن ثم زيادة النمو الاقتصادى وذلك للأسباب الآتية، ويفرض توافر مناخ استثمارى جيد:

١. توفر التجارة الإلكترونية الشفافية والإفصاح المعلوماتى الكامل وهذا بدوره يشكل أحد الدعائم الأساسية لتحفيز الاستثمارات المحلية والأجنبية.

٢. تسهم التجارة الإلكترونية فى ترشيد القرار الاستثمارى وتخفيض تكلفة الاستثمار بسبب توافر المعلومات بأقل التكاليف، وفى نفس الوقت الوقوف على كافة التطورات المحلية والإقليمية والدولية والتي تتم فى الجوانب والإجراءات والقرارات الخاصة بالاستثمارات ومن ثم يمكن الاستفادة من جملة الحوافز والفرص التى تتيحها تلك القوانين القومية وبما يشجع فى النهاية الاستثمار العربى والأجنبى.

٣. تتيح التجارة الإلكترونية المعلومات الكافية عن الفرص الاستثمارية فى القطاعات الاقتصادية المختلفة سواء السلعية أو الخدمية ومن ثم تطرح أمام المستثمر رؤية بأولويات القرارات الاستثمارية فى ضوء المعايير الاقتصادية والاجتماعية وبما يعكس فى النهاية تعظيم العائد الاقتصادى والاجتماعى للقرار الاستثمارى.

٤. تتيح التجارة الإلكترونية للجهات الحكومية المنوط بها تشجيع الاستثمار مثل الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة فى مصر استخدام تلك التكنولوجيات الحديثة فى تنفيذ برامجها الاستثمارية ومن ثم إيجاد نوع من التنسيق والربط بين تلك الجهات وبعضها البعض على المستويين الإقليمى والدولى وبينها وبين رجال الأعمال والمستثمرين المحليين والعرب والأجانب. كل ذلك يسهم ويلا شك فى زيادة فاعلية تلك الجهات

المسئولة عن توفير البيئة الاستثمارية المناسبة وتشجيع الاستثمارات بصفة عامة.

٥. من المؤكد أن إدارة العمل داخل المراكز الرئيسية للشركات متعددة الجنسية (٢١) وفروعها المختلفة سوف تتأثر بتطبيقات تكنولوجيا المعلومات ولا سيما ممارسة التجارة الإلكترونية ولما كانت هذه الشركات تنفذ معظم الاستثمارات الأجنبية المباشرة (٢٢) فإن تنفيذ تلك الاستثمارات سيتأثر إيجابيا بالتجارة الإلكترونية وبما يرفع من FDI كفاءة العمل داخل تلك الشركات وفي فروعها المنتشرة عبر قارات العالم. (٢٣)

### ٢/٥ تأثير التجارة الإلكترونية على التوظيف والتشغيل:

من المعروف أن أحد أهم أهداف السياسة الاقتصادية لأي دولة هو مواجهة مشكلة البطالة وزيادة معدلات التوظيف والتشغيل لأهم عنصر من عناصر الإنتاج وهو عنصر العمل بنوعيه الماهر وغير الماهر.

ومن هنا، فإنه لا بد من أن نطرح الأسئلة الآتية: هل من الممكن أن تسهم التجارة الإلكترونية وما يرتبط بها من تطورات تكنولوجية لها انعكاساتها المختلفة على الأنشطة الاقتصادية في تخفيف مشكلة البطالة وزيادة معدلات التوظيف والتشغيل؟ أم أن الأساليب والممارسات الإلكترونية للتجارة على العكس من ذلك ستسهم في تعميق مشكلة البطالة وانخفاض معدلات التوظيف والتشغيل؟ أم أن تحقيقها لهذه أو تلك إنما يتوقف على شكل هذه العمالة ودرجة مهارتها ونوعيتها والمنطقة الجغرافية التي تقطنها (دولة متقدمة - نامية - ريف - حضر - الخ).

وللإجابة على هذا التساؤل، فإنه يجب تحديد نوع العمالة ومستوى خبراتها ودرجة المهارة التي تتمتع بها ومدى قدرتها على استيعاب التكنولوجيات الحديثة التي تفرزها وتتطلبها الممارسات الفعلية للتجارة الإلكترونية على معدلات التشغيل والتوظيف وفي ضوء الضوابط السابق عرضها.

١. تأثيرها على العمالة غير الماهرة: من المتوقع أن العمالة غير الماهرة والتي ينقصها الكثير من التدريب والتعلم قد تواجه مشاكل تؤدي في النهاية إلى تسريح المزيد من العاملين في الأنشطة الاقتصادية التي طبقت التجارة الإلكترونية، نظرا لعدم قدرة تلك

العمالة غير الماهرة على استيعاب التكنولوجيا الحديثة التي أفرزتها التجارة الإلكترونية. ومن ثم انخفاض إنتاجيتها مما يعرضها لتدهور في معدلات الأجور الخاصة بها ويؤدي إلى مزيد من العاملين في الأنشطة الاقتصادية التي طبقت التجارة الإلكترونية، نظرا لعدم قدرة تلك العمالة غير الماهرة على استيعاب التكنولوجيا الحديثة التي أفرزتها التجارة الإلكترونية بها ويؤدي إلى مزيد من تدهور رفاحية هذه العمالة. كما أن الطلب على هذا النوع من العمالة من جانب مؤسسات الأعمال سوف ينخفض ومن ثم يترتب على ذلك زيادة طابور شباب العاطلين غير المهرة في سوق العمل.

٢. تأثيرها على العمالة الماهرة: من المتوقع أن العمالة الماهرة وتلك التي تتحصن وتتمتع بالكثير من التدريب والتعليم، سوف يزداد الطلب عليها من جانب أصحاب مؤسسات الأعمال في الأنشطة الاقتصادية التي أخذت بتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية. إن مهارة تلك العمالة تؤهلها لاستيعاب وفهم كيفية إدارة عمليات التجارة الإلكترونية بكفاءة عالية، وبالتالي تزداد إنتاجية هذا النوع من العمالة ويزداد تمسك أصحاب الأعمال بهم، ومن ثم يزداد الطلب عليهم وترتفع معدلات الأجور لهذا النوع من العمالة وبالتالي تزداد رفاحية العمالة الماهرة في ظل تنامي تطبيق التجارة الإلكترونية.

٢. تأثيرها على العمالة في الدول المتقدمة: من منظور كلي، ولما كانت التجارة الإلكترونية أكثر استخداما وانتشارا في الدول المتقدمة اقتصاديا وتكنولوجيا نظرا لارتفاع معدلات التدريب ودرجات التعلم في تلك الدول لذلك فإن معظم العمالة المتوافرة بتلك الدول تدخل ضمن فئة العمالة الماهرة، ومن ثم يزداد الطلب عليها نظرا لكفاءتها وارتفاع إنتاجيتها بصفة عامة أن نمط الاستثمارات باعتباره يميل إلى الاستثمارات كثيفة رأس المال، قد يتعمق مع تطبيق التجارة الإلكترونية وربما يهدد بعض فئات العاملين في بعض الأنشطة لمخاطر البطالة وإن كان هذا الاحتمال ضعيف نسبيا لأن العمالة الماهرة تدخل ضمن رأس المال «رأس المال البشري» كما أن التجارة الإلكترونية وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات عموما قد أوجدت عديد من الأنشطة الاقتصادية خاصة الخدمية والتي أصبحت تشكل طلبا متزايدا على عنصر العمل الماهر في تلك الدول.

٤. تأثيرها على العمالة في الدول النامية: من منظور كل، أيضا، ونظرا لتنامي استخدام وانتشار التجارة الإلكترونية في الدول النامية، ونظرا لتباين تلك الدول في درجات النمو، فسنجد أن تأثير التجارة الإلكترونية على معدلات التوظيف والتشغيل يختلف فيما بينها حسب درجة ومدى تطبيقها للممارسات الإلكترونية في تجارتها. فنجد الدول النامية ذات الاستخدام الكثيف نسبيا للتجارة الإلكترونية مثل معظم دول جنوب شرق آسيا وبعض دول أمريكا اللاتينية، سوف يكون لذلك آثاره الإيجابية على معدلات التوظيف والتشغيل لا سيما في ظل ارتفاع درجة المهارة للعاملين في تلك الدول. أما مجموعة الدول الأخرى ذات الاستخدام الضئيل للتجارة الإلكترونية مثل معظم الدول العربية والأفريقية فمن المتوقع أن يكون استخدام التجارة الإلكترونية في المدى القصير آثاره القليلة لا سيما في ظل عدم التوسع في تطبيق التجارة الإلكترونية في معظم الأنشطة الاقتصادية.

أما التوسع في تطبيقات التجارة الإلكترونية، فإنه سيضر بالعاملين في تلك الدول لأن معظمهم من العمالة غير الماهرة، إلا أنه من ناحية أخرى قد يشجع على مزيد من التدريب والتعليم وذلك بهدف التكيف مع تلك التطورات الحادثة في الأنشطة الاقتصادية والتي انعكست على هيكل الطلب في سوق العمل إن التجارة الإلكترونية قد تسهم بشكل غير مباشر في زيادة كفاءة عنصر العمل ورفع معدلات إنتاجيته ومن ثم تراكم رأس المال البشرى الذي يسهم في تفعيل وتكوين رأس المال المادى والذاتى يشكلان دعامتين أساسيتين للنمو الاقتصادى لأى مجتمع.

#### ٢/٦ التفسير القياسى لتأثير التجارة الإلكترونية

هناك مجموعة من المحاولات التطبيقية التى حاولت صيانة نماذج قياسية لقياس التجارة الإلكترونية ودرجة استخدامها فى الاقتصاديات المختلفة ومدى تأثير ذلك على التوسع الاقتصادى. فالقد قد البنك الدولى WB نموذج لقياس مدى تأثير التوسع فى استخدام الإنترنت على الاقتصاد، ذلك من خلال حصر المحددات الرئيسية «المستقلة» التى تؤثر على المتغير التابع «التوسع فى الإنترنت» ولقد تم ذلك من خلال المعادلة التالية:

$$Y = (x_1, x_2, x_3, e)$$

حيث  
Y ← النمو في كثافة استخدام الإنترنت والذي يعبر بدوره عن نمو التجارة الإلكترونية.  
x1 ← كثافة الحضر  
x2 ← مدى النمو في تطبيق سياة الخصخصة  
x3 ← النمو في الدخل القومي

$$y = a_0 + a_1 + x_1 + a_2 * 2 + a_3 x_3 + e$$

وقد قامت إحدى الدراسات بتطبيق هذا النموذ خلال الفترة (١٩٩٠ - ١٩٩٩) وتم التوصل إلى نتائج معنوية (٢٥).

إلا أن تطبيق هذا النموذج يؤخذ عليه أنه يغطي فترة لم يكن هناك توسع فعلى في استخدام الإنترنت (١٩٩٠ - ١٩٩٩) الذي تم استخدامه مع عام ١٩٩٦ .

### ٢/٧ النموذج المقترح

يمكن اقتراح تطبيق نموذج يعكس مدى التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية وفي نفس الوقت يوضح مدى تأثير ذلك التوسع على الأنشطة الاقتصادية التي يمكن التعبير عنها اختصارا بدالة الإنتاج ومن يم يتكون النموذج من المعادلتين التاليتين:

$$EC = F(N+, HT+, Y+)$$

حيث EC ← التجارة الإلكترونية  
N ← كثافة استخدام الإنترنت  
Y ← معدل النمو في الاقتصاد يعبر عنه بالدخل القومي  
HT ← درجة التقدم التكنولوجي

ومن المتوقع أن تكون العلاقة بين التجارة الإلكترونية كتغير تابع، والمتغيرات المستقلة الثلاثة علاقة طردية إن زيادة معدلات النمو الاقتصادية وارتفاع كثافة استخدام الإنترنت وزيادة التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات سيؤدي لزيادة تطبيقات التجارة الإلكترونية كما أن زيادة كثافة استخدام التجارة الإلكترونية EC سيؤثر على الأنشطة

الإنتاجية التي يمكن التعبير عنها بدالة الإنتاج الآتية:

$$Q = F(L+, K+, EC+)$$

حيث L ←	عنصر العمل
K ←	عنصر رأس المال
E ←	التوسع في ممارسات التجارة الإلكترونية
Q ←	كمية الإنتاج «المخرجات»

ويجمع بيانات عن ال EC منذ تطبيقها في الدول المتقدمة (٧ سنوات) قد تكون الفترة الزمنية كافية بعض الشيء لتجديد مدى تأثير ال EC على الإنتاج والإنتاجية لا سيما بعد تجزئة البيانات إلى بيانات ربع سنوية من خلال الاعتماد على المعادلات الأربع التالية<sup>(٣)</sup>.

$$Q1 = Wt-1 + (7.5/122) (Wt - wt-1)$$

$$Q2 = Wt-1 + (10.5/12) (Wt - wt-1)$$

$$Q3 = Wt-1 + (1.5/12) (Wt - wt-1 - Wt)$$

$$Q4 = Wt-1 + (4.5/12) (Wt+1 - Wt)$$

حيث:

Q1, Q2, Q3, Q4 قيم المتغير المستقل «التجارة الإلكترونية» في الربع سنة الأولى ثم الثانية والثالثة والرابعة على الترتيب.

WT قيمة المتغير EC في السنة الحالية

WT-1 قيمة المتغير EC في السنة الماضية

WT+1 قيمة المتغير EC في السنة التالية

.....4.5,12 قيمة ثابتة

إن تطبيق طريقة المعادلات الربع سنوية يمكن من الحصول على عدد كافي من المفردات تصل إلى ٢٨ مفردة، ومن ثم يمكن قياس العلاقة والحصول على نتائج أكثر دقة في الدول المتقدمة.

أما بالنسبة لمصر، ومعظم الدول العربية، فإنه نظراً لحدثة التوسع في تطبيق ال EC الذي حدث مع بداية القرن الحادي والعشرين، فإنه فترة سنتين أو ثلاث سنوات



تكون غير كافية (حتى مع تطبيق طريقة المعادلات الربع سنوية) لمعرفة وقياس مدى تأثير تطبيق الـ EC على الأنشطة الإنتاجية ممثلا في تأثيرها على دالة الإنتاج إلا أنه يمكن تحليل تشخيص هذه الآثار وصفا كما أسلفنا.



### المبحث الثالث: النتائج

١. تعتبر التجارة الإلكترونية من أحداث الظواهر التكنولوجية ذات الأبعاد التجارية والاقتصادية، والتي تجسد بقوة تفعيل واستخدام تكنولوجيا المعلومات في الممارسات الاقتصادية عامة والتجارية خاصة.

٢. إن حداثة تلك الظاهرة يتجسد بوضوح في التباين الكبير بين المفاهيم المختلفة لتلك الظاهرة ومن ثم فلا غرابة في أن نجد تعريف للتجارة الإلكترونية يحصرها في أضيق الحدود، في حين نجد تعريف آخر يتسع بها على أوسع نطاق، وبين هذا وذاك نجد جملة من التعريفات والمفاهيم المتباينة.

٣. إن التباين ظروف الزمان (منتصف التسعينيات - أواخر التسعينيات - بداية القرن الـ ١٠٠٠) والمكان (دول متقدمة - دول نامية - دول أقل نموا) والتقدم التكنولوجي (تكنولوجيا للمعلومات ذاتية - تكنولوجيا للمعلومات مستوردة - تكنولوجيا للمعلومات مقلدة ...) ربما يكون من الأسباب الرئيسية للتباين في تلك المفاهيم واختلاف مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية.

٤. إن وضع تعريف شامل للتجارة الإلكترونية يسهم في معرفة أبعادها المختلفة بل ويساعد على معرفة أسبابها وآثارها المختلفة الاقتصادية وغير الاقتصادية، كما أنه يحدد الإطار العام الذي تنطلق منه التفسيرات المختلفة لتلك الظاهرة.

٥. تعتبر التجارة الإلكترونية أحد أدوات عولمة التجارة حيث تخلق عديد من الفرص، كما أنها تطرح كثير من التحديات للمتعاملين بها يكون المحيط الوطني الإقليمي والدولي.

٦. اتساع نطاق التجارة الإلكترونية لتغطي ليس فقط القطاعات السلعية وإنما أيضا القطاعات الخدمية، بل والتسوق الإلكتروني للقيم والأفكار باعتبارها آلية تؤدي إلى تحسين تبادل المعلومات والتغلب على معوقات جمع ونشر المعلومات.

٧. تعتبر التجارة الإلكترونية أداة مهمة تسهم في تسهيل عملية اختراق الأسواق الخارجية، ومن ثم تسهم في توفير المعلومات التنافسية اللازمة لرجال الأعمال المتعلقة

بالفرص التصديرية أو الاستيرادية في الأسواق العالمية المختلفة كما أنها توفر عنصر المنافسة في الوقت Comp. In time فضلا عن قدرتها على توسيع نطاق السوق من المحلية إلى الإقليمية بل والعالمية دون قيود أو حواجز مادية.

٨. سبق الدول المتقدمة عموما في تفعيل التجارة الإلكترونية واستخدامها على نطاق واسع في ممارساتها التجارية مقارنة بالدول النامية وذلك لتوافر مقوماتها في تلك الدول لا سيما تكنولوجيا المعلومات.

٩. التأخر النسبي للدول النامية عموما، والدول العربية خصوصا في استخدام التجارة الإلكترونية وتطبيقها على نطاق ضيق في ممارساتها التجارية مقارنة بالدول المتقدمة، لعد توافر معظم مقوماتها في تلك الدول، وترقيا لما قد ينشأ عن تطبيقها من مخاطر.

١٠. بالرغم من الفرص الكثيرة التي تتيحها التجارة الإلكترونية إلا أن بها بعض المشكلات والمعوقات التي تتطلب وضع إطار تشريعي وقانوني يتوافق معها وذلك بهدف تقليل تلك المشاكل والتحديات من ناحية، وزيادة الفرص من ناحية أخرى.

١١. لا تقتصر آثار التجارة الإلكترونية على الآثار الاقتصادية، بل إن لها آثار أخرى غير اقتصادية كما أن الآثار الاقتصادية نفسها تتباين بين آثار تجارية، وأثار مصرفية، ضريبية... الخ. إن الأثر النهائي أو الصافي للتجارة الإلكترونية إنما يتوقف على جملة كل تلك الآثار وليس على بعضها فقط.

١٢. يعتبر القطاع الخارجى (الصادرات - الواردات) من أكثر القطاعات الاقتصادية حساسية بالنسبة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في الممارسات التجارية، ومن ثم فإن الاستخدام الكفء والتطبيق الأمثل للتجارة الإلكترونية يؤثر إيجابيا على عوائد القطاع الخارجى، والعكس صحيح.

١٣. تعتبر الاستثمارات (المباشرة وغير المباشرة) سواء كانت محلية أو دولية أكثر حساسية أيضا لاستخدام وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية بما توفره من معلومات تسهم في ترشيد القرار الاستثمارى وتخفيض تكلفة الاستثمار.

## قائمة المراجع

### أولاً، المراجع العربية:

- ١- إبراهيم العيسوى (٢٠٠١) التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- ٢- أنطون فغالى (٢٠٠٠)، تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية: دراة الحالة اللبنانية، مجلة المعلوماتى، العدد ٩، رقم ٩٤، مركز المعلومات السوري، دمشق.
- ٣- الأهرام الاقتصادى. ١٢/٢/٢٠٠١ القاهرة، ص٣٢.
- ٤- أيمن درويش (١٩٩٨)، المرجع الكامل لخدمات الإنترنت، مؤسسة شعاع للنشر والعلوم، حلب، سوريا.
- ٥- إيهاب الدسوقى (١٩٩٨) ، الأبعاد الإقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، تقرير المركز رقم ٣٦٠٨، القاهرة.
- ٦- الاتحاد العربى لمكتبات والمعلومات (١٩٩٩)، المؤتمر التاسع بعنوان: الإستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات فى عصر الإنترنت، أكتوبر، تونس.
- ٧- رأفت رضوان (١٩٩٨) عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للعلوم الإدارية القاهرة.
- ٨- شريف متى (١٩٩٨)، مشاكل وتحديات التجارة الإلكترونية فى مصر: نظم الرية وتأمين المعلومات، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، تقرير المركز رقم ٥٤١٥، القاهرة.
- ٩- صلاح الدين إسماعيل (١٩٩٠) استخدام أساليب بحوث العمليات فى حل مشكلات تخطيط ومراقبة الإنتاج فى القطاع العام للصناعات التجميعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة حلوان ص ١١٤٢.
- ١٠- فتحى أحمد السيد عامر (١٩٩٨)، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت فى مصر: حاضرها ومستقبلها، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار تقرير المركز رقم ٥٣٦١، القاهرة.
- ١١- محمد أبوالقاسم (٢٠٠٠)، التسويق عبر الإنترنت، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة.

١٢. محمد أديب غنيمي (١٩٩٧)، شبكات المعلومات: الحاضر والمستقبل، كراسات مستقبلية، المكتبة الأكاديمية، العدد ٣، القاهرة.
١٣. محمد جمال الدين درويش (٢٠٠٠)، التخطيط للمجتمع المعلوماتي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
١٤. محمد رمضان محمد (١٩٩٨) التجارة الإلكترونية وإمكانيات تطبيقها في مصر، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، تقرير المركز رقم ٥٣٦٥، القاهرة.
١٥. محمود حامد عبدالرازق (١٩٩٨)، التجارة الإلكترونية، المؤتمر القومي الأول لمركز بحوث ودراسات التنمية التكنولوجية جامعة حلوان. ١٠ - ١٢ مايو، القاهرة.
١٦. محمود حامد عبدالرازق (٢٠٠١) المعلومات ودورها في أداء الصادرات الصناعية: دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة حلوان، القاهرة، ص ٢٧٠.
١٧. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (١٩٩٩) نهضة المعلومات في عصر مبارك، الملتقى والمؤتمر القومي، ٣، ٤ سبتمبر، القاهرة.
١٨. مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية (٢٠٠٠) ندوة تكنولوجيا المعلومات والتصدير جامعة حلوان، القاهرة.
١٩. مصطفى سعيد (٢٠٠١) حرب الحكومة الإلكترونية مع الحكومة البيروقراطية، الأهرام الاقتصادي، ١٢/١١/٢٠٠١.
٢٠. معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢) نحو استراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، رقم ١٥٣، يوليو.
٢١. معهد الكويت للأبحاث العلمية (١٩٩٧-٩٦) مجلة علوم وتكنولوجيا، الأعداد ٣٥، ٣٨، ٤٢ الكويت.
٢٢. منى قاسم (١٩٩٨)، دور الأنظمة المالية الإلكترونية في تنمية التجارة

الإليكترونية فى إطار النظام العالمى الجديد، الندوة الوطنية للتجارة الإليكترونية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، سبتمبر، القاهرة.

٢٣. الندوة القومية للتجارة الإليكترونية (١٩٩٨)، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، خلال الفترة ٢٩-٣٠ سبتمبر، القاهرة..

٢٤. نعمات العباس (١٩٩٩)، التجارة الإليكترونية أداة للمنافسة فى الأسواق العالمية معهد السياسات الاقتصادية، صندوق النقد العربى، القدرة التنافسية للاقتصادات العربية فى الأسواق العالمية، أكتوبر، أبو ظبى، الإمارات..

٢٥. نقطة التجارة الدولية المصرية (١٩٩٨) إمكانيات وطرق استخدام التبادل الإليكترونى للبيانات، أغسطس.

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية:

1. Coopel, j.. (2000), E-commerce: impacts and policy challenges, OECD economic Department, working paper, No 25, June, www.Oecd.org/eco/eco.
2. Diz A C. (99), Money & Pricess in Argentina 1935 -1962 , ph.d. Dissertation, Unjiversity of Chicago.
3. Esteve, R. & chuknecht, L. (1999), "A Quantitative Aessment of E-commerce, WTO, taff working paper, Sep., www.wto.org.
4. ITU, www.itu.int.
5. Nagy M., (1981) , Structural Change and Monetary control in Developing, Countries: the Caw of Egypt, Indian univerity, USA, P193.
6. Pomagarig Arvind (2000), E-commerce, WTO & developing Coutrices, UNCTAD, TAP.
7. UNCITRALC, law of E-commerce, www.Uncitral. org.
8. Wetl and chritopher (2000) , Global electronic commerce: Theory and Case studie Maa-chuetts institute of technology.
9. WIPO (2000) primer on E-commerce & Intellectual property issues, http: u E-commerce. Wiop.Int/primer. www.wto.ort WTO (2000) Annual year look,

ملاحق البحث

جدول (١) تطور عدد مستخدمي الإنترنت (١٩٩٠-٢٠٠٢)

السنة	عدد الحاسبات الشخصية بالمليون	عدد مستخدمي الإنترنت بالمليون	عدد خطوط التليفون بالمليون
١٩٩٠	١٢.٢	٢.٦	٥٢٠
١٩٩١	١٣.٠	٤.٤	٥٤٦
١٩٩٢	١٥.٠	٦.٩	٥٧٤
١٩٩٣	١٧.٠	٩.٤	٦٠٦
١٩٩٤	١٩.٠	١٦	٦٤٥
١٩٩٥	٢٣.٠	٣٤	٦٩٢
١٩٩٦	٢٦.٠	٥٤	٧٤٠
١٩٩٧	٣٢.٠	٩٠	٧٩٤
١٩٩٨	٣٧.٠	١٤٩	٨٤٨
١٩٩٩	٤٣.٠	٢٣٠	٩٠٦
٢٠٠٠	٥٠.٠	٣١١	٩٧٠
٢٠٠١	٥٧.٠	٣٩١	١٠٣٠
٢٠٠٢	٦٧.٠	٥٠٠	١١١٥

Source : IT.U, 2000 (www.itu.int).

جدول (٢) عدد مستخدمي الإنترنت في قارات العالم لعام ٢٠٠٠

القارات	أفريقيا	الأمريكتين	آسيا	أوروبا	أستراليا
مضيفي الإنترنت	٢١٨٣٥٢	٨٤٨٩٦٨١١	٧١٠٠٥٩٧	١٢٥٢٨٧٦٥	١٩٧٢٧٩٢
مضيفي الإنترنت لكل ١٠٠٠٠ نسمة	٢,٧٥	١٠٢٩,٢٣	١٩,٥٧	١٥٧,٠١	٦٤٧,٤٩
مستخدمي الإنترنت بالآلاف	٤٠٩٤	١٢٣٧٣١	١١٣١١	٩٩٧٨٠	٧٧١٦
مستخدمي الإنترنت لكل ١٠٠٠٠	٥٢.٥	١٥٠٣,٢	٣٢٦,٠	١٢٥٠,٥	٢٥٣٩,٧
عدد الحاسبات بالآلاف	٦٣٢٦	١٩٤٢٣٢	١٠٠٣٣٢	١٣١٤٣٠	١٠٣٤٣
عدد الحاسبات لكل ١٠٠	٠,٩٤	٢٤,٢٦	٢,٩	١٦,٨١	٤٢,١٤

Source : IT.U, 2000 (www.itu.int).

## الأثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

جدول (٣) نسبة مستخدمي الإنترنت لقارات العالم (عام ٢٠٠٠)

القارات	أفريقيا	الأمريكتين	آسيا	أوروبا	أستراليا
التوزيع النسبي لمستخدمي الإنترنت	%٢	%٨٠	%٧	%١٢	%٢
مستخدمي الإنترنت لكل ١٠٠٠ منسوب لتوسط العالم	٠,٠١	٥,٩	٠,١١	٠,٨٩	٣,٦٦
التوزيع النسبي لمستخدمي الإنترنت	%١,٢	%٣٥,٣	%٣٢,٩	%٢٨,٥	%٢٢,٢
مستخدمي الإنترنت لكل ١٠٠٠ منسوب لتوسط العالم	٠,٠٩	٢,٦	٠,٥٥	٢,١٣	٤,٣٢
التوزيع النسبي للحاسبات الشخصية	%١,٤	%٤٣,٩	%٢٢,٧	%٢٩,٧	%٢٢,٣
عدد الحاسبات لكل ١٠٠٠ منسوب لتوسط العالم	٠,١٢	٣,١٥	٠,٣٨	٢,١٨	٥,٤٦

Source : NPI, 2002, P. 34.



## الهوامش

- ١- مجلة الأهرام الاقتصادية، ٢٨٢/٢٠٠١، القاهرة، ص ٣٢ .
- 2- Wto (2000), Annual yearbook, www.wto.org
- 3- UNCITRAL, "Law of E-commerce", www.UNCITRAL.org.
- ٣- أنظر: إبراهيم العيسوي (٢٠٠١)، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.  
- أيمن درويش (١٩٩٨)، المرجع الكامل لخدمات الإنترنت، مؤسسة شعاع للنشر والعلوم، حلب، سوريا ص ٣٠٦، ٣١ .
- ٤- المرجع السابق مباشرة، ص ٩-١١ .
- 5- Coppel, J (2000), "E-Commerce: impacts of policy chellonges, oecd, op, cit.
- ٦- مصطفى سعيد (٢٠٠١)، حرب الحكومة الإلكترونية مع الحكومة البيروقراطية، مجلة الأهرام الاقتصادية، ١٢/١١، ص ٢٨ .
- ٧- معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، نحو إستراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية فى مصر، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، رقم ١٥٣، يوليو، ص ٢٣ .
- ٨- معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، نحو إستراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية فى مصر، مرجع سبق ذكره، ص ٢٢ .
- ٩- معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، نحو إستراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية فى مصر، مرجع سبق ذكره، ص ٤ .
- ١٠- معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، مرجع سبق ذكره، ص ٦٣ .
- ١١- تم ذلك فى عام ١٩٨٩ .
- ١٢- وهى شركة (ISP) Internet service provider
- 13- Internet services digital network (ISDN).

١٤. معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، نحو إستراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، مرجع سبق ذكره، ص ٦٨ .

15. united Nation Commission on international trade law.

16. Model law on electronic commerce with Guide to enactment.

17. Electronic data interchange

18. Egyptian lald proposal for Electronic Commerce.

20. Westl of chnistopler (2000), Glotal edectronic commerce: theory of case studies, Mas-sachusetts institute of technology.

21. Multinational companies.

22. Foreign Direct Investment.

٢٣. هذه الشركات تسمى أحيانا بالشركات متعددة الجنسية والشركات متعددة الجنسية، والشركات عابرة القومية والشركات دولية النشاط عابرة القارات والشركات فوق القومية... الخ.

٢٤. معهد التخطيط القومي (٢٠٠٢)، نحو إستراتيجية للإستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، مرجع سبق ذكره، ص ٤١ .

٢٥. أنظر:

- محمود حامد عبدالرازق (٢٠٠١) المعلومات ودورها في أداء الصادرات الصناعية: دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة حلوان، القاهرة، ص ص ٢٧٠ .

- صلاح الدين إسماعيل (١٩٩٠) استخدام أساليب بحوث العمليات في حل مشكلات تخطيط ومراقبة الإنتاج في القطاع العام للصناعات التجميعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة حلوان ص ١٤٢ .

- Nagy M., (1981). Structural Changes and Monetary control in Developing Countries: the Case of Egypt, Indian university, USA., P. 193.

- Diz A C. (1996), Money & Prices in Argentina 1935-1962, ph. Dissertation, University of Chicago.