



صندوق النقد العربي  
ARAB MONETARY FUND

دراسة حول  
إحصاءات التجارة الإلكترونية

جمال قاسم حسن محمود      محمود عبدالسلام

الإجتماع العاشر لمبادرة الإحصاءات العربية " عربسات "  
أمانة اللجنة الفنية

صندوق النقد العربي  
سبتمبر 2023

© صندوق النقد العربي 2023

حقوق الطبع محفوظة

يُعد أعضاء الدائرة الاقتصادية، وأعضاء الدوائر الفنية الأخرى بصندوق النقد العربي دراسات اقتصادية، وأوراق بحثية يصدرها الصندوق، وينشرها على موقعه الإلكتروني. تتناول هذه الإصدارات قضايا تتعلق بالسياسات النقدية والمصرفية والمالية والتجارية وأسواق المال وانعكاساتها على الاقتصادات العربية.

الآراء الواردة في هذه الدراسة لا تمثل بالضرورة وجهة نظر صندوق النقد العربي، وتبقى معبرةً عن وجهة نظر مؤلفي الدراسة

لا يجوز نسخ أو اقتباس أي جزء من هذه الدراسة أو ترجمتها أو إعادة طباعتها بأي صورة دون موافقة خطية من صندوق النقد العربي إلا في حالات الاقتباس القصير بغرض النقد والتحليل، مع وجوب ذكر المصدر.

توجه جميع المراسلات على العنوان التالي:

الدائرة الاقتصادية

صندوق النقد العربي

ص.ب 2818، أبو ظبي دولة الامارات العربية المتحدة

هاتف: +971 2 6171552

البريد الإلكتروني: [economic@amfad.org.ae](mailto:economic@amfad.org.ae)

الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae>

## المحتوى

1	تمهيد.....
1	1: مفهوم التجارة الإلكترونية.....
3	2: البنية التحتية التقنية كمحدد أساسي للتجارة الإلكترونية.....
10	3: واقع اداء التجارة الإلكترونية.....
14	4.تطورات التجارة الإلكترونية في بعض الدول العربية.....
20	5 : التحديات وآفاق تطوير التجارة الإلكترونية في الدول العربية.....
23	الملاحق والأشكال.....
28	استبيان التجارة الإلكترونية.....
31	المراجع.....

## تمهيد

واجهت العديد من الدول حول العالم تحديات تتعلق بالتجارة الإلكترونية، نتيجة افتقارها للبنية التحتية التقنية القوية التي تسهل عملية الاتصال الرقمي، حيث لاتزال بعض تلك الدول تعاني من تحديات تتعلق بالولوج للشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) والتسوق من خلالها. إضافة إلى ارتفاع عامل تكلفة الحصول على خدمات شبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) في العديد من الدول. كما ان التسوق عبر شبكة العالمية للمعلومات يتطلب توافر حسابات مصرفية وبطاقات ائتمان، الامر الذي يمثل عقبة امام المتسوقين لإتمام العمليات الخاصة بالتجارة الإلكترونية. فقد أشار البنك الدولي<sup>1</sup> في هذا الجانب الى أن حوالي 15 في المائة من سكان العالم يستطيعون تحمل تكلفة الوصول إلى الشبكة العالمية للمعلومات بنطاق واسع، في حين أن حوالي 68 في المائة من سكان العالم لديهم حسابات مصرفية. من جانب آخر، وبالرغم من ضخامة حجم التجارة الإلكترونية في العالم، إلا أن حجمها في الدول العربية لا يُمثل سوى نسبة بسيطة (1 في المائة) من إجمالي التجارة الإلكترونية العالمية.

تم إعداد هذه الدراسة في إطار الاستعداد للاجتماع العاشر لمبادرة الإحصاءات العربية "عربستات"، بناءً على مقترحات أعضاء اللجنة الفنية للمبادرة خلال الاجتماع التاسع الذي عُقد في نوفمبر 2022.

في هذا الإطار، تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على إحصاءات وهيكل التجارة الإلكترونية، واستعراض أهم الجوانب المتعلقة بها، خاصةً منها طرق جمع ونشر بيانات التجارة الإلكترونية، والآليات المستخدمة في قياس حجم التجارة الإلكترونية، واستعراض أهم التحديات في هذا الخصوص. تستند الدراسة إلى نتائج استبيان تم استيفاءه من قبل الجهات المعنية في ثمان دول عربية، هي: البحرين، والسعودية، وعمان، وقطر، والكويت، ولبنان، ومصر، واليمن.

### 1: مفهوم التجارة الإلكترونية

تشير التجارة الإلكترونية إلى عمليات الشراء والبيع للمنتجات والخدمات عبر الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" بمساعدة أدوات الإتصال وتطبيقات الهواتف المحمولة وغيرها من الوسائل المتاحة<sup>2</sup>. لقد نشأت التجارة الإلكترونية (e-Commerce) نتيجة للاهتمام الملموس من جانب الدول بالبنية التحتية التقنية والاقتصاد الرقمي وظهور الشبكة العالمية للمعلومات بشكل واسع في جميع أنحاء العالم. هذا، وقد كان من تداعيات جائحة كوفيد (COVID-19)، انتشار التجارة الإلكترونية على نطاق واسع خلال فترة الجائحة، حيث تركزت عمليات البيع والشراء عبر الشبكة العالمية للمعلومات على المستوى السلعي والخدمي، بالإعتماد على المعلومات والبرمجيات والتقنيات الإلكترونية المطورة.

تُسهم عملية البيع والشراء للسلع والخدمات عبر الشبكة العالمية للمعلومات في زيادة العوائد المالية والدخل، ودعم عمليات المبيعات وخدمة العملاء، حيث يمكن تشبيهها بسوق إلكتروني يتم تواصل البائعين (الموردون، والشركات، والمحلات)، والوسطاء (السماسرة)، والمشترون من خلال تقديمهم للمنتجات والخدمات بصيغة افتراضية ويتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

<sup>1</sup> قاعدة مؤشرات التنمية الاقتصادية.

<sup>2</sup> مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد).

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

لقد أشارت بعض المؤسسات الدولية<sup>3</sup>، إلى أن التجارة الإلكترونية تتمثل في عملية بيع وشراء السلع والخدمات التي تتم من خلال إجراء عملية الدفع والتسليم النهائي للسلع أو الخدمات، إما عبر الشبكة العالمية للمعلومات أو خارجها، سواءً بين الأعمال التجارية أو الأسر أو الأفراد أو الشركات والجهات الخاصة من خلال المعاملات الإلكترونية التي تتم عبر شبكة العالمية للمعلومات أو غير ذلك من وسائل الإتصال الأخرى. وتجدر الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية تمثل مجموعة متكاملة من العمليات التجارية والاقتصادية التي يتم فيها تبادل السلع والخدمات باستخدام التقنيات الحديثة ووسائل الدفع الإلكتروني. تتضمن المكونات الأساسية للبنية التحتية للتجارة الإلكترونية الأدوات التالية :

1. المهارات الرقمية وريادة الأعمال، التي تتعلق بالبنية التحتية للإتصالات.
2. اللوائح المنظمة للتجارة الإلكترونية، التي تخص بيئة العمل.
3. الخدمات اللوجستية للتجارة الإلكترونية، التي تتعلق بالموارد البشرية.

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد أهم الوسائل الفعالة للتعاملات التجارية السلعية والخدمية، وكذلك في تحويلات الأموال عبر شبكة المعلومات الدولية بإستخدام الهواتف المحمولة أو أي وسيلة اتصال أخرى. تنقسم التجارة الإلكترونية إلى ستة أنواع وهي:

- من الشركة إلى المستهلك (Business to Consumer): هذا النوع من التجارة يتعلق بعمليات البيع المباشرة بين الشركات والمستهلكين.
- من شركة إلى شركة (Business to Business): يعتبر هذا النوع معني بشكل كبير بعمليات البيع والشراء التي تتم بين المنتجين وتجار الجملة والتجزئة.
- من مستهلك إلى مستهلك آخر (Consumer to Consumer) : يتم بين المستهلكين الأفراد، حيث يقوم أحد المستهلكين بعرض ما يرغب ببيعه عبر شبكة المعلومات العالمية.
- من المستهلك إلى شركة (Consumer to Business) : يرتكز بين المستهلكين كأفراد والشركات.
- من المستهلك إلى الحكومة (Consumer to Government) : يتضمن المعاملات التي تتم بين المستهلك والحكومة كدفع رسوم فاتورة الكهرباء عبر الموقع الإلكتروني المخصص لذلك.
- من الشركات إلى الحكومة (Business to Government) : هذا النوع من التجارة يشمل المعاملات التجارية التي تقدمها الشركات إلى الحكومة والمؤسسات العامة.

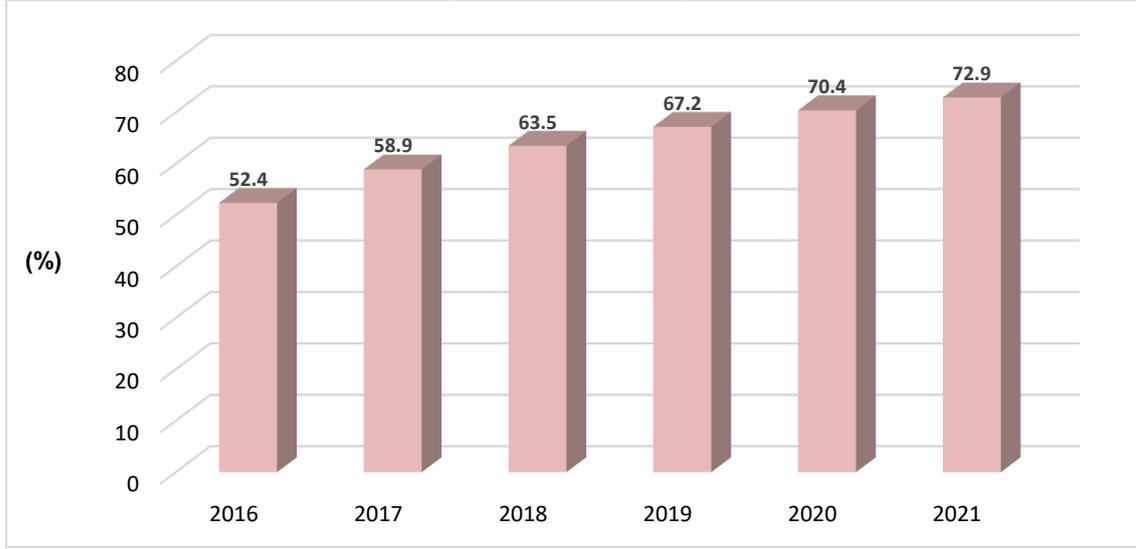
يقوم المشتري، بهدف إتمام صفقات البيع والشراء في التجارة الإلكترونية بالدفع من خلال أحد الطرق المستخدمة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) والأنظمة الذكية الخاصة بالبنوك وشركات الأموال المتخصصة. لقد ساهم إنتشار الهواتف المحمولة والتطور التقني بشكل كبير في دفع عمليات الشراء والبيع عبر شبكات العالمية للمعلومات، حيث أشارت الإحصاءات<sup>4</sup> إلى أن حصة عمليات التجارة الإلكترونية عبر استخدام الهواتف المحمولة بلغت نحو 73 في المائة من إجمالي وسائل الدفع المتعارف عليها في عام 2021، شكل (1).

<sup>3</sup> يوروستات (EUROSTAT)

<sup>4</sup> الإتحاد الدولي للاتصالات (2021) ، فهرس الويب العالمي (Global web index).

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

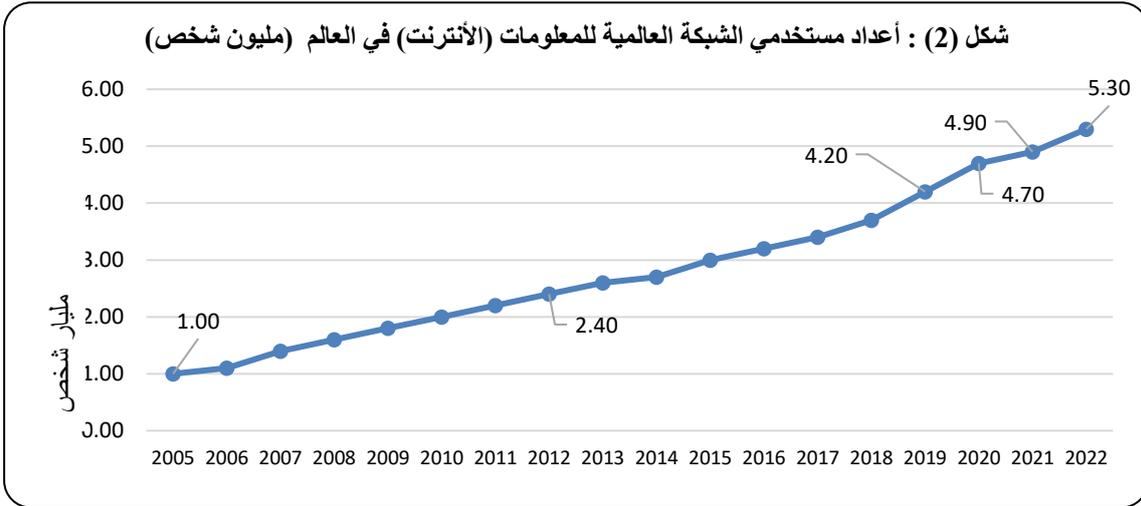
شكل (1)  
نسبة استخدام الهواتف المحمولة في التجارة الإلكترونية



المصدر: الإتحاد الدولي للاتصالات (2021)، فهرس الويب العالمي (Global web index).

## 2: البنية التحتية التقنية كمحدد أساسي للتجارة الإلكترونية

على مستوى العالم، تُشير الإحصاءات إلى أن نسبة الأفراد الذين يستخدمون شبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) من خلال الهواتف المحمولة أو من أجهزة الحاسب الآلي بلغ نحو 5.3 مليار شخص حول العالم<sup>5</sup>، وذلك بما يعادل حوالي 66.0 في المائة من إجمالي سكان العالم خلال عام 2022، شكل (2).



المصدر: قاعدة بيانات الإتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

فيما يخص دول الإتحاد الأوروبي، فقد بلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) حوالي 89.5 في المائة من إجمالي السكان في عام 2022، وهي الأعلى مقارنةً بالتكتلات

<sup>5</sup> قاعدة بيانات الإتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

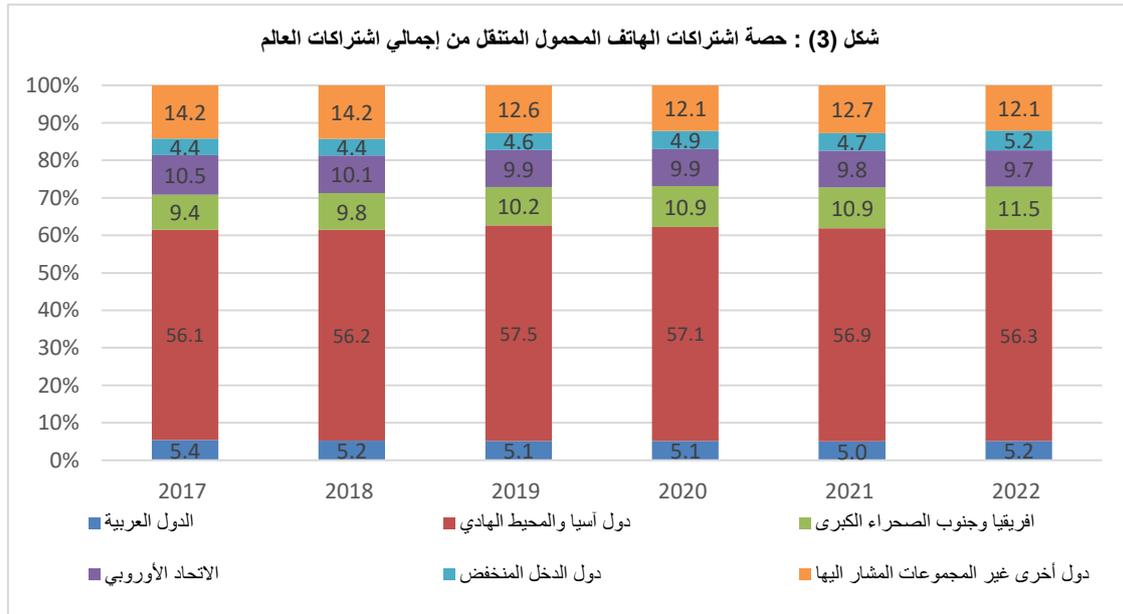
الأخرى، بينما بلغت نسبة الأفراد بدول أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي حوالي 76.2 في المائة من إجمالي السكان. في حين بلغت النسبة في الدول العربية نحو 70.3 في المائة في عام 2022، جدول (1).

**جدول (1)**  
نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت من إجمالي السكان  
(2010 و 2018-2022)

المناطق						(%)
2022	2021	2020	2019	2018	2010	الدول العربية
70.3	65.8	61.6	55.2	54.2	25.7	الاتحاد الأوروبي
89.5	86.7	84.8	82.8	81.7	68.7	أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي
76.2	74.3	73.9	68.7	65.4	34.7	الدول منخفضة الدخل
26.4	22.5	19.5	17.9	16.3	3.4	أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى
39.7	35.3	29.3	26.2	24.7	6.1	شرق آسيا والمحيط الهادئ
75.3	73.1	69.1	63.9	59.4	34.2	العالم
66.3	63.0	59.6	53.6	49.2	28.8	

المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

أما بالنسبة لإشتراقات الهواتف المحمولة، فقد وصل عدد الإشتراقات إلى حوالي 8.6 مليار مشترك حول العالم، استحوذت دول آسيا والمحيط الهادي على نحو 56.3 في المائة منها، وتعتبر الأعلى على مستوى العالم. بينما بلغت حصة دول الاتحاد الأوروبي حوالي 9.7 في المائة من إجمالي إشتراقات العالم، فيما حصلت الدول العربية على حوالي 5.2 في المائة، بما يعادل حوالي 444 مليون مشترك، شكل (3).



المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

أما بالنسبة لعدد السكان المشمولين بشبكة المحمول من الجيل الثالث على الأقل، فقد ارتفع من 6.9 مليار شخص في عام 2018 إلى نحو 7.5 مليار شخص في عام 2022، فيما بلغ عدد السكان المشمولين بهذه الشبكة بالدول العربية نحو 448 مليون شخص في عام 2022، جدول (2).

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

### جدول (2) عدد السكان في التكتلات المشمولين بشبكة المحمول من الجيل الثالث على الأقل (2022-2018)

(مليون شخص)

المناطق	2022	2021	2020	2019	2018
الدول ذات الدخل المرتفع	1,243	1,238	1,236	1,232	1,223
أقل البلدان نمواً	555	495	471	442	399
الدول الأفريقية	941	873	820	785	730
الدول العربية	448	431	417	403	378
آسيا والمحيط الهادئ	4,236	4,176	4,146	4,106	3,976
العالم	7,532	7,368	7,249	7,144	6,900

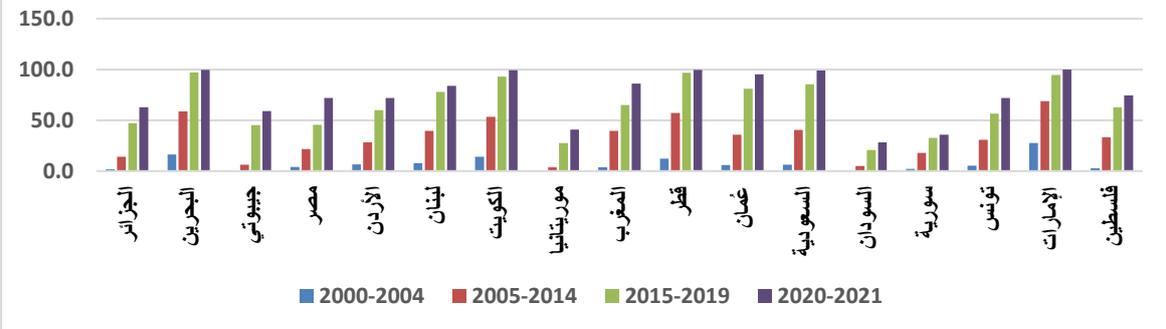
المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

فيما يخص الدول العربية، ارتفعت نسبة مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" من خلال الحاسب الآلي، أو الهاتف المحمول من أي مكان داخل الدولة في كل من الإمارات والبحرين والسعودية وقطر والكويت إلى نحو 100 في المائة في عام 2021، في حين تراوحت في بقية الدول العربية الأخرى بين 35.8 و 95.7 في المائة كنسبة من السكان في عام 2021، بينما فاق عدد اشتراكات الهواتف المحمولة في دول مجلس التعاون وبعض الدول العربية نسبة 130 في المائة، جدول (3)، وشكل (4).

### جدول (3): المؤشرات الأساسية لتقنيات الهواتف وشبكة المعلومات في دول عربية على الشبكة العالمية للمعلومات العام 2021

الدول	نسبة الأسر التي لديها			النسبة المئوية للأفراد الذين يستخدمون		
	الهاتف الثابت	الهاتف المحمول	الحاسب الآلي	الشبكة العالمية الوصول إلى المعلومات في المنزل	الشبكة العالمية للمعلومات	الهاتف المحمول
البحرين	7.6	100.0	94.8	100.0	95.0	100.0
الكويت	39.3	99.7	87.7	99.4	87.1	99.3
المغرب	...	...	68.4	86.2	...	...
السعودية	17.4	100.0	99.4	99.8	86.6	100.0
الإمارات	99.7	100.0	99.3	99.9	100.0	100.0

شكل (4) : نسبة الأفراد الذين يستخدمون الشبكة العالمية للمعلومات (من إجمالي السكان) لمتوسط الفترات 2002-2021

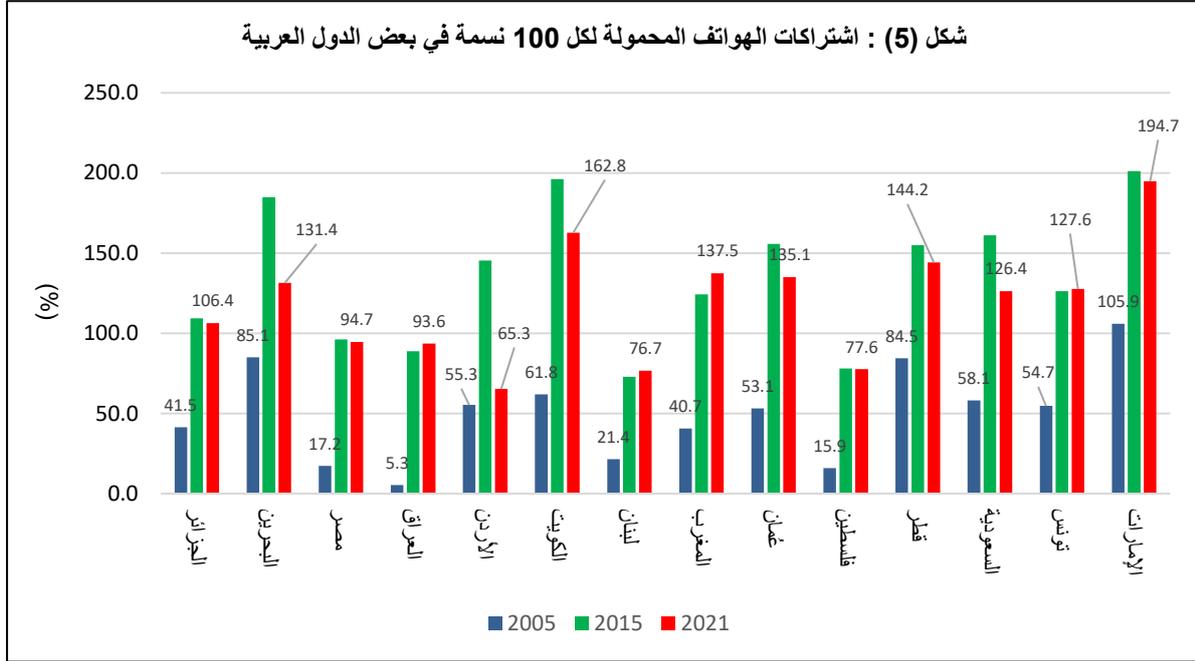


(...): غير متوفر

المصدر: جدول (6) قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية، وشكل (10) البنك الدولي، مؤشرات التنمية الاقتصادية

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

يعتبر مؤشر إشتراكات الهواتف المحمولة لكل 100 شخص من المؤشرات التي تعكس مدى إنتشار وسهولة التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، حيث يُشير إلى عدد الإشتراكات في خدمة الهاتف المحمول، ويتضمن عدد إشتراكات الدفع الأجل، وعدد حسابات الدفع المسبق النشطة (أي التي تم استخدامها خلال الأشهر الثلاثة الماضية). كذلك ينطبق المؤشر على جميع الإشتراكات الخلوية المُنتقلة التي تقدم إتصالات صوتية، ويستثنى الإشتراكات عبر بطاقات البيانات أو أجهزة المودم (USB) <sup>6</sup>، والإشتراكات في خدمات البيانات المُنتقلة العامة، وخدمات الترحيل اللاسلكي والقياس عن بعد<sup>7</sup>، شكل (5).



المصدر : قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية

على مستوى الدول العربية، تشير الإحصاءات<sup>8</sup> إلى أن نسبة السكان الموجودين في نطاق إشارة خلوية متنقلة من الجيل الثالث على الأقل، قد بلغت حوالي 100 في المائة في كل من الإمارات والبحرين والسعودية وعمان وقطر والكويت خلال عام 2021، في حين تتفاوت هذه النسبة في بقية الدول العربية بين 43 إلى 99 في المائة، جدول (4).

<sup>6</sup> هو جهاز يقوم بتحويل البيانات إلى إشارة بحيث يمكن إرسالها واستقبالها بسهولة عبر خط هاتف أو كابل أو اتصال قمر صناعي، ويقوم المودم بتحويل البيانات بين التنسيقات التماثلية والرقمية في الوقت الفعلي لاتصال شبكة ثنائي الاتجاه، وفي حالة أجهزة المودم الرقمية عالية السرعة تكون الإشارة أبسط بكثير ولا تتطلب التحويل من التماثلية إلى الرقمية.

<sup>7</sup> الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

<sup>8</sup> قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

### جدول (4)

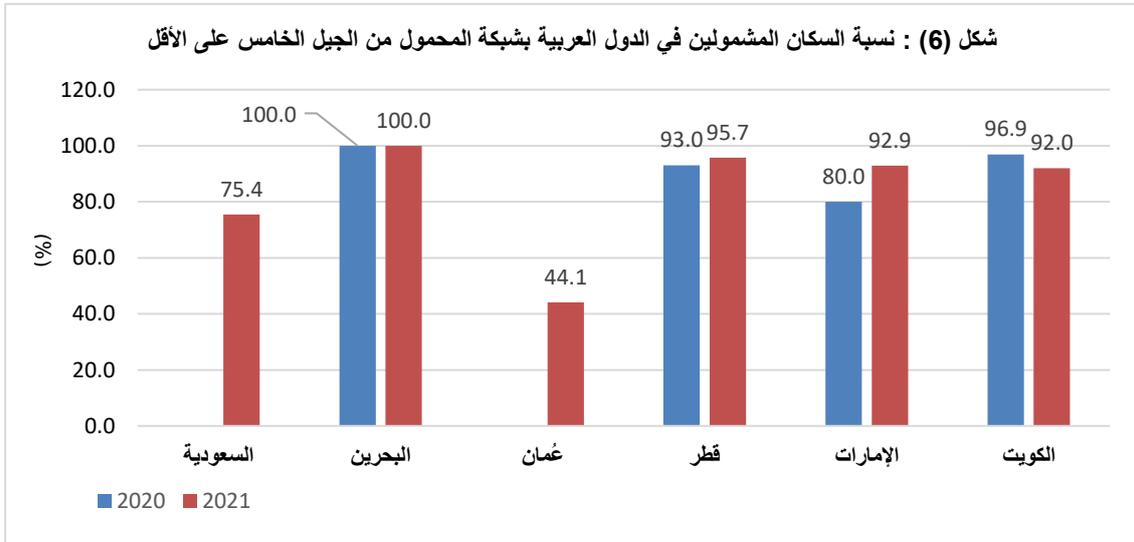
نسبة عدد السكان المشمولين في الدول العربية بشبكة الجوال من الجيل الثالث على الأقل  
(2021-2018)

الدول العربية	2018	2019	2020	2021
الأردن	99.8	99.8	99.8	99.8
الإمارات	100.0	100.0	100.0	100.0
البحرين	100.0	100.0	100.0	100.0
تونس	99.0	99.0	99.0	99.0
الجزائر	97.5	97.7	99.0	98.2
السعودية	98.1	98.9	99.1	100.0
السودان	46.6	55.5	64.6	78.6
العراق	94.6	96.5	96.9	96.9
عمان	99.2	99.3	99.4	100.0
قطر	100.0	100.0	100.0	100.0
الكويت	100.0	100.0	100.0	100.0
لبنان	98.4	99.6	99.6	99.6
ليبيا	...	78.1	78.1	98.0
مصر	98.7	99.1	99.2	99.5
المغرب	98.0	99.0	99.0	99.3
موريتانيا	43.0	43.3	43.5	43.7
اليمن	...	95.0	95.0	95.0

(...): غير متوفر

المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية

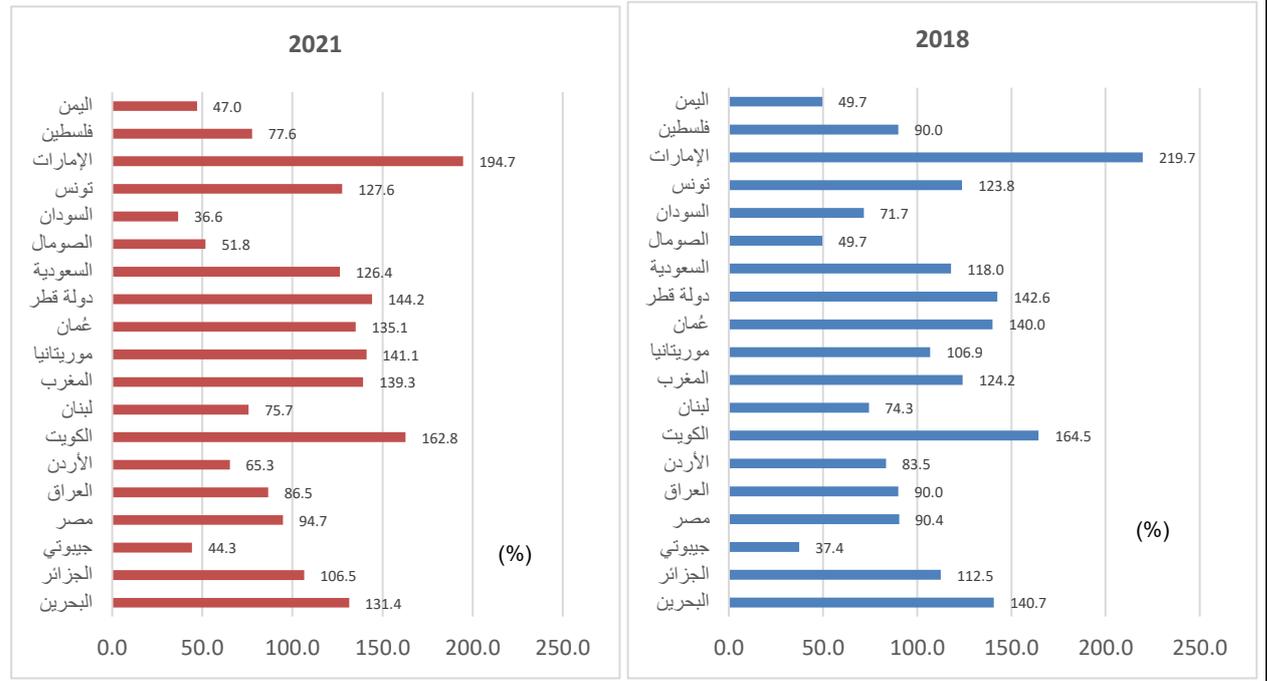
أما بالنسبة للسكان المشمولين بشبكة المحمول من الجيل الخامس، فقد سجلت أعلى مستوى في البحرين بين الدول العربية، حيث بلغت نحو 100 في المائة خلال الأعوام 2020 و 2021. كما يبلغ عدد السكان المشمولين في شبكة المحمول من الجيل الخامس على الأقل في قطر والإمارات والكويت والسعودية حوالي 95.7 و 92.9 و 92 و 75.4 في المائة في عام 2021 على الترتيب، شكل (6).



المصدر: قاعدة بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات العالمية

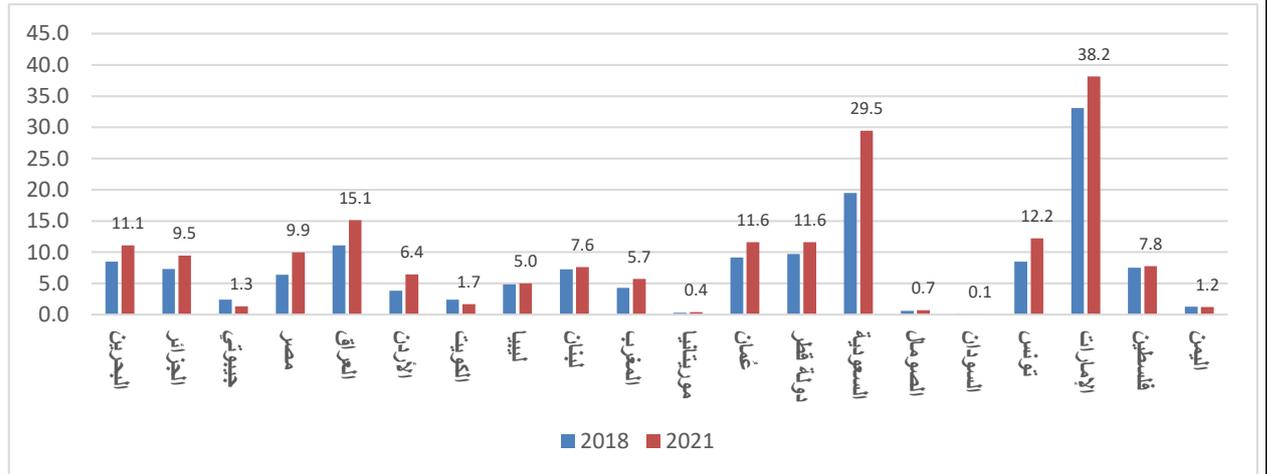
## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

شكل (7) : عدد إشتراكات الهواتف المحمولة لكل 100 شخص في الدول العربية



شكل (8) : عدد إشتراكات النطاق العريض الثابت لكل 100 شخص في الدول العربية

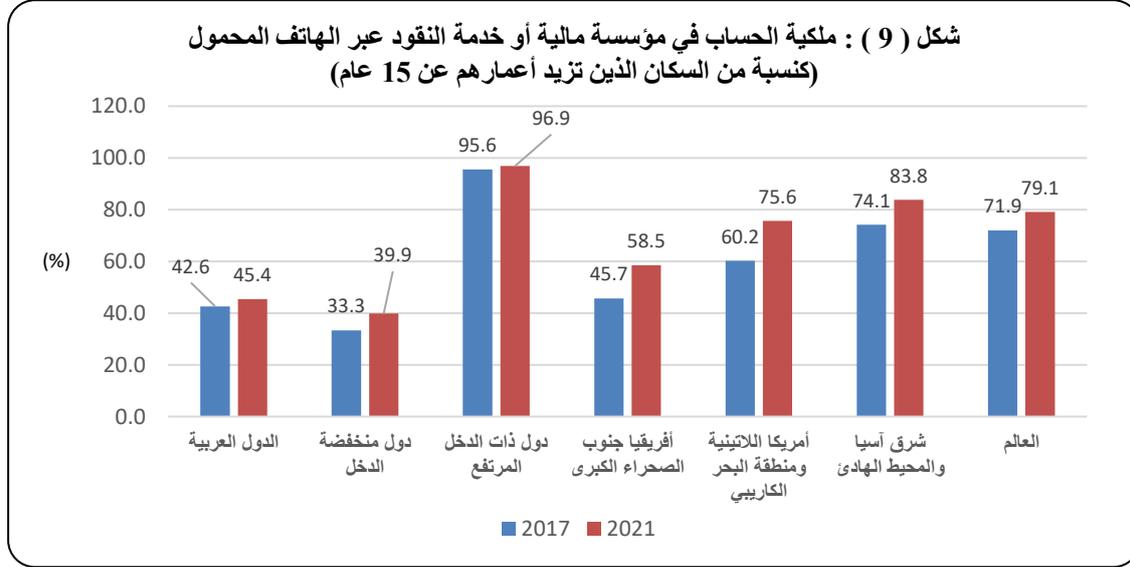
تشير إشتراكات النطاق العريض الثابت، إلى الإشتراكات الثابتة للوصول عالي السرعة إلى الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، بسرعة تزيد عن 256 كيلوبت / ثانية، حيث يشمل مودم الكابل، والألياف إلى المباني وإشتراكات النطاق العريض الثابت الأخرى، والنطاق العريض عبر الأقمار الصناعية والنطاق العريض اللاسلكي الثابت الأرضي. يبلغ في الإمارات والسعودية 38.2 و 29.5 لكل 100 شخص عام 2021، وهي الأعلى على مستوى الدول العربية.



المصدر : البنك الدولي، مؤشرات التنمية الاقتصادية

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

أما بالنسبة لمؤشر ملكية الحساب في مؤسسة مالية أو خدمة النقود عبر الهاتف المحمول (كنسبة من السكان الذين تزيد أعمارهم عن 15 عاماً)<sup>9</sup>، فقد بلغ المتوسط العالمي حوالي 79.1 في المائة في عام 2021، في حين بلغت حصة الدول ذات الدخل المرتفع نحو 96.9 في المائة من إجمالي السكان في عام 2021، بالمقابل سجلت الدول منخفضة الدخل نحو 39.9 في المائة من إجمالي السكان في عام 2021. أما بالنسبة للدول العربية فقد بلغت النسبة حوالي 45.4 في المائة من إجمالي السكان في عام 2021، شكل (9).



المصدر : البنك الدولي، قاعدة بيانات مؤشرات التنمية الاقتصادية.

فيما يتعلق بمؤشر ملكية الحساب في مؤسسة مالية أو خدمة النقود عبر الهاتف المحمول (كنسبة من السكان الذين تزيد أعمارهم عن 25 عاماً)<sup>10</sup> بالدول العربية، فقد سجلت الإمارات حوالي 87.1 في المائة من إجمالي السكان في عام 2021، وتعتبر الأعلى بين الدول العربية المتوفرة حولها إحصاءات، في حين أرتفعت النسبة في السعودية إلى نحو 75.3 في المائة في عام 2021 مقارنةً بعام 2017

<sup>9</sup> حسب آخر مسح للبنك الدولي في عام 2021.

<sup>10</sup> يقوم البنك الدولي بإجراء هذا المسح كل 4 سنوات، وقد تم تأجيل المسح عام 2020 بسبب جائحة كوفيد-19،

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

جدول رقم (5)  
ملكية الحساب في مؤسسة مالية أو خدمة النقود عبر الهاتف المحمول  
نسبة من السكان الذين تزيد أعمارهم عن 25 عامًا (%)

2021	2017	
51.28	48.75	الجزائر
..	85.48	البحرين
33.79	39.66	مصر
21.47	25.89	العراق
53.21	51.31	الأردن
..	81.31	الكويت
24.03	50.16	لبنان
..	70.46	ليبيا
..	24.91	موريتانيا
47.16	32.73	المغرب
75.3	76.01	السعودية
39.97	39.98	تونس
87.12	90.74	الإمارات

(...): غير متوفر

المصدر: البنك الدولي، مؤشرات التنمية الاقتصادية

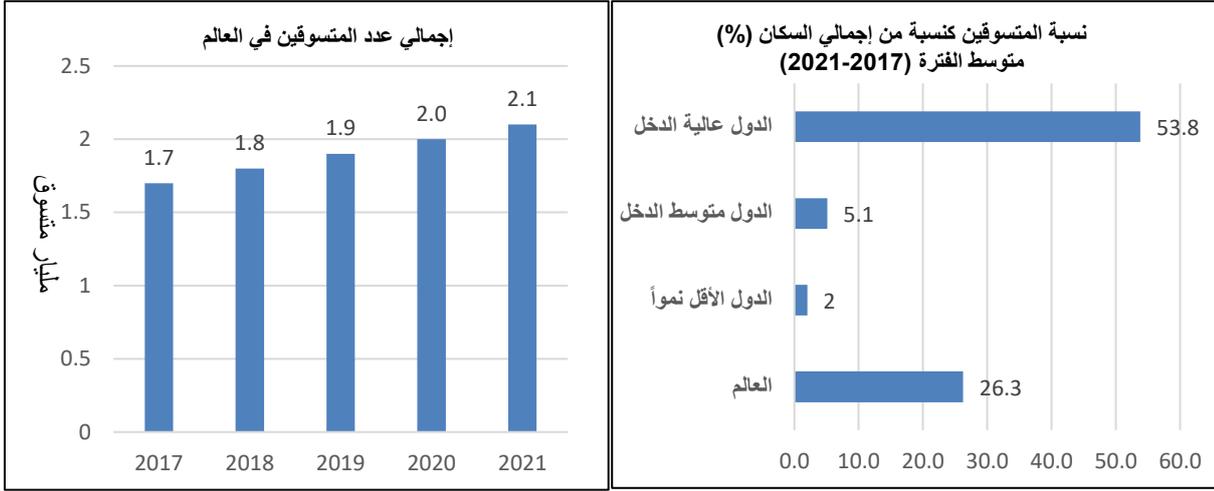
### 3: واقع اداء التجارة الإلكترونية

أشار مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)<sup>11</sup> إلى أن عدد المتسوقين حول العالم بلغ حوالي 2.1 مليار شخص عام 2021 ما يعادل 26.3 في المائة من سكان العالم الذين تفوق أعمارهم 15 عامًا، حيث ارتفع عددهم بنحو 7 في المائة عن عام 2020. فيما كان عدد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات أقل بكثير في البلدان ذات المستويات المنخفضة للدخل. إضافة إلى ذلك، فإن أكثر من 53 في المائة من سكان الدول ذات الدخل المرتفع يتسوقون عبر الشبكة العالمية للمعلومات، في حين تبلغ النسبة في الدول منخفضة الدخل حوالي 2 في المائة في عام 2021، شكل (10).

<sup>11</sup> Source: UNCTAD (2021), B2C E-Commerce Index 2021, Page 3.

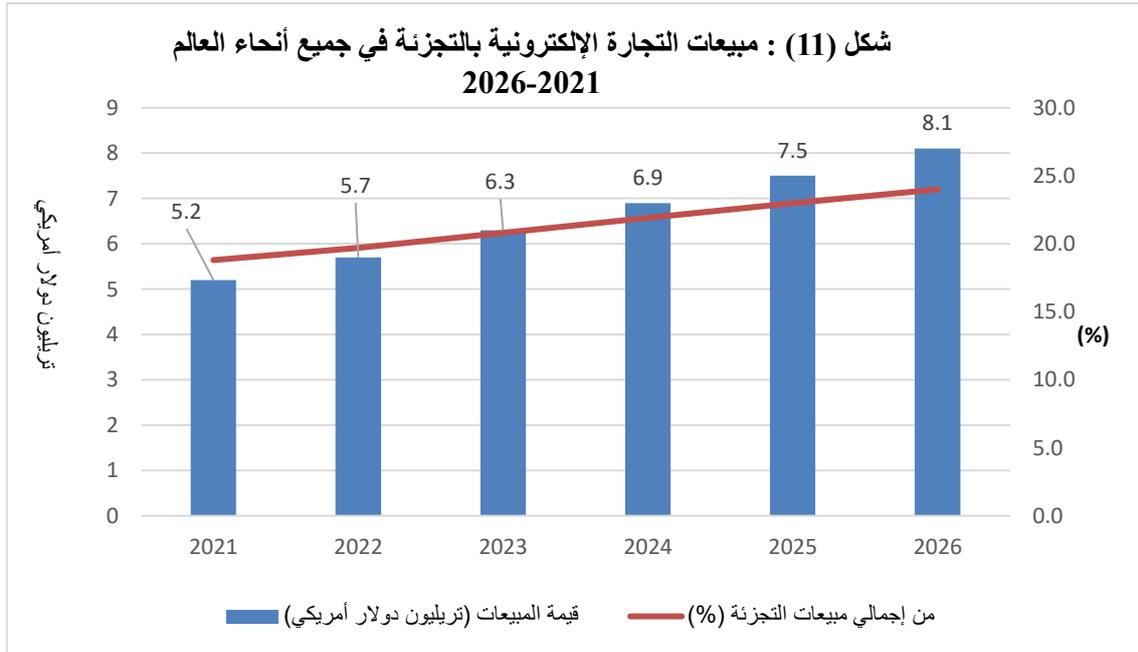
## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

### شكل (10) مؤشرات التسوق على مستوى العالم



Source: UNCTAD (2021), B2C E-Commerce Index

في ذات السياق، ارتفع سوق مبيعات تجارة التجزئة الإلكترونية العالمي إلى نحو 9.7 في المائة في عام 2022، وهي نسبة تقل عن النسبة المسجلة في عام 2021 البالغة 17.1 في المائة، ليصل بذلك حجم التجارة الإلكترونية بالتجزئة حوالي 5.7 تريليون دولار في عام 2022. ومن المتوقع أن ينمو بنحو 10.4 في المائة ليصل إلى حوالي 6.3 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2023، كما يتوقع أن يستمر النمو في اتجاه تصاعدي ليصل إلى نحو 8.1 تريليون دولار أمريكي، ما يعادل نحو 24 في المائة من إجمالي المبيعات بالتجزئة في عام 2026، شكل (11).



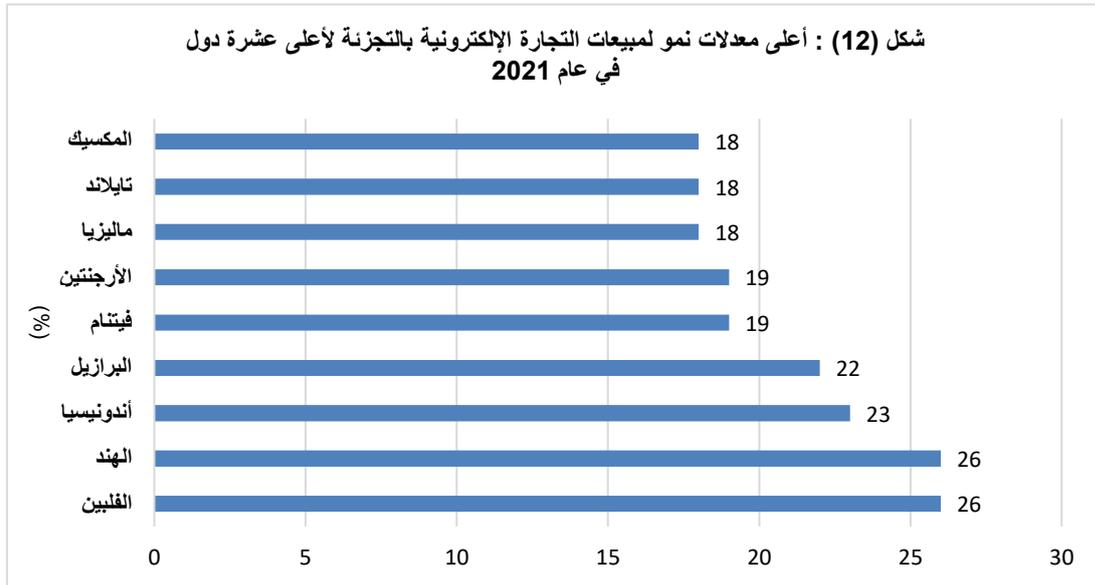
Source: e Marketer Institution (2022) Global eCommerce Forecast.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

على مستوى العالم، تعتبر منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأمريكا اللاتينية الأسرع وتيرة لنمو مبيعات التجارة الإلكترونية بالتجزئة، ذلك نتيجة التكيف المتسارع مع التقنيات الحديثة، وكذلك بسبب التغيرات الكبيرة في التركيبة السكانية، بإعتبار أن معدل النمو السكاني في هذه الدول أعلى بكثير منه في دول أوروبا وأمريكا الشمالية. بشكل عام فإن الأجيال القادمة ستشعر براحة أكبر في استخدام التقنيات والتسوق عبر شبكة المعلومات العالمية.

بالمقابل، تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر الأسواق تطوراً في التجارة الإلكترونية حيث تحتل المرتبة الأولى بين البلدان العشرة الأسرع نمواً بالتغييرات في أرقام المبيعات عبر الشبكة العالمية للمعلومات. ومع تزايد شعبية التسوق في التجارة الإلكترونية بالشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، أصبح لدى الشركات فرصة لبدء بيع منتجاتها من خلال متجر التجارة الإلكترونية.

في الوقت الحالي، يوجد ما يقرب من 9.1 مليون متجر على الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" مع ظهور المزيد كل يوم من هذه المتاجر، تستخدم معظم هذه المتاجر (WooCommerce) أو (Shopify) كمنصة لها<sup>12</sup>، حيث أصبح العديد من المتسوقين أكثر راحة عند إجراء عمليات الشراء من خلال الشبكة العالمية للمعلومات.



Source : e Marketer Institution (2022) Global eCommerce Forecast.

من جانب آخر، بلغت حصة التجارة الإلكترونية نحو 6 في المائة من حجم التجارة الدولية، حيث تقدر بنحو 5.7 تريليون دولار أمريكي في عام 2022 ما يعادل حوالي 5.9 في المائة إلى الناتج المحلي الإجمالي العالمي. وأستحوذت الصين على 26.8 في المائة من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، في حين بلغت حصة الولايات المتحدة الأمريكية حوالي 15.3 في المائة، جدول (6).

<sup>12</sup> أفضل منصتين للتجارة الإلكترونية عام 2022، استناداً لمركز (e-Marketer).

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

### جدول (6) قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية لأكبر تسعة دول في العالم عام 2022

الدول	إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية (مليار دولار أمريكي)	حصة إجمالي التجارة الإلكترونية إلى الناتج المحلي الإجمالي (%)	نسبة مبيعات التجارة الإلكترونية إلى إجمالي مبيعات العالم (%)
الصين	1,535	8.7	26.8
الولايات المتحدة الأمريكية	875	3.8	15.3
اليابان	241	4.9	4.2
المانيا	148	3.5	2.6
المملكة المتحدة	143	4.6	2.5
كوريا الجنوبية	118	6.5	2.1
فرنسا	96	3.2	1.7
كندا	59	3.0	1.0
اندونيسيا	59	5.0	1.0
العالم	5,717	5.9	

Source: e Marketer Institution (2022) Global eCommerce Forecast and World Bank Development Indicator.

على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، فقد بلغ حجم السوق في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا حوالي 48.6 مليار دولار أمريكي في عام 2022، وبذلك يسجل معدل النمو السنوي المركب نحو 32 في المائة عن الفترة (2018-2022)<sup>13</sup>. كما أشار نفس المصدر أنه يتوقع أن يرتفع حجم التجارة الإلكترونية بنحو 12.6 في المائة خلال الفترة (2022-2026)، ليصل حجم التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى حوالي 57 مليار دولار بحلول عام 2026.

بالنسبة للدول العربية، يتوقع أن تظل السعودية والإمارات ومصر رائدة في حصة سوق التجارة الإلكترونية. كذلك من المتوقع أن تسجل الجزائر نموًا قويًا<sup>14</sup>، شهدت صناعة التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا<sup>15</sup> نمواً سريعاً في السنوات الأخيرة، مدفوعاً بمجموعة من العوامل مثل زيادة إنتشار الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت"، والهواتف المحمولة، إضافة إلى زيادة إهتمام المستهلكين والتركيز على عنصر الراحة وقيمة السلع عند التسوق، والحصول على المنتجات السلعية من خلال شبكة المعلومات الدولية. جدير بالذكر أن المبادرات التي قامت بها الدول، لعبت أيضاً دوراً حيوياً في دعم هذا النمو، حيث نفذت العديد من الحكومات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا سياسات تدعم التحول الرقمي وتشجع ريادة الأعمال والإستثمار في البنية التحتية والتقنيات الحديثة اللازمة لتسهيل عمليات التجارة الإلكترونية.

<sup>13</sup> Dubai South, EZDUBAI (2023), E-commerce Sector in the MENA Region, third edition.

<sup>14</sup> Dubai South.

<sup>15</sup> تتضمن إضافة إلى الدول العربية كل من إيران وتركيا وقبرص ودول أخرى.

#### 4. تطورات التجارة الإلكترونية في بعض الدول العربية

##### الإمارات:

تبنّت الإمارات إستراتيجية وطنية للحكومة الرقمية لدولة الإمارات 2025"، بهدف توفير البنية التحتية الرقمية عالية المستوى لتحديث الخدمات والهيئات الحكومية ورفع كفاءات العمل الحكومي، وكذلك التمكين من سرعة الإتصال بالشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت". إضافة إلى تطوير المهارات والقدرات الرقمية في الدولة، بلغ حجم مبيعات التجارة الإلكترونية حوالي 10.7 مليار دولار أمريكي في عام 2022 مقابل 7.6 مليار دولار أمريكي في عام 2020، ملحق (1)، شكل (13).

يتوقع أن ترتفع إيرادات التجارة الإلكترونية في الإمارات بنحو 8.9 في المائة سنوياً خلال الفترة (2022-2027) لتصل إلى نحو 16.4 مليار دولار أمريكي في عام 2027. كذلك يتوقع أن تصل حصة مبيعات التجزئة للتجارة الإلكترونية في الإمارات إلى حوالي 12.6 في المائة من إجمالي مبيعات تجارة التجزئة بحلول عام 2027، حسب تقرير صادر عن غرفة تجارة دبي. ويُعد البيع بالتجزئة عبر الشبكة العالمية للمعلومات باستخدام الهواتف المحمولة من الفئات الرئيسة للتجارة الإلكترونية في الإمارات، حيث يقيس نسبة مبيعات التجزئة عبر «الإنترنت» على الهاتف المحمول، مثل الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي.

يذكر أن الإمارات من أكثر الدول العربية من حيث إشتراكات الهواتف المحمولة لكل 100 نسمة، حيث ارتفع عدد الأشخاص الذين لديهم اشتراك من حوالي 43.6 في المائة في عام 2000 إلى حوالي 194.7 في المائة في عام 2021، كذلك بلغ عدد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) 100 في المائة كنسبة من السكان في عام 2021.

##### البحرين<sup>16</sup>:

يتم احتساب إحصاءات التجارة الإلكترونية في البحرين عن طريق إستثمارات أسبوعية وشهرية، حيث تتضمن الاستثمارات إحصاءات عن التجارة الإلكترونية التي يملؤها مزودو الخدمة ثم ترسل إلى مصرف البحرين المركزي. كذلك يقوم مزودو خدمات الدفع بتزويد المصرف المركزي بمعلومات تفصيلية أسبوعية وشهرية تشمل عدد العمليات وقيمتها ونوع البطاقات المصدرة والدول المصدرة للبطاقات.

فيما يتعلق بالضرائب على التجارة الإلكترونية، فقد تم إقرار ضريبة القيمة المضافة على كافة السلع والخدمات بما فيها التجارة الإلكترونية إعتباراً من بداية عام 2022. وتبلغ نسبتها 10 في المائة وتندرج تحت بند الجهاز الوطني للإيرادات ضمن إحصاءات مالية الحكومة. هناك حاجة لتعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية. كما أن هناك حاجة إلى تحسين الإحصاءات المستلمة والتأكد من دقتها خاصة عند إعداد إحصاءات التجارة الإلكترونية بشكل عام.

من جانب آخر، يعتبر إصدار قانون ينظم عمليات التجارة الإلكترونية أحد أهم الآفاق المستقبلية لتطوير التجارة الإلكترونية في البحرين. أطلقت وزارة الصناعة والتجارة في البحرين إستراتيجية وطنية للتجارة

<sup>16</sup> صندوق النقد العربي، استبيان إحصاءات التجارة الإلكترونية.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

الإلكترونية خلال الفترة (2019-2022)، تعتبر الأولى من نوعها في البحرين، حيث تشمل عدة مبادرات في إطار الدعم والمساندة التي تقدمها الوزارة للشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة تعزيزاً لأهمية ممارسة التجارة الإلكترونية وتنفيذاً لدورها في دعم الاقتصاد الرقمي.

ارتفع حجم مبيعات التجارة الإلكترونية بنحو 32 في المائة في عام 2022، ليصل إلى حوالي 3471 مليون دولار أمريكي مقارنة بنحو 2628 مليون دولار أمريكي في عام 2021. شكلت حصة التجارة الإلكترونية الداخلية حوالي 31 و 34 في المائة من إجمالي التجارة الإلكترونية خلال الأعوام 2021 و 2022 على التوالي<sup>17</sup>. جدير بالذكر أن مملكة البحرين تمتاز ببنية تحتية تقنية عالية، وتبلغ نسبة الأسر والأفراد الذين يمكنهم الوصول إلى الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" من الهاتف الخليوي حوالي 100 في المائة في عام 2021، جدول (6) وشكل (10) وشكل (11) وملحق (1).

### تونس:

أطلقت تونس " الاستراتيجية الرقمية 2021-2025"<sup>18</sup>، التي تهدف إلى سد الفجوة بين المناطق الريفية والحضرية بهدف تطوير الشمول المالي والرقمي، وضمان النفاذ إلى الشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت"، وتطوير الخدمات المالية بفضل الرقمنة (الدفع الإلكتروني، البنك البريدي، وما إلى ذلك)، وتعزيز وضع تونس على المستوى العالمي في الرقمنة، والعمل على تحسين مستويات التنافسية، وتعريفها كوجهة للاستثمار في مجال تقنية المعلومات والاتصال، وذلك لتعزيز النمو الاقتصادي المستدام في تونس، من خلال تحسين البنية التحتية والمدفوعات الإلكترونية وسبل التجارة الإلكترونية.

من جانب آخر، بلغت نسبة الذين لهم ملكية حساب في مؤسسة مالية أو خدمة النقود عبر الهاتف المحمول من إجمالي السكان الذين تزيد أعمارهم عن 25 عاماً<sup>19</sup> حوالي 39.97 في المائة في عام 2021. في حين تتمتع تونس بنسبة عالية من السكان المشمولين بشبكة الهاتف المحمول من الجيل الثالث على الأقل، وعلى عدد إشتراكات الهواتف المحمولة، حيث بلغت نسبتهم حوالي 127.6 في المائة في عام 2021.

ارتفعت إيرادات التجارة الإلكترونية في تونس بنحو 0.4 في المائة لتصل إلى نحو 437 مليون دولار أمريكي في عام 2022، ويتوقع أن تبلغ إيرادات التجارة الإلكترونية حوالي 886.7 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2027، ملحق (1)، وشكل (14).

### السعودية<sup>20</sup>:

بلغت قيمة إيرادات التجارة الإلكترونية في السعودية حوالي 6.8 مليار دولار أمريكي في عام 2019، وارتفعت إلى نحو 9.68 مليار دولار أمريكي في عام 2021، لتصل إلى نحو 9.9 مليار دولار أمريكي في

<sup>17</sup>صندوق النقد العربي(2023)، استبيان التجارة الإلكترونية.

<sup>18</sup>تونس، وزارة تكنولوجيا الاتصالات.

<sup>19</sup>البنك الدولي، إحصاءات الشمول المالي.

<sup>20</sup> Nordea Trade Portal (March 2021):

تقدم المؤسسة الخدمات المصرفية للأعمال والاستشارية للعملاء من الشركات الصغيرة والمتوسطة. تشمل على الخدمات المصرفية للأعمال وإدارة النقد والتمويل التجاري الذي يوفر خدمات الدفع والمعاملات، والإقراض المستند إلى الأصول وتمويل الذمم المدينة، إضافة إلى تقديم خدمات لعملاء الشركات الدولية في القطاع المصرفي. توجد المؤسسة في أربعة دول وهي: الدنمارك وفنلندا والنرويج والسويد.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

عام 2022<sup>21</sup>. من المتوقع أن يصل سوق التجارة الإلكترونية في السعودية إلى نحو 18.5 مليار دولار أمريكي في عام 2026. من جانب آخر، نما الاقتصاد الرقمي في السعودية بشكل كبير مع مرور الوقت، حيث أصبح الإتصال بالشبكة العالمية للمعلومات "الإنترنت" متاحاً على نطاق واسع، حيث بلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت حوالي 100 في المائة من السكان خلال الثلاثة الأشهر الأخيرة من عام 2022<sup>22</sup>.

من جانب آخر، يضم السوق السعودي نحو 12.9 مليون مستخدم، ويعتبر من أكبر الأسواق في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من عدد المستخدمين. وقد بلغ عدد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) نحو 19.3 مليون في عام 2022، ما يمثل حوالي 54 في المائة من إجمالي عدد السكان. كذلك بلغ عدد السكان المشمولين بشبكة الجوال من الجيل الثالث على الأقل حوالي 100 في المائة في عام 2021، ملحق (1)، شكل (15).

يتم تضمين التجارة الإلكترونية في الحسابات القومية في أنشطة تجارة الجملة والتجزئة والأنشطة الأخرى، ذلك بالإعتماد على بيانات المسوح الاقتصادية. كما تم الإشارة إلى وجود تشريعات وقوانين تنظيمية للتجارة الإلكترونية، يتم من خلالها حماية المستهلك والجمارك والوقاية من الجرائم الإلكترونية. كما تم الإشارة إلى فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية.

تعتبر البنية التحتية الرقمية وتأخر وصول المنتج للمستهلكين، والتجارة العابرة للحدود بين الدول من أبرز التحديات في هذا المجال. في حين تعتبر شمولية القطاعات الداعمة للتجارة الإلكترونية في الإحصائيات (مثل التقنية المالية واللوجستيات وغيرها) من أهم المتطلبات لإعداد إحصاءات التجارة الإلكترونية بشكل عام. كما تركز الإستراتيجية الوطنية المتعلقة مباشرة بالتجارة الإلكترونية على تعزيز التجارة الإلكترونية، ما يتطلب دراسة الممارسات العالمية في الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية، ومحاربة الإحتيال والغش والمنتجات المقلدة عبر قنوات التجارة الإلكترونية.

### الكويت:

يقوم بنك الكويت المركزي بنشر بيانات تتعلق بالمعاملات التي تمت عبر المواقع الإلكترونية، حيث يتم إحتسابها من خلال بطاقات الإئتمان والإستعانة بمزودي خدمات الدفع (ماستر كارد، فيزا كارد،.. الخ) والبطاقات المدينة في إحتساب حجم المبيعات الإلكترونية التي تمت عبر المواقع المعنية بالتسوق الإلكتروني، ولا يتم احتساب أية ضرائب على التسوق الإلكتروني، كما لا يتم إدراجها في الحسابات القومية.

يعتبر تنوع وتعدد السلع والخدمات، والحاجة إلى تقوية الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية من أبرز التحديات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في الكويت. من جانب آخر، تم الإشارة إلى الحاجة أن تكون بيانات التجارة الإلكترونية دقيقة ومصنفة بحسب الأنشطة الاقتصادية عند إعداد إحصاءات التجارة الإلكترونية، وبشكل عام، فإن من أبرز الأفاق المستقبلية لتطوير التجارة الإلكترونية، التوسع والإستحواذ على أكبر حصة في السوق وكذلك زيادة الأنشطة الإلكترونية بدلا من المحلات الإعتيادية الكثيرة المنتشرة في الأسواق.

<sup>21</sup> Statista Market Insights Database for e-Commerce (2023), updated In March 2023.

<sup>22</sup> الإتحاد الدولي للاتصالات العالمية

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

يتوقع أن يصل حجم إيرادات التجارة الإلكترونية في الكويت إلى حوالي 1.7 مليار دولار أمريكي بنهاية عام 2023، مقابل 670 مليون دولار أمريكي في عام 2017. كما يتوقع أن تستمر مبيعات التجارة الإلكترونية في الإرتفاع وبمعدل نمو سنوي يُقدر بنحو 9.3 في المائة خلال الفترة (2023-2027)، لتصل قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية إلى نحو 3.4 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2027<sup>23</sup>، ملحق (1)، وشكل (16).

### لبنان:

أشار مصرف لبنان بأن تم إصدار التعميم الأساسي صادر بتاريخ 2000 حول العمليات المالية بالوسائل الإلكترونية المنفّذة بواسطة الأجهزة الإلكترونية الجوّالة أو الثابتة عبر التطبيقات من خلال استعمال بطاقات أو حسابات مصرفية تعود لعملاء من مصارف مختلفة، وذلك وفقاً لشروط تهدف لحماية المستهلك المالي الرقمي، ذلك كما نصّ عليه بموجب آخر تعديل صادر في عام 2023، وتتضمن مايلي:

1. تطبيق إجراءات العناية الواجبة المُعزّزة على العملاء الجدد المستفيدين من خدمة المحفظة الإلكترونية والاستحصال على موافقة مسبقة من مصرف لبنان بغية التعرّف على العملاء الجدد من الأشخاص الطبيعيين عن طريق اعتماد نموذج "اعرف عميلك الإلكتروني" e-KYC للقيام بفتح حسابات لا تتعدّى قيمته (10000) دولار أميركي.
2. اعتماد أنظمة الهوية الرقمية تشمل على المتطلّبات المتعلقة بإثبات الهوية والتسجيل وبالمصادقة على صحة الهوية وإدارتها المحدّدة في توصيات مجموعة العمل المالي فيما خصّ الهوية الإلكترونية.
3. مراقبة العمليات الإلكترونية بشكل مستمرّ Ongoing Monitoring of Transactions.

كما سمح القانون الصادر في عام 2018 والمتعلّق بالتوقيع الإلكتروني والبيانات ذات الطابع الشخصي بالاعتراف بالأسناد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني وقبولها كوسائل إثبات ونظم معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي وفرض تطبيق ضوابط قانونية في هذا المجال مراعاةً لخصوصية الأفراد وحرّيتهم الشخصية وما يتعلّق بالتجارة الإلكترونية والمعاملات الإلكترونية وتقديم خدمات الاتصال واستضافة البيانات ومنح أسماء المواقع المتعلّقة بالنطاق ".lb"، ز من جانب آخر، فقد تم الإشارة بأنه يتم فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية في لبنان، إلا أنه لا يتم إدراج إحصاءات التجارة الإلكترونية في الحسابات القومية، ملحق (1).

### عُمان:

أشار البنك المركزي العُماني، بأنه لا يتم احتساب مؤشرات التجارة الإلكترونية، ويوجد مشروع قائم مع يتم من خلاله جمع قيم وحجم التجارة الإلكترونية الخارجية فقط، حيث سيكون مصدر البيانات البنوك التجارية وشركات الصرافة. إضافة إلى ذلك، يتوفر في عُمان تشريعات وقوانين تنظيمية للتجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك، والوقاية من الجرائم الإلكترونية، وحماية البيانات، والتوقيع الإلكتروني، والجمارك.

كما تم الإشارة عن وجود استيراتيجية وطنية تتعلق بتطوير بعض الجهات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية مثل المدفوعات، والقوانين والتشريعات اللازمة التي تساهم في ازدهار التجارة الإلكترونية، وكذلك تطوير التجارة الإلكترونية من خلال تعزيز البنية الأساسية ووسائل تقنية المعلومات والاتصالات ومختلف الخدمات

<sup>23</sup> Statista Market Insights (2023).

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

التي تهدف إلى تيسير التجارة الإلكترونية، بما فيها إنشاء وتطوير شبكات ومنصات التسوق عبر الإنترنت والخدمات الرقمية المرتبطة بها.

فيما يتعلق بالتحديات، فقد تم الإشارة إلى بعض التحديات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية منها البنية التحتية التقانية، وتأخر وصول المنتج للمستهلكين، والحاجة إلى تعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية.

تراجعت إيرادات مبيعات التجارة الإلكترونية بنحو 0.5 في المائة لتصل إلى نحو 2.03 مليار دولار أمريكي في عام 2022، مقابل 2.05 مليار دولار أمريكي في عام 2021. ويتوقع أن ترتفع بمعدل نمو سنوي يبلغ 10.4 في المائة خلال الفترة (2022-2027)، لتصل قيمة الإيرادات إلى حوالي 3.33 مليار دولار أمريكي في عام 2027، ملحق (1)، وشكل (17).

### قطر:

تعزز قطر القيام بألية لإحساب مؤشرات وإحصاءات التجارة الإلكترونية، حيث تم عرض مقترح تنسيقي مع جهاز الإحصاء في الدولة لدمج مؤشرات التجارة الإلكترونية في التقارير السنوية لجهاز الإحصاء والتخطيط. في الوقت الحالي، لا يتم إدراج مؤشرات التجارة الخارجية ضمن الحسابات القومية. إضافة إلى ذلك تتوفر تشريعات وقوانين تنظيمية للتجارة الإلكترونية، مثال ذلك قانون حماية المستهلك والوقاية من الجرائم الإلكترونية، وحماية البيانات والخصوصية، والتوقيع الإلكتروني في المرسوم التشريعي الصادر في عام 2010 المتعلق بقانون المعاملات والتجارة الإلكترونية. فيما يتعلق بالضرائب على التجارة الإلكترونية، فهي موضحة على النحو التالي :

- رسوم جمركية تفرض عندما يتم الإستيراد بقيمة تفوق 1000 ريال قطري.
- نسبة الرسوم الجمركية التي يتم فرضها على السلع المستوردة بحسب نوع السلعة، حيث أن بعض السلع تكون معفية من الرسوم وبعضها مثل مشتقات التبغ تفرض عليها رسوم بنسبة 100 في المائة.
- بعض الرسوم الجمركية يتم متابعتها من قبل ديوان المحاسبة التابع لوزارة المالية.

يواجه المعنيين بالتجارة الإلكترونية في قطر بعض التحديات كالحاجة إلى تعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية. من جانب آخر، تعمل قطر على سياسة وإجراءات موحدة وواضحة وشفافة لتأسيس أعمال التجارة الإلكترونية في دولة قطر، ودمج علامة الثقة الوطنية مع عملية تصريح التجارة الإلكترونية لضمان اعتماد إرشادات التجارة الإلكترونية عبر المواقع الإلكترونية القطرية. إضافة إلى حملة توعية لتنظيم حماية المستهلك للسلع والخدمات المباعة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، ذلك عن طريق معاملة شكاوي التجاره الإلكترونية. والمراجعة المستمرة لتأثير سياسة ورضا التجار وتأسيس البنية التحتية المرنة لتلبية احتياجات السوق.

ارتفع حجم التجارة الإلكترونية في قطر بنحو 4.5 في المائة ليصل إلى نحو 3.3 مليار دولار أمريكي في عام 2022، ويتوقع أن يستمر في الإرتفاع بمعدل نمو سنوي يبلغ نحو 11.7 في المائة لتصل إيرادات التجارة الإلكترونية إلى حوالي 5.7 مليار دولار أمريكي في عام 2027، ملحق (1)، وشكل (18).

### مصر:

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

تم إصدار لوائح تنفيذية لتنظيم التوقيع الإلكتروني في مصر، الذي يعتبر قانون تشريعي لتنظيم التوقيع الإلكتروني للمعاملات الإلكترونية، سواءً كانت حكومية وتجارية وإدارية، وعليه تم بموجب هذا القانون إنشاء هيئة تنمية صناعة تقنيات المعلومات بغرض إحداث نقلة نوعية لصناعة تقنيات المعلومات ودعم القدرة التنافسية اللازمة لوضع مصر على خريطة تصدير تقنيات المعلومات وتطبيقاتها<sup>24</sup>.

تتضمن مجالات تطبيقات التوقيع الإلكتروني المعاملات التجارية الإلكترونية وتشمل جميع المعاملات ذات الطابع التجاري في مجالات التعاملات المختلفة، مثل البيع وغيرها من العقود والتصرفات القانونية التجارية الأخرى والإستيراد والتصدير وباقي التعاقدات وحجز تذاكر السفر والفنادق، والمعاملات المصرفية بكل أنواعها.

لقد أطلقت مصر رؤية وطنية تحت شعار "رؤية مصر 2023" في عام 2016، لتحقيق مبادئ وأهداف التنمية المستدامة في كل المجالات، وتتضمن الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي. تسعى مصر من خلال هذه الرؤيا إلى وضع الأساس للتحول الرقمي في البلاد، الذي يشمل ثلاثة محاور رئيسية وهي: المهارات، والوظائف، والإبتكار الرقمي.

فيما يتعلق بمبيعات التجارة الإلكترونية، فقد ارتفعت بنحو 2.4 في المائة لتصل إلى حوالي 6.3 مليار دولار أمريكي في عام 2022، ويتوقع أن تستمر في الارتفاع بمعدل نمو سنوي يبلغ 15.8 في المائة للفترة (2022-2027)، لتصل قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية إلى حوالي 13.1 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2027، ملحق (1)، شكل (19).

### اليمن:

لا توجد تشريعات وقوانين تنظيمية للتجارة الإلكترونية، وجاري العمل على تطوير تشريعات لخدمات الدفع الإلكتروني والتنسيق مع أصحاب المصلحة لتنظيم أعمال التجارة الإلكترونية. تعتبر البنية التحتية الرقمية والحاجة إلى تعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية أهم التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية. من جانب آخر، تم الإشارة أنه لا توجد ضرائب على التجارة الإلكترونية ولا يتم إدراجها ضمن الحسابات القومية، ملحق (1).

<sup>24</sup> وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

5 : التحديات وآفاق تطوير التجارة الإلكترونية في الدول العربية

يمثل قياس حجم التجارة الإلكترونية أحد أهم التحديات التي تواجه الجهات المعنية في تقدير وقياس حجم التجارة الإلكترونية، ومنهجية إدراجها ضمن الحسابات القومية. لقد برزت تلك التحديات مع النمو المستمر لحجم القطاعات والمؤسسات التي تستخدم الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) في معاملاتها التجارية، وكذلك تنوع وتعدد السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الإلكترونية. ونظراً لتلك التحديات، فإن أساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية سواءً من حيث الأرقام الفعلية أو التقديرية ستظل بحاجة إلى تعزيز الدقة بشأنها، خاصة مع وجود إختلاف وتباين في إحصاءات التجارة الإلكترونية التي تنشرها مراكز البحوث والجهات الخاصة. بالرغم من القصور في أساليب قياس التجارة الإلكترونية، إلا أن بعض المراكز الإحصائية والجهات الأخرى تعمل على إنشاء برامج قياسية لإيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور أنشطة التجارة الإلكترونية، بهدف تقدير معدلات نموها وأثرها بدقة على القطاعات الاقتصادية.

بالنسبة للمتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، فهم يُواجهون تحدياً يتعلق بالغش التجاري المُمارَس من قبل بعض الشركات، إضافة إلى جودة ونوعية السلع التي يتم شراؤها من خلال قنوات التجارة الإلكترونية، حيث يمكن أن تكون العديد من هذه السلع مُقلدة، خاصة في ظل الحاجة إلى تعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية وتقوية البنية التحتية الرقمية وكفاءة الإتصالات السلكية في بعض الدول المعنية والعمل على انتشار الشبكة العالمية للمعلومات والهواتف النقالة في بعض الدول، فضلاً عن مراجعة سعر السلعة وتأخر وصول المنتج للمستهلكين، ويُمكن تلخيص أبرز التحديات، في البنود التالية :

1. تقوية البنية التحتية التقانية.
2. الحاجة إلى تعزيز الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية.
3. أهمية بناء تشريعات قانونية تنظم التجارة الإلكترونية.
4. تعزيز كفاءة الإتصالات السلكية، وتعزيز انتشار الشبكة العالمية للمعلومات.
5. مواجهة الغش التجاري، وتعزيز جودة ونوعية المنتج.
6. مراجعة سعر السلعة وتأخر وصولها إلى المستهلك.

ويتوقع أن ترتفع معدلات نمو التسوق عبر الهواتف المحمول، لتصل قيمة المشتريات إلى نحو 70 في المائة من جميع مبيعات التجارة الإلكترونية من خلال الهواتف المحمولة، على إعتبار أن الكثير من المتسوقين يفضلون إتمام مُشترياتهم من خلال الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية والأجهزة المحمولة الأخرى، بدلاً من أجهزة الحاسب الآلي، لذلك يتطلب من تجار الجملة تطوير التطبيقات وتحسين جودتها.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

فيما يتعلق بآفاق تطوير أداء التجارة الإلكترونية، فهناك حاجة لتطوير القدرات التنافسية للشركات في مجال التجارة الإلكترونية، والقيام بالتدابير والإجراءات التي تساهم في زيادة المبيعات، ذلك بما يشمل:

1. إصدار قانون إحصائي تشريعي ينظم عمليات التجارة الإلكترونية، لمحاربة الغش التجاري.
2. تطوير البنية التحتية الرقمية والمعاملات التجارية الإلكترونية.
3. تبني إستراتيجية ورؤيا وطنية طويلة المدى تهدف إلى رفع صناعة التقنيات الحديثة العالية والمطورة، وتطوير كفاءة الموارد البشرية. إضافة إلى أهمية المشاركة في الندوات ومؤتمرات التجارة الإلكترونية التي تقدم العديد من الحلول لمواجهة التحديات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
4. توفير وتسهيل التمويل من خلال المصارف والمؤسسات المالية في قطاعات التقنيات الحديثة.
5. إختيار التقنيات الحديثة المطورة وأنظمة المعلومات المتقدمة التي تساهم في تطوير التجارة الإلكترونية، وإختيار أفضل الحلول المناسبة لتطوير أسلوب التسويق وبرامج إدارة المخزون وبرامج البريد الإلكتروني وأنظمة إدارة علاقات العملاء والتحليلات وغير ذلك من الأمور، حيث يمكن أن يؤدي تعيين شركاء أو وكالات خاطئة في تنفيذ المشاريع أو الإشراف على حملات التسويق إلى الحد من نمو المبيعات، لذلك يجب إختيار تجار التجزئة بعناية عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت).
6. تطوير القدرة التسويقية للتجارة الإلكترونية، والإستفادة من البرامج التسويقية الفعالة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) والبريد الإلكتروني، والإعلانات الاجتماعية، ومحركات التسوق والشركات التابعة للمساعدة في توجيه الدعايات عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت).
7. تطوير الأعمال التجارية والتجارة الإلكترونية على المدى الطويل، بهدف تحقيق أكبر عائد وزيادة المبيعات عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، ما يتطلب من تجار التجزئة إيجاد طرق تساهم في خفض تكاليف المخزون، وتحسين كفاءة التسويق، والتقليل من النفقات العامة، وتقليل تكاليف الشحن.
8. تطوير جودة المنتجات المقدمة للعملاء بهدف زيادة حجم المبيعات في التجارة الإلكترونية، حيث أن تجار التجزئة ينفقون مبلغاً كبيراً من المال لتقديم المنتجات عالية الجودة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، لذلك يتطلب منهم بذل الكثير من الجهد لكسب العملاء من أجل تحقيق أقصى استفادة من جهودهم التسويقية.
9. جذب وتوظيف الأشخاص المناسبين لتحقيق أعلى عائد في التجارة الإلكترونية والنمو المستدام لتجارة التجزئة، حيث إن جذب المواهب المناسبة أمراً أساسياً لتحقيق النمو المرغوب فيه عبر الإنترنت.
10. إيجاد المنتج المناسب، خاصة وأن العديد من المنتجات يستحوذ عليها عدد من الشركات في عالم التجارة الإلكترونية وسوق التجزئة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، مثل (شركة أمازون وغيرها من الشركات الأخرى) التي لديها منتجات ضخمة تمكنها من تقديم الخدمات بمساعدة البائعين التابعين لهم في جميع أنحاء العالم وسهولة وصولهم إلى العملاء.

## إحصاءات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

11. جذب العملاء المناسبين، وتعزيز قدراتهم بكيفية التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، وتعزيز قدراتهم بالبحث عن المنتجات من خلال الشركات المنتشرة عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت)، لذلك يتطلب من تجار التجزئة معرفة جمهورهم وكيفية جذبهم بكفاءة .
12. تقديم العروض المناسبة، والإحتفاظ بالعملاء وجذب المزيد منهم، حيث يتطلب من تجار التجزئة التخطيط وتبني استراتيجيات تساعد في تحقيق أقصى استفادة من عملائهم.

إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

الملاحق والأشكال

ملحق (1)  
الإحصاءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في بعض الدول العربية  
(2022-2021)

هل هناك ضرائب على التجارة الإلكترونية	هل يتم تضمين التجارة الإلكترونية في الحسابات القومية	هل توجد استراتيجية وطنية تتعلق بالتجارة الإلكترونية	إيرادات التجارة الإلكترونية (مليار دولار أمريكي)		الدول العربية
			2022	2021	
نعم	لا	نعم	10.66	11.07	الإمارات
نعم	لا	نعم	3.47	2.63	البحرين
نعم	لا	نعم	0.437	0.423	تونس
نعم	نعم	نعم	9.87	9.68	السعودية
نعم	لا	نعم	2.03	2.05	عُمان
نعم	لا	نعم	3.3	3.1	قطر
لا	لا	لا	1.46	1.45	الكويت
نعم	لا	نعم	...	...	لبنان
نعم	لا	نعم	6.29	6.14	مصر
لا	لا	لا	...	...	اليمن

(...) : غير متوفر.

المصدر: صندوق النقد العربي (2023)، استبيان إحصاءات التجارة الإلكترونية، (2023) Market Insights Statista.

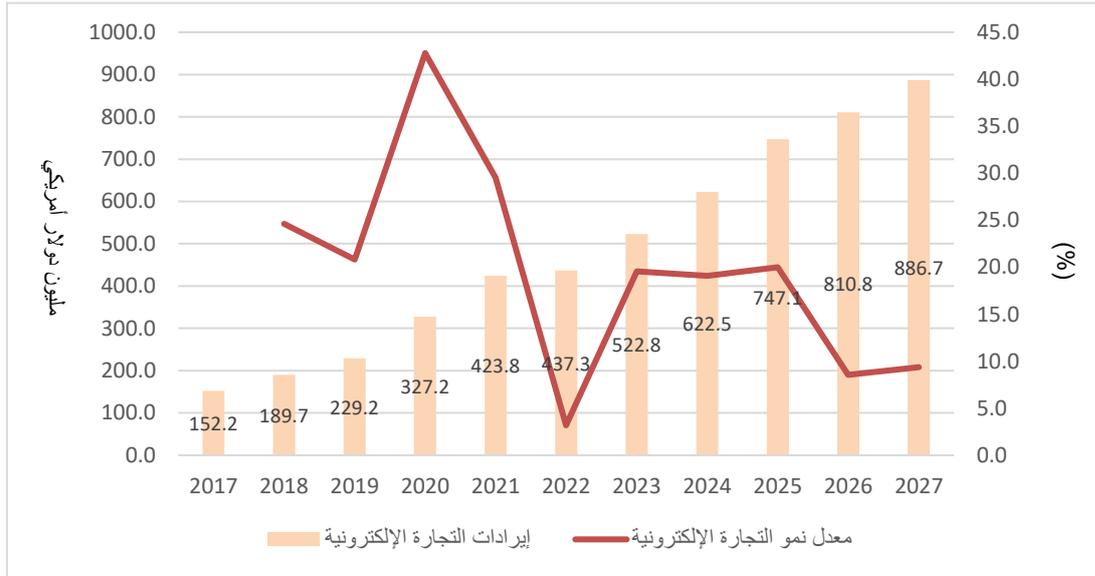
إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

شكل (13)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في الإمارات  
للفترة (2017-2027)



Source : Statista Market Insights (2023).

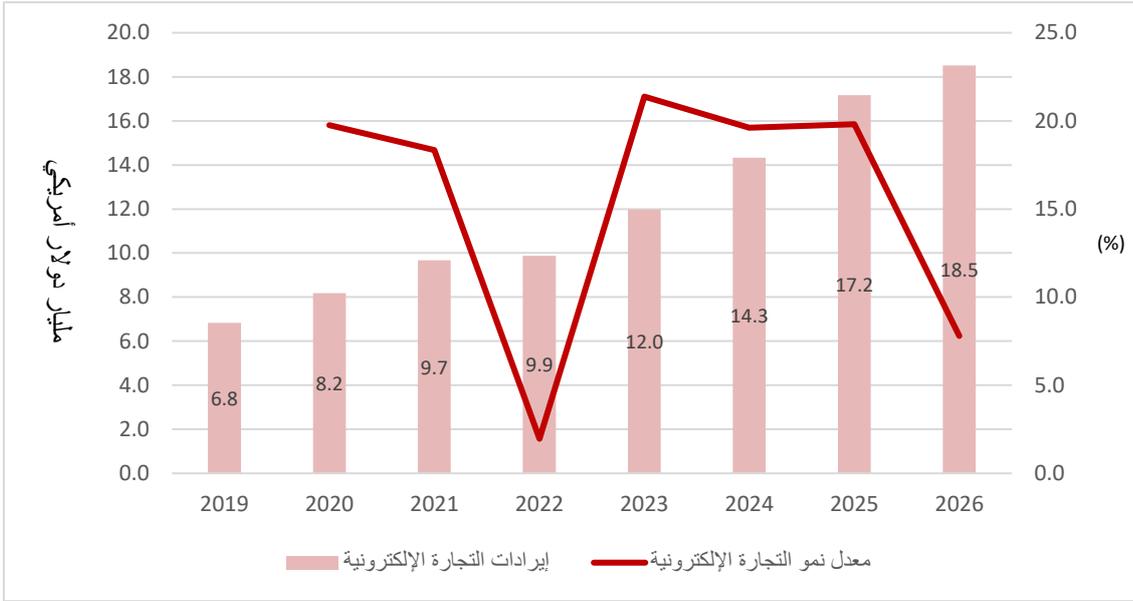
شكل (14)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في تونس  
للفترة (2017-2027)



Source : Statista Market Insights (2023).

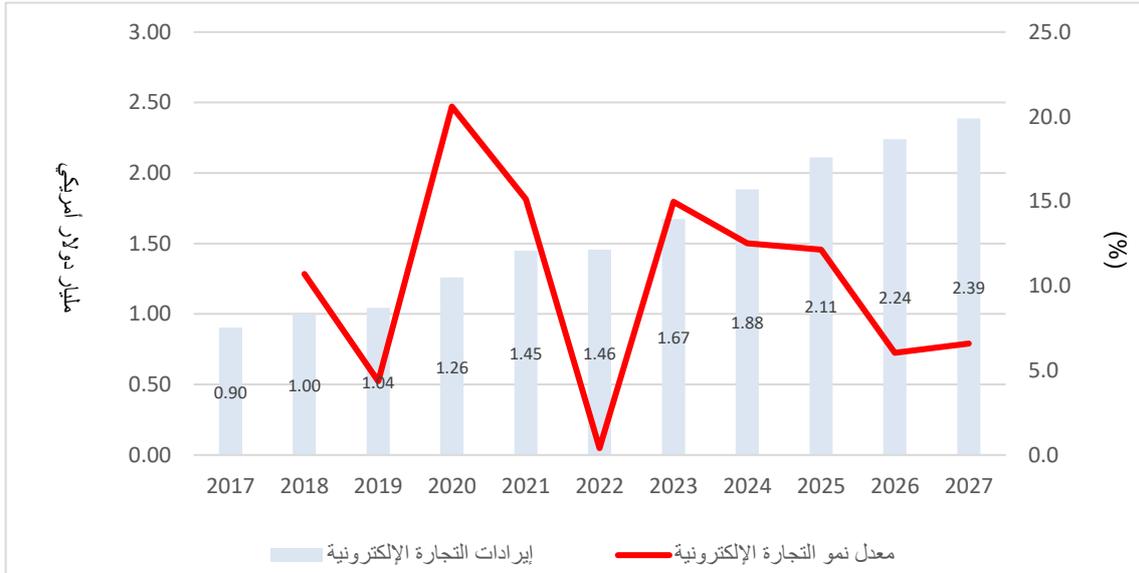
إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

شكل (15)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في السعودية  
للفترة (2019-2026)



Source : Statista Market Insights (2023).

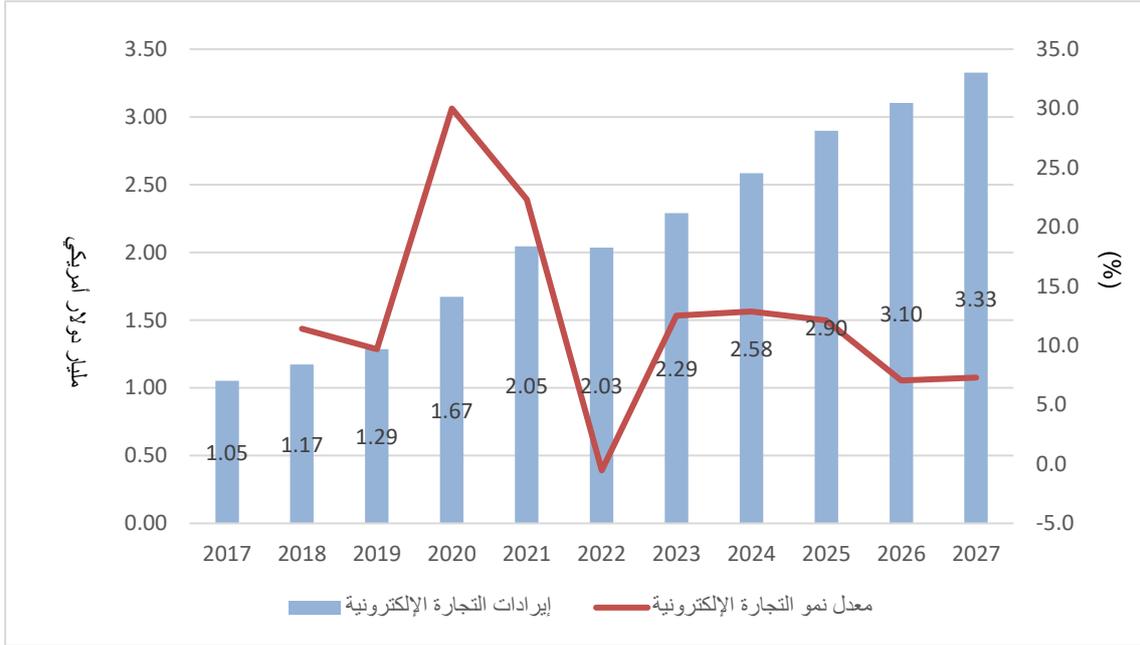
شكل (16)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في الكويت  
للفترة (2017-2027)



Source : Statista Market Insights (2023).

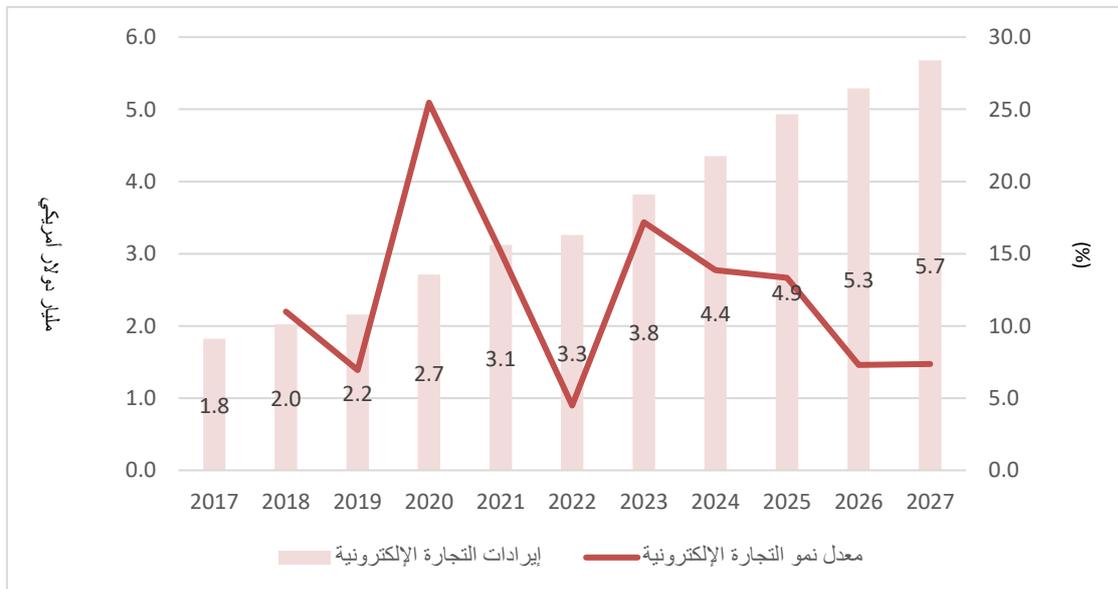
إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

شكل (17)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في عُمان  
للفترة (2017-2027)



Source : Statista Market Insights (2023).

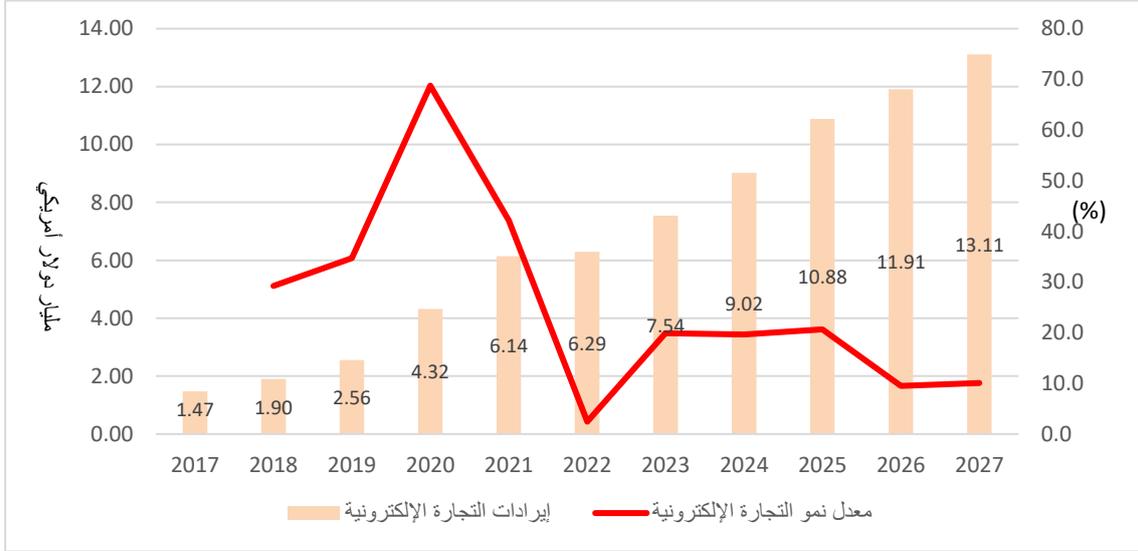
شكل (18)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في قطر  
للفترة (2017-2027)



Source : Statista Market Insights (2023).

إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

شكل رقم (19)  
مبيعات التجارة الإلكترونية في مصر  
للفترة (2017-2027)



Source: Statista Market Insights (2023).

إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

استبيان التجارة الإلكترونية

1. هل يتم احتساب حجم التجارة الإلكترونية في بلدكم؟  
 نعم.  
 لا.
2. إذا كان الجواب بنعم، ما الجهة المعنية في بلدكم بجمع واعداد إحصاءات التجارة الإلكترونية لجميع أنواع التجارة الإلكترونية والجهات المزودة لبيانات التجارة الإلكترونية؟  
-----  
-----
3. إذا كان الجواب بنعم، ما هي آلية احتساب مؤشرات وإحصاءات التجارة الإلكترونية في بلدكم؟  
-----  
-----
4. إذا كان الجواب بلا، هل تعتزمون القيام بذلك في المستقبل ومتى تتوقعون ذلك؟  
-----  
-----
5. هل يتم إدراج إحصاءات التجارة الإلكترونية في الحسابات القومية؟  
 نعم.  
 لا.
6. إذا كان الجواب بنعم، الرجاء توضيح منهجية إدراج التجارة الإلكترونية (تجارة الجملة والتجزئة) في الحسابات القومية؟  
-----  
-----
7. هل يتوفر لديكم تشريعات وقوانين تنظيمية للتجارة الإلكترونية؟  
 نعم.  
 لا.
8. إذا كان الجواب بنعم، الرجاء ذكر أهم الجوانب ذات الصلة بتلك التشريعات خصوصاً فيما يتعلق :  
(1) حماية المستهلك:-----  
(2) الجمارك:-----  
(3) الضرائب:-----  
(4) الوقاية من الجرائم الإلكترونية وحماية البيانات:-----  
(5) الخصوصية والتوقيع الإلكتروني:-----  
(6) أخرى :-----
9. هل يتم الاستعانة بمزودي خدمات الدفع (ماستر كارد، فيزا كارد،.....الخ) في احتساب حجم المبيعات الإلكترونية؟  
 نعم.  
 لا.

**إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية**

**10.** إذا كان الجواب بنعم، الرجاء توضيح ذلك، وطريقة التنسيق مع الجهات المعنية في تقدير حجم المبيعات؟

-----

**11.** ما أبرز التحديات التي تواجهكم فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية (بما ذلك التحديات التي تتعلق بالبنية التحتية التقنية)

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | - البنية التحتية الرقمية                        |
| <input type="checkbox"/> | - التوقيت في اصدار البيانات ودقتها              |
| <input type="checkbox"/> | - خصوصية البيانات                               |
| <input type="checkbox"/> | - حجم وتنوع وتعدد السلع والخدمات                |
| <input type="checkbox"/> | - تأخر وصول المنتج للمستهلكين                   |
| <input type="checkbox"/> | - افتقار الرقابة على عملية المبيعات الإلكترونية |

-----**تحديات أخرى الرجاء ذكرها:**-----

-----

**1** مدى توفر الإحصاءات التالية خلال السنوات (2019-2022):

البنود	2019	2020	2021	2022
حجم المبيعات الإلكترونية				
عدد المتسوقين عبر شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)				
النسبة المئوية للسكان الذين يستخدمون طرق الدفع الرقمية عبر الإنترنت				
نسبة حاملي بطاقات الائتمان الذين يفوق سنهم 15 سنة.				
حصة التجارة الإلكترونية الداخلية في إجمالي التجارة الداخلية				

**2** أهم أكبر الشركات في بلدكم معنية بالتجارة الإلكترونية مرتبة حسب حجم مبيعاتها خلال الأعوام 2021 و 2022؟

الشركات	حجم المبيعات (وحدة عملة محلية)			
	2019	2020	2021	2022
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

إحصاءات التجارة الإلكترونية  
في الدول العربية

3 أهم الشركات تسوقاً في التجارة الإلكترونية مرتبة حسب حجم المبيعات ؟

القطاعات	2019	2020	2021	2022
.1				
.2				
.3				
.4				
.5				

4 ما الجوانب التي ترونها مهمة في إعداد إحصاءات التجارة الإلكترونية بشكل عام ؟

---

---

---

5 ما الآفاق المستقبلية لتطوير التجارة الإلكترونية في بلدكم؟

---

---

---

6 الرجاء الإشارة إلى أية جوانب أخرى ذات أهمية، ولم يتطرق لها الاستبيان حول التجارة الإلكترونية؟

---

---

---

المراجع

المراجع العربية

1. صندوق النقد العربي، قاعدة البيانات الاقتصادية.
2. صندوق النقد العربي (2023)، استبيان إحصاءات التجارة الإلكترونية.
3. جمال قاسم و محمود عبدالسلام (2021)، كتيب التجارة الإلكترونية، صندوق النقد العربي.
4. رأفت رضوان (1999)، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية لتنمية الإدارية.
5. وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، جمهورية مصر العربية.
6. وزارة تكنولوجيا الإتصال، الجمهورية التونسية.

المراجع الانجليزية

7. Brain Company and Google (2019), E-commerce in Mena, Opportunity beyond the Hype.
8. Dubai Economy and Visa (2020), The United Arab Emirates e-Commerce Landscape 2020.
9. Dubai South, EZDUBAI (2023), E-commerce Sector in The MENA Region, third edition
- 10.E Marketer Institution (2021) Global eCommerce Forecast.
- 11.EUROSTAT, Database.
- 12.ITU World Telecommunication/ICT Indicators database.
- 13.GlobalData Banking and Payments Intelligence Center.
- 14.Nordea Trade Portal (March 2021).
- 15.OECD (2019), "Tracking E-Commerce Trends", in Unpacking E-commerce: Business Models, Trends and Policies.
- 16.Statista Market Insights (2023).
- 17.UNCATD (2020), B2C E-Commerce Index 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean.
- 18.UNCTAD (2021), B2C E-Commerce Index 2021, Page 3.
- 19.World Telecommunication/ICT Indicators Database.
20. WTO (2017), Chapter 6: Improving the E-trade Environment, Contributed by the World Bank
21. World bank (2017), E-trade for Development Opportunities, Challenges, and Policy Consideration for Developing Countries.
22. World Bank, World Development Indicators.