



دور التجارة الالكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر  
وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر  
(خلال الفترة من 2010 -2022)

إعداد

د/ وائل فوزي عبد الباسط

أستاذ الاقتصاد المساعد

كلية التجارة - جامعة عين شمس

01222540249

د/ مها رضوان محمد محمد

دكتوراه الفلسفة في الاقتصاد - كلية التجارة جامعة عين شمس

مدرس منتدب بمعهد الوادي العالي للإدارة والمالية ونظم المعلومات بالقلبيوبية

Alfath45@hotmail.com

01020456668

مجلة البحوث التجارية - كلية التجارة جامعة الزقازيق

المجلد الخامس والأربعين - العدد الرابع أكتوبر 2023

رابط المجلة: <https://zcom.journals.ekb.eg/>

## الملخص

استهدف البحث التعرف على أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 وتوصل البحث الي مجموعة من النتائج ومنها وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1% ازدادت قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر بمقدار 1.887% وكذلك وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1% ازدادت قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر بمقدار 0.802% وأوصت الدراسة بضرورة العمل على الاهتمام بتحقيق الاستفادة المثلي من التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية الاقتصادية وذلك من خلال توفير الإمكانيات والاحتياجات للمشروعات والشركات الحكومية والخاصة التي تساعد على تنفيذ التجارة الإلكترونية بكفاءة وفاعلية والاهتمام بتوفير الأساليب والوسائل التي تساهم في تشجيع الشركات والمشروعات على استخدام التجارة الإلكترونية في كافة تعاملاتها مع العملاء مع الاهتمام بتوفير المناخ والبيئة المناسبة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتهيئة الظروف التي تساهم في تذليل كافة المعوقات والتخلص من العوامل التي تعيق عملية الاستثمار المحلي والأجنبي

**الكلمات الدلالية:** مفهوم التجارة الإلكترونية - أنواع التجارة الإلكترونية - التنمية الاقتصادية - جذب الاستثمار - الاستثمار الأجنبي المباشر - معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي - الجاذبية الاستثمارية - الاستثمار المحلي - قطاع الأعمال - الشراكة الاستراتيجية.

## المقدمة

مع الانتشار المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحديداً الإنترنت يدفع عالم الشركات العالمية بسرعة نحو التجارة الإلكترونية نظراً لأن الإنترنت يمكن المستهلكين من دخول الاقتصاد العالمي، كما يمكنهم مقارنة الأسعار عبر المناطق ومعرفة كيفية اختلافها حسب الطلب، حيث يحصل المشترون على ميزة واضحة بفضل انفتاح السوق كما يمكن للمستهلكين مقارنة عروض التجارة الإلكترونية من مواقع الويب المختلفة بسهولة (النعيمي، 2009) .

وتسعى جميع الدول سواء المتقدمة أو النامية لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر بهدف تحقيق أهدافها الاقتصادية، ففي الدول المتقدمة يكون الهدف المحافظة على معدلات النمو الاقتصادي المرتفعة والمستدامة، أما في الدول النامية فيكون الهدف منه دعم برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية نظراً لوجود الفجوة التمويلية التي تعاني منها الدول النامية، لذلك تتسابق جميع الدول لجذب الاستثمار الأجنبي من خلال تحسين بيئة الاستثمار ووضع بعض الخطط التي تعمل على تعزيز الجاذبية الاستثمارية (راضي وشكر، 2020).

## أولاً: مشكلة الدراسة

على الرغم من التوسع في الاعتماد على التجارة الإلكترونية عالمياً كإحدى وسائل التجارة الحديثة التي ساهمت في إنجاز المعاملات التجارية في بيئة غير ورقية، وإزالة جميع القيود والحدود الجغرافية والسياسية القائمة بين الدول أمام الصفقات التجارية، حيث تسيطر التجارة الإلكترونية في الوقت الحالي على الاقتصاد العالمي بنسبة 90%، من حجم التجارة العالمية، وكذلك على الرغم من الانتشار الكبير للتجارة الإلكترونية في مصر إلا أن نصيب مصر من الاستثمار الأجنبي المباشر مازال ضئيلاً للغاية وهنا تظهر الحاجة إلى دراسة العلاقة بين التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر من بعض الجوانب المختلفة، وبمعنى آخر دراسة أثر التجارة الإلكترونية على الاستثمار الأجنبي المباشر من حيث تأثيره على معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي والتنمية المستدامة كمحددات أساسية مؤثرة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

ولقد تم الاعتماد على التجارة الإلكترونية عالمياً وتحديداً منذ عام 2019، حيث تم تقدير حجم سوق التجارة الإلكترونية العالمي بنحو 3.46 تريليونات دولار. ثم شهد حيث شهد حجم السوق ارتفاعاً ملحوظاً ووصل إلى ما يقارب 5 تريليونات دولار بنهاية عام 2021 بنسبة نمو تقترب من 41% عن عام 2019، وبذلك يمكن القول إن التجارة الإلكترونية أصبحت هي النسخة المستقبلية للتجارة، وإحدى سمات الاقتصاد العالمي الحديث القائم على المعرفة.

وفي مصر ينمو حجم التجارة الإلكترونية بدرجة كبيرة، حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية بمصر في عام 2021 نحو 4.9 مليارات دولار، مقارنة بحجم تداول عام 2020 بلغ 3 مليارات دولار. وتحتل مصر المرتبة الثانية من حيث حجم وقيمة التجارة الإلكترونية على مستوى دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط، حيث تمثل التجارة الإلكترونية ما بين 25-30% من حجم التجارة في مصر، طبقاً لتصريحات رئيس جهاز تنمية التجارة الداخلية، وفي إطار اتخاذ الدولة المصرية العديد من الخطوات لتنفيذ رؤية مصر 2030 فإن زيادة الإيرادات الضريبية للدولة ودمج الاقتصاد غير الرسمي ليصبح جزءاً من الاقتصاد الرسمي هي خطوات مهمة على طريق التنمية.

هذا، وقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية في السوق المصرية 93 مليار جنيه مصري، وفق جهاز تنمية التجارة الداخلية، كما من المتوقع أن ينمو قطاع التجارة الإلكترونية في مصر بنحو 30% خل العام 2022 لتصل الى نحو 121 مليار جنيه مصري. إلا أن هذه التقديرات تعكس فقط حركة البيع والشراء المسجلة أي التي تتم عن طريق المحافظ البنكية وكروت الدفع والائتمان، وليس حجم السوق ككل، فلا تزال الأرقام حول حجم معاملات التجارة الإلكترونية في مصر غير دقيقة، حيث تقع أغلبها ضمن الاقتصاد غير الرسمي.

ووفقاً لمؤشر التجارة الإلكترونية لنموذج التجارة الإلكترونية المعروف بـ "بين الشركات والمستهلكين" (B2C)، الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) لعام 2020، أظهر المؤشر (والذي يقيس الجاهزية للتجارة عبر الإنترنت بين الشركات والمستهلكين) أن ترتيب مصر هو ترتيب متأخر، حيث جاءت مصر في المركز الـ13 عربياً و109 عالمياً بين 152 دولة يضمها المؤشر، ويأتي ذلك بعد أن تأخرت مصر مركزين من الترتيب 107 في تقرير المؤشر لعام 2019، وجاءت عربياً بعد كل من الإمارات، والسعودية، وقطر، وعمان، والكويت، ولبنان، والبحرين، والأردن، وتونس، والجزائر، وليبيا، والمغرب.

وعلى الرغم من أن مصطلح التجارة الإلكترونية لم يحظ بالانتشار إلا متأخراً، إلا أن تطبيق التجارة الإلكترونية بدأ مع بداية السبعينيات من القرن العشرين من خلال عدة تطبيقات أهمها التحويلات الإلكترونية للأموال، ولكن اقتصر ذلك على المؤسسات والشركات العملاقة، إلا أنه مع انتشار الإنترنت في التسعينيات من القرن العشرين بدأ التوسع والانتشار في استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية، ومن ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة. والسبب الآخر الذي ساهم في تطور التجارة الإلكترونية هو نتيجة لزيادة حدة المنافسة ما بين الشركات. وتعتبر التجارة الإلكترونية جزء من التجارة التقليدية، ولها علاقة بالعلوم الأخرى مثل الإدارة والقانون،

وهي جزء من علم الاقتصاد، وهي تتطلب بيئة إدارية وتنظيمية مناسبة لإدارتها، وبيئة قانونية لحماية المتعاملين بها حيث احتلت التجارة الإلكترونية في الدول الصناعية المتقدمة خلال العقدین السابقین مكانة متعاظمة في أنشطة المجتمعات، وكانت المحرك الرئيسي لنموها الاقتصادي ، انعكس تأثيرها إيجاباً على بنية هذه الدول، وغیر من سلوك أفرادها وأحدث آليات تعامل جديدة لم تكن معروفة سابقاً، وظهر مجتمع من نمط جديد يعتمد اعتماداً متزايداً على المعرفة والتكنولوجيا الرقمية، وهو ما جرى تسميته بتسميات مختلفة مثل "مجتمع المعرفة او التجارة الإلكترونية، وتطور حجم التجارة الإلكترونية من 3 مليارات دولار عام 1996 إلى 84 مليار دولار عام 1998 ثم 1234 مليار دولار عام 2002 حتى وصل إلى 15425 مليار دولار في عام 2017 .

وقد عزز هذا الاتجاه الإنجازات الاقتصادية البارزة لدول نامية استخدمت التجارة الإلكترونية لترسخ موقفاً مرموقاً لها في العالم. وقد أظهرت تلك الإنجازات أن الدول التي تمكنت من استخدام هذه التكنولوجيات تتمتع بفرص أوسع للتغلب على عقبات البنية التحتية فيها، وقدرة أكبر على تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية. فترسخت القناعة نتيجة لذلك بأن التنمية الاجتماعية والاقتصادية في القرن الحادي والعشرين لا يمكن إحرازها بمعزل عن الانتقال إلى مجتمع المعلومات والمعرفة والتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، وسعت معظم الدول النامية إلى وضع استراتيجيات طموحة للاستفادة من التجارة الإلكترونية في إطار استراتيجية التنمية الشاملة وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

وعلى الرغم من ادخال العديد من التعديلات على القوانين والتشريعات في معظم الدول العربية بهدف تشجيع وجذب الاستثمارات الأجنبية وخاصة المباشرة منها، فان الدول العربية لم تنجح في أن تصبح مواقع جذب مهمة للاستثمار الأجنبي المباشر مقارنة بغيرها من الدول النامية. فالبيانات تؤكد ضآلة نصيب المنطقة العربية من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر وخاصة مصر فقد بلغ حجم الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر في عام 2018/2017 حوالي 8 مليار دولار وزاد إلى 9 مليار دولار في عام 2019/2018 (وزارة المالية المصرية، 2019).

ومع هذا الانتشار الكبير للتجارة الإلكترونية في مصر إلا أن نصيب مصر من جذب الاستثمار ضئيل للغاية وهذا بدوره يحد من جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وبالتالي يؤخر تحقيق التنمية المستدامة في مصر، ومن هنا انبثقت مشكلة الدراسة.

## ثانياً: تساؤلات الدراسة

- 1- ما هو دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة الفترة من 2010 حتى 2022 في مصر؟
- 2- ما هو تأثير حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)؟
- 3- ما هو تأثير حجم التجارة الإلكترونية على معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)؟
- 4- هل توجد علاقة بين التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر، وهل العلاقة سلبية أم إيجابية؟

## ثالثاً: أهداف الدراسة

يستهدف البحث تحقيق هدف رئيسي وهو التعرف على دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة الفترة من 2010 حتى 2022 في مصر وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

- 1- التعرف على تأثير حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)
- 2- التعرف على تأثير حجم التجارة الإلكترونية على معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)
- 3- دراسة دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ودورها في تعزيز تحقيق التنمية المستدامة.

## رابعاً: أهمية الدراسة

إن أهمية هذه الدراسة تنبع من كونها تضيف للدراسات السابقة أدلة جديدة عن دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة الفترة من 2010 حتى 2022 في مصر، حيث أن كثير من المعلومات المتوفرة عن هذه العلاقة هي بحقيقة الأمر توازي تجارب للدول المتقدمة مثل أمريكا وأوروبا، مما يعطي نتائج هذه الدراسة صفة الواقعية وتساهم في فهم أفضل للتنمية المستدامة في الدول.

## خامساً: فروض الدراسة

من أجل تحقيق الهدف الرئيسي للدراسة سوف يتم افتراض مجموعة من الفروض وهي:  
**الفرض الأول:** يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)

**الفرض الثاني:** يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم التجارة الإلكترونية على معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010 – 2022)

**الفرض الثالث:** الاستفادة من التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار في مصر

## سادساً: منهجية الدراسة

سوف يستخدم البحث مجموعة من المناهج التي تتناسب مع أهداف البحث وتحقق الغرض منها حيث سوف يقوم البحث باستخدام المنهج الوصفي لمناسبته لموضوع البحث حيث يتم من خلاله وصف الظاهرة المراد دراستها وكذلك سوف يستخدم البحث المنهج التحليلي القياسي والذي يتم من خلاله استخدام الأساليب والطرق القياسية لتحليل بيانات البحث من خلال الاستعانة ببرنامج E-views للوصول إلى نتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها.

## سابعاً: حدود الدراسة

**الحدود الموضوعية:** التعرف على دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة.

**الحدود المكانية:** تناول تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر وحجم التجارة الإلكترونية في بيئة الأعمال المصرية.

**الحدود الزمنية:** تناول تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر وحجم التجارة الإلكترونية خلال الفترة من (2010-2022).

## هيكل الدراسة:

القسم الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية.

القسم الثاني : الإطار المفاهيمي للاستثمار الأجنبي المباشر وأشكاله ومؤثراته.

القسم الثالث: الإطار النظري للعلاقة بين التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر.

القسم الرابع: التجارة الإلكترونية وأثارها في الدراسات التطبيقية السابقة.

القسم الخامس : الوضع الراهن للتجارة الإلكترونية في مصر ، التحديات وآليات الاستجابة.  
القسم السادس: أثر التجارة الإلكترونية على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر (الإطار التطبيقي).  
النتائج والتوصيات.

## القسم الأول

### الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية:

#### 1 مفهوم التجارة الإلكترونية:

يقصد بها الوسائط الإلكترونية والإنترنت للتعامل مع السلع والخدمات، حيث تستلزم التجارة الإلكترونية وصول شركة إلى الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات، مثل تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) تتعلق التجارة الإلكترونية بموقع أحد البائعين عبر الإنترنت أو تداول السلع أو الخدمات للمستخدم مباشرة من المنصات الإلكترونية. (النعيمي، 2009، ص: 15)

التجارة الإلكترونية هي بيع وشراء السلع أو الخدمات عبر الإنترنت وتحويل الأموال والبيانات لإتمام البيع، وهي تُعرف أيضًا باسم التجارة الإلكترونية أو التجارة عبر الإنترنت.

يعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "الأكتاد" التجارة الإلكترونية بأنها "أحد مكونات الاقتصاد الرقمي وتتضمن السلع والخدمات التي يتم بيعها وشراؤها عبر الإنترنت، بما في ذلك المعاملات عبر الشركات القائمة على المنصات الإلكترونية".

#### 2 أنواع التجارة الإلكترونية:

هناك ستة أنواع أساسية من التجارة الإلكترونية كما هو موضح في الشكل 1:

#### شكل رقم (1)

#### يوضح أنواع التجارة الإلكترونية





**1. التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B:** تشمل التجارة الإلكترونية B2B جميع المنتجات أو الخدمات الإلكترونية التي يتم نقلها بين الشركات، حيث يستخدم المنتجون وشركات البيع بالجملة الصناعية التقليدية هذا النهج في التجارة الإلكترونية، حيث تشير التجارة الإلكترونية بين الشركات إلى الأعمال التجارية التي تبيع سلعة أو خدمة إلى شركة أخرى، مثل الشركة المصنعة وتاجر الجملة أو تاجر الجملة وتاجر التجزئة. لا تتعامل التجارة الإلكترونية من شركة إلى أخرى مع المستهلك، وعادة ما تتضمن منتجات مثل المواد الخام أو البرامج أو المنتجات التي يتم دمجها. يبيع المصنعون أيضاً مباشرة إلى تجار التجزئة عبر التجارة الإلكترونية

**2. التجارة الإلكترونية من الشركات إلى المستهلك B2C:** هي نموذج التجارة الإلكترونية الأكثر شيوعاً، وهي تعني أن الأعمال التجارية للمستهلك تتم بين شركة ومستهلك، كما هو الحال عندما تشتري شيئاً من بائع تجزئة عبر الإنترنت، وفيها تكون شراكات الشركة والعملاء النهائي للشركة الإلكترونية من أعمال التجارة الإلكترونية إلى المستهلك. إنه قسم التسوق في التجارة الإلكترونية، حيث تتم عادة تجارة التجزئة التقليدية. يمكن أن تكون أنماط الشراكة هذه أبسط وأكثر تعقيداً ومتقطعة ويمكن إيقافها، ولقد توسع هذا النوع من الأعمال بشكل كبير بسبب ظهور الإنترنت مع عدد من المتاجر والمراكز عبر الإنترنت التي تقدم منتجات العملاء من أي نوع مثل أجهزة الكمبيوتر والإلكترونيات والكتب والإكسسوارات والسيارات والطعام والمواد المالية والمنشورات الرقمية، على عكس مبيعات التجزئة في التجارة التقليدية، عادة ما يكون لدى المشتري المزيد من المعرفة حول المحتوى المتاح، ومن المقبول عموماً أنه يمكنك شراء أرخص، دون تعريض تجربة العملاء الفردية المماثلة للخطر فضلاً عن الوعد بسهولة المعالجة والتوزيع.

**3. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين C2C:** تشمل التجارة الإلكترونية من النوع C2C جميع التجارة في السلع أو الخدمات إلكترونياً بين العملاء. عادةً ما يتم إجراء هذا التبادل بواسطة طرف ثالث يقدم منتدى معاملات عبر الإنترنت

**4. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الشركات C2B:** في C2B يتم عكس السياق المعتاد للتبادل في البضائع، حيث تستخدم طريقة التجارة الإلكترونية هذه على نطاق واسع في الشركات القائمة على التعهد الجماعي، وبالنسبة للشركات التي تستهدف تحديداً بعض أنواع الخدمات أو العناصر، يبيع الأفراد أيضاً خدماتهم أو منتجاتهم، كما تتضمن هذه الأحداث المواقع التي يطلب فيها الفنانون عدة اقتراحات للشعار ويتم اختيار و شراء واحد فقط بنجاح، كما أن الوسيلة الشائعة

الأخرى في قطاع الأعمال هذا هي الأسواق التي تتبع الصور والوسائط وعناصر التصميم بدون حقوق ملكية وبالتالي هذا النوع يكون عندما يبيع الفرد خدماته أو منتجاته إلى مؤسسة تجارية، ويشمل C2B المؤثرين الذين يقدمون التعرض والمصورين والاستشاريين والكتاب المستقلين، إلخ.

5. **التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الإدارات B2A:** يشمل جميع معاملات الإنترنت بين الشركات والحكومة، كما يغطي مجموعة واسعة من البرامج المتنوعة لاسيما في مجالات مثل الضرائب والرعاية الاجتماعية والرعاية الصحية والتوثيق والسجلات القانونية وما إلى ذلك وقد تم توسيع أنماط الخدمات هذه بشكل كبير في السنوات الأخيرة من خلال الإنفاق في الحكومة الإلكترونية.

6. **التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الإدارة C2A:** يشمل نموذج C2A جميع عمليات الشراء الإلكترونية بين الحكومات والأفراد. (محمد، 2008، ص: 8)

### (3) فوائد التجارة الإلكترونية:

أكبر ميزة من وجهة نظر المستهلك هي أنه يوفر الكثير من الوقت ويسهل الوصول إليه من أي مكان في العالم وفي أي وقت، وتتمثل المزايا الرئيسية للتجارة الإلكترونية في:

1. معدلات تداول أقل لأعضاء البورصة.
2. مرونة محسنة حيث يمكن إجراء عمليات الشراء على مدار 24 ساعة في اليوم دون الاتصال المكاني بالشركة.
3. توفير الوقت كما أنه سيشتري المستهلكون أو يبيعون أي منتج عبر الإنترنت في أي وقت.
4. يتمتع العميل بوصول أفضل من خلال النقر على الزر للبحث في التفاصيل في العديد من الصفحات، والوصول إلى المعلومات بسهولة وبشكل مستمر.
5. يتم توفير الراحة في كل من عمليات الشراء والمعاملات من الراحة التي يحتاجها المشتري من المنزل أو المكتب.
6. يقلل بشكل كبير من التكاليف المتعلقة بالتشغيل وكذلك الصيانة.
7. يساعد على زيادة ولاء العملاء وكذلك الاحتفاظ بهم خفض كبير في الإنفاق على الميزانية.
8. نقل المنتجات وتحسين وتطوير العلاقة بين العميل والمورد (سويفي، 2008، ص: 291).

#### 4) مساهمة التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة:

لقد اعتمدت جميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة في عام 2015 أهداف التنمية المستدامة، والتي تُعرف أيضاً بإسم الأهداف العالمية ، باعتبارها دعوة عالمية للعمل على إنهاء الفقر وحماية الكوكب وضمان تمتع جميع الناس بالسلام والازدهار والنمو الاقتصادي بحلول عام 2030، ولعل الجميع في الوقت الحاضر بحاجة للوصول إلى هذه الأهداف الطموحة، ويسعى جاهداً لأجل تحقيقها، ويتطلب تحقيق هذه الأهداف إلى عقد الشراكات بين الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمواطنين على حدٍ سواء؛ لأجل تحقيق مستقبلٍ أفضلٍ للأجيال القادمة، وتتعاون الأمم المتحدة مع الوكالات الإبداعية، والمؤسسات الإعلامية والشركات التجارية التي تلتزم بتحقيق أهداف التنمية المستدامة ، وتعمل الأمم المتحدة مع حكومات العالم من خلال الإطار الاستراتيجي القطري المشترك للأمم المتحدة، تحت مظلة رؤى وبرامج التحول الوطني، لدعم تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالعمل على تحديات وفرص التنمية.

إن مجال التجارة الإلكترونية يتسع ويتطور، إذ أصبح يشمل إنشاء وتسجيل المواقع الإلكترونية، وإنشاء البريد الإلكتروني بين المتعاملين في التجارة، وتبادل البيانات والمعلومات والمراسلات الإلكترونية المتعلقة بالسلع والخدمات، كما إن التجارة الإلكترونية تعزز من تحقيق أهداف التنمية المستدامة ، سواءً في مجالات النمو الاقتصادي، أم الحد من الفقر، أم التعاون الدولي، وما إلى ذلك؛ إذ إنها توفر للناس عملاً لائقاً وتزيد من النمو الاقتصادي من خلال إنشاء وظائفٍ جديدةٍ، يعملُ من خلالها الكثير من الناس، الأمر الذي يوفر فرصاً للأسر الفقيرة؛ لبيع المنتجات من خلال ربط العملاء المحتملين بالبائعين، إلى جانب ذلك، تعزز التجارة الإلكترونية عبر الحدود التعاون الدولي؛ إذ إن المشاركة في التجارة الإلكترونية الدولية تشكل أداةً تمكينيةً قويةً ؛ لتحقيق التنمية الاقتصادية، الأمر الذي يشكّل بدوره شرطاً ضرورياً؛ لتحقيق نتائجٍ إنمائيةٍ أوسع نطاقاً، ويتم تحقيق ذلك من خلال ربط الأسواق العالمية بالمنتجين والمستهلكين وخصوصاً في البلدان النامية، ومن ضمن فروع التجارة الإلكترونية المتعددة، التجارة من خلال الشركات الإلكترونية؛ إذ يتم تبادل السلع والخدمات وتحويل الأموال من خلال هذه الشركات الإلكترونية عبر الإنترنت.

#### 5) التحديات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية:

تواجه التجارة الإلكترونية العديد من التحديات، وهذه التحديات التي يوجهها المشتري والبائعون الذين يستخدمون الإنترنت كوسيط للأعمال التجارية، كما تتم مناقشة بعض هذه التحديات على النحو التالي:

1. لا يرتفع سوق التجارة الإلكترونية جنباً إلى جنب مع الشركات الخاصة والعامة، حيث أن هناك حاجة إلى التعاون الخاص والعام لزيادة صناعة التجارة الإلكترونية، كما توفر الجهود المشتركة للناس المصدقية التي يحتاجونها للنجاح في التجارة الإلكترونية.
2. لا توجد حماية للنظام والموثوقية والمتطلبات الخاصة وبعض بروتوكولات الاتصال، حيث يخسر العميل أمواله في حالة اختراق موقع التجارة الإلكترونية، وبالنسبة لمواقع التجارة الإلكترونية على الويب فإن الأمن السيبراني هو المشكلة الأكثر شيوعاً.
3. تحجم المؤسسات المالية والبنوك عن لعب دور فعال في دعم سوق التجارة الإلكترونية في البلدان المتقدمة، لكن تجار التجزئة بحاجة إلى مشاركة البنوك في توسيع نطاق التجارة الإلكترونية والشعبية وفي التخفيف من السرقة والخسائر المحتملة المتعلقة بالاحتيايل على بطاقات الائتمان، فإن البنوك ووسطاء الخدمات المالية الآخرين مهددون خارج استراتيجيات بطاقات الدفع الخاصة بهم في المناطق التي لا توجد فيها طرق بديلة لإنشاء بطاقات ائتمان عادية للمشتريات الآمنة والفعالة عبر الإنترنت.
4. هناك ثقافة شراء البضائع في البلدان المتقدمة من خلال التفاوض على صفقات مع الموردين، وهو ما يمثل تحدياً للتجارة الإلكترونية في الدول النامية بسبب عدم وجود مرافق في الشبكات.
5. يتمثل أحد أكبر التحديات في خفض أسعار الإنترنت. يحاول المنظمون أن يكونوا متواضعين في تكاليف النطاق الترددي، فإن الإنترنت لا يظل منخفضاً بسبب ارتفاع تكاليف توصيل وخدمة الشبكة. (اللبان، ص: 13-14)

## القسم الثاني:

### مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر، وأشكاله، ومؤشراته (إطار مفاهيمي):

#### 1) مفهوم واستراتيجيات الاستثمار الأجنبي المباشر:

##### لل مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر.

وردت عدة تعاريف للاستثمار الأجنبي المباشر، نذكر منها على سبيل الذكر وليس الحصر ما يلي:  
 " يعرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه ذلك الاستثمار الذي يجري بهدف الحصول على فوائد مستمرة في شركة تمارس نشاطها في إقليم اقتصاد غير اقتصاد المستثمر

الأجنبي، وبالشكل الذي يمكن هذا الأخير من الحصول على حق اتخاذ القرار الفعلي في تسيير الشركة، عن طريق امتلاك كل أو جزء من رأس المال الخاص بهذه الشركة" (Pierre,1990,11) يُعرّف البنك الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه "استثمار يقوم على أساس المشاركة في الإدارة (غالبًا 10% من أصوات الإدارة) في مشروع يتم تشغيله في دولة أخرى بخلاف دولة المستثمر، والمستثمر يرغب أن يكون ذات تأثير في مجلس الإدارة للمشروع، وله حصة محددة من الملكية. (خضر، 2004:ص4)

### لل استراتيجيات الاستثمار الأجنبي المباشر:

إن كل استثمار وتوظيف أموال يوجب على المستثمر أن يتخذ القرار الاستثماري ويرسم استراتيجية معينة لهذه الاستثمارات، مراعيًا في ذلك التنوع والأجال الاستثمارية وحدود الانكشاف وأدوات الاستثمارات المستعملة ودرجة التصنيف الائتماني. وتشمل استراتيجية المستثمر لذلك العوامل التالية:

أ- تنويع الاستثمار: ويقصد به الاستثمار في مشاريع مختلفة والتعامل مع أدوات استثمارية مختلفة، وذلك بهدف تقليل أو تجنب الخسائر الكبيرة والمخاطر الكبيرة وتحقيق أعلى الأرباح والعوائد.

ب- آجال الاستثمار: لا بد على المستثمر أن يحافظ على درجة السيولة المناسبة بالتوفيق بين الاستحقاقات والتدفقات.

ت- حدود الانكشاف: وهي حدود لا يسمح بتجاوزها للتقليل من درجة المخاطرة (مثلاً فلا يبالغ بالاقتراض أو البيع والشراء من جهة معينة).

ث- درجة التصنيف الائتماني: ويقصد بذلك السمعة الائتمانية والمركز المالي للمؤسسات فكل مؤسسة لها درجة ائتمانية تتوافق مع المركز المالي ولذلك فعلى المستثمر اختيار الأداة الاستثمارية الملائمة من حيث العائد ودرجة المخاطرة.

ويقصد بذلك أن أي مؤسسة لها درجة ائتمانية تتوافق مع مركزها المالي وسعتها الائتمانية، فعلى المستثمر اختيار الأداة الاستثمارية الملائمة من حيث درجة المخاطرة والعائد. (صيام، 1997، ص:

(22)

### (2) مفهوم الجاذبية الاستثمارية:

في البدء يجب توضيح مفهوم الاستثمار حيث تستخدم كلمة الاستثمار لغوياً، وهي مصدر استثمر للدلالة على طلب الحصول على الثمر والسعي للحصول عليه والانتفاع به، أما من الناحية

الاقتصادية فيعرف الاستثمار بأنه تخصيص رأس المال للحصول على وسائل إنتاجية جديدة لتطوير الوسائل الموجودة بهدف زيادة الطاقة الإنتاجية، ويؤخذ على هذا التعريف أنه يعبر عن انتقال رأس المال من الشكل النقدي إلى الشكل المنتج فقط، وهو أمر تنفيه حقيقة أن الاستثمار قد يتم في أصول حقيقية أو مالية سعياً لتحقيق أهداف محددة، فضلاً عن وجود الاستثمار بشكل تقني وليس نقدياً كمنح البراءات والترخيص أو بشكل بشري كالخبراء والفنيين والإداريين (حسين، 2014).

في الأدبيات، يمكن للمرء أن يجد مناهج مختلفة لمسألة الجاذبية بما في ذلك جاذبية الاستثمار، حيث تختلف من حيث رسالتها وتوجهها نحو التنمية المستدامة، يلعب تدفق رأس المال الأجنبي من خلال الاستثمار الدولي دوراً مهماً في التغييرات الهيكلية للاقتصاد الوطني ويعمل كمحفز لتطوير الأعمال الدولية، في عام 2018، تم تسجيل 6356 استثماراً أجنبياً مباشراً جديداً في أوروبا، بانخفاض سنوي بنسبة 4٪، ومع ذلك لا تزال هذه ثاني أعلى نتيجة تم تسجيلها منذ عام 2000، فقد احتلت المملكة المتحدة المرتبة الأولى في جاذبيتها الاستثمارية حيث بلغت مشاريعها الاستثمارية من خلال الاستثمار الأجنبي (1054) ، واحتلت فرنسا المرتبة الثانية بواقع (1027) مشروعاً، كما تجاوزت ألمانيا للمرة الأولى منذ عام 2010 (973) مشروعاً (Roszko, 2021).

وتؤكد البيانات المقدمة أعلاه أن جاذبية الاستثمار في أوروبا بالنظر إلى المشكلة بشكل أكثر عالمية يمكن القول ان أوروبا الغربية تعتبر أفضل مكان لاستثمارات جديدة في العالم (Roszko, 2021). ويمكن تعريف الجاذبية الاستثمارية على أنها مجموعة العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي في الدولة المضيفة (بداش، 2016).

### 3 أشكال الاستثمار الأجنبي:

إن التوجهات، والتطورات التي عرفتها الساحة العالمية الاقتصادية، والتي ميزت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، أدت بهذا الأخير إلى أن يتخذ أنواعاً، وصوراً، وأشكالاً مختلفة نوضحها فيما يلي (طير، 2017):

- **الاستثمار المشترك**، هو عبارة عن أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشارك فيه طرفان أو أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة، والمشاركة هنا لا تقتصر على الحصة في رأس المال بل تتعداه أيضاً إلى الإدارة، الخبرة، براءات الاختراع أو العلامات التجارية.
- **الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي**، ويتمثل هذا النوع من الاستثمار في قيام هذه الشركات الأجنبية بإنشاء فروع للإنتاج أو التسويق أو غيرها من أنواع النشاط الإنتاجي

والخدمي بالدولة المضيفة، وتعتبر الاستثمارات التي يمتلكها المستثمر الأجنبي بالكامل من أكثر أنواع الاستثمارات الأجنبية تفضيلاً لدى الشركات متعددة الجنسية، لأنه يتيح لها الحرية الكاملة في الإدارة والتحكم في المشروع بدون أي تدخلات.

■ **عمليات أو مشروعات التجميع**، حيث تتم هذه المشروعات عن طريق اتفاقية بين الطرف الأجنبي، والطرف الوطني، يتم بموجبها قيام الطرف الأول الأجنبي بتزويد الطرف الثاني الوطني بمكونات منتج معين لتجميعه ليصبح منتجاً نهائياً، كما يقوم أيضاً بتقديم الخبرة أو المعرفة اللازمة الخاصة بالتصميم الداخلي للمصنع، وعمليات التشغيل، والصيانة، وغيرها، والتجهيزات الرأسمالية في مقابل ذلك يقوم الطرف الوطني بتقديم الطرف الأجنبي عائد مادي يتفق عليه، وقد تأخذ هذه المشروعات شكل الاستثمار المشترك أو شكل التملك الكامل للمشروع للطرف الأجنبي.

■ **الاستثمار في المناطق الحرة**، المنطقة الحرة هي جزء من الأرض تابع لدولة ما، وتوضح حدودها بطريقة قاطعة وتعتبر جمركياً امتداداً للخارج، إلا أنها خاضعة للسيادة الوطنية من وجهة النظر السياسية، وفي داخل المنطقة الحرة يسمح بإقامة المشاريع الخاصة برؤوس الأموال الأجنبية، أو الوطنية، أو المشتركة، والهدف من إنشاء هذه المناطق الحرة هو تشجيع إقامة الصناعات التصديرية، ولأجل هذا الغرض تسعى الدول لجعل المناطق الحرة جذابة للاستثمارات، وذلك بمنح المشاريع الاستثمارية فيها الحوافز، والمزايا، والإعفاءات، ويكون المستثمر الأجنبي هنا بعيداً عن الخضوع لقوانين الدولة المضيفة، ويعمل من خلال قوانين خاصة منظمة له، تنظم إنشاء المشروعات الاستثمارية في المناطق الحرة.

■ **الاستثمار في مشروعات البنية الأساسية المحولة**، يكون في شكل عقود امتياز لمدة معينة، تتراوح ما بين 20 إلى 50 عاماً في مجال البنية الأساسية على أن يعود المشروع في نهاية العقد إلى المجتمع أو الحكومة، أي المشروعات القائمة على البناء، والتشغيل، والتحويل، وهي ذات اتجاه يفيد الطرفين الحكومة والمستثمر الأجنبي، حيث الحكومة تحتاج إلى استثمارات ضخمة يصعب عليها تمويل تلك الاستثمارات من الموازنة، بينما نجد المستثمر الأجنبي يرى أن تلك المشروعات ذات جدوى اقتصادية خلال فترة الامتياز.

#### (4) مؤشرات الجاذبية الاستثمارية:

لا يمكن الحكم على جاذبية الدول للاستثمارات إلا من خلال عدد من المؤشرات الدولية والإقليمية الصادرة عن مؤسسات معترف بمصداقيتها وتعنى بجوانب مختلفة من مكونات بيئة

الاستثمار الملائمة يستفاد منها لأغراض المقارنة والمراجعة في عملية اتخاذ القرار الاستثماري، ومن بين تلك المؤشرات ما يبيئه الجدول التالي (السيدية والشكري، 2009):

**جدول رقم (1)**  
**يوضح مؤشرات الجاذبية الاستثمارية الإقليمية والدولية**

م	المؤشر	جهة الإصدار	حجم التغطية	الغرض منه
1	التقييم السيادي التجميعة الدولي	مؤسسة انايتاننشال تايمز	يشمل معظم دول العالم	يعكس مدى استمرار وتنافسية وصفها وقدرتها على تسديد ما يستحق عليها من التزامات
2	مؤشر اليورومني للمخاطر القطرية	مجلة اليورمني	185 دولة	لغرض قياس القطر على الايفاء بالتزاماته المالية
3	مؤشر وكالة دان اند براد ستريت	وكالة دان اند برادستريت	122 دولة	قياس المخاطر القطرية
4	مؤشر الكوفاس	وكالة الكوفاس	150 دولة	قياس المخاطر القطرية
5	مؤشر الحرية الاقتصادية	معهد هيرتاجفاونديشن وصحيفة دول ستريت جورنال	155 دولة	قياس درجة التحرر الاقتصادي
6	مؤشر الشفافية	منظمة الشفافية الدولية	145 دولة	قياس درجة الفساد
7	مؤشر التنافسية العالمي	المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس	104 دولة	يقيس مؤشر الأعمال التنافسية قدرة الوحدات الاقتصادية على صعيد المنشأة في تحقيق التنافسية
8	مؤشر الضبابية	شركة برايس وتر، هاوس كوبرز	48 دولة	قياس درجة الأفكار كالوضوح والدقة والسهولة التي تحكم العلاقات بين الأعمال والمستثمرين من جهة وأنظمة الحكم من جهة أخرى

المصدر: (السيدية والشكري، 2009)

ولنجاح الجاذبية الاستثمارية يتطلب الأمر توفر مجموعة من الشروط، وهذا لترغيب الشركات والدول الأجنبية في التعاقد وقبول الاستثمار عن طريق الشراكة داخل الدولة، وتتمثل هذه الشروط في: تحسين البنية القاعدية وهي ضرورية لإتمام عملية الاستثمار مهما كان نوعه، ومحفز لإغراء المستثمرين الأجبيين، كما يعد الاستقرار السياسي والأمني عامل حاسما في نجاح عملية الشراكة أو فشلها، بالإضافة إلى وضوح وشفافية القوانين والسياسات الاقتصادية واستقراره (بن ضياف، 2010)، وهذا ما تقوم المؤشرات السابقة في قياسه.



## 5) إيجابيات وسلبيات الاستثمار الأجنبي:

وعلى الرغم من أنّ هناك آراء قد أيدت الاستثمار الأجنبي مستندة على ما له من آثار إيجابية، فهناك آراء أخرى رفضت وعارضت وجود هذا النوع من الاستثمار خوفاً من آثاره السلبية، ولعل هذا الاختلاف في الرأي يرجع إلى أساس عقائدي، فالمؤيدون للاستثمار الأجنبي المباشر هم في أغلب الأحوال أنصار الفكر الرأسمالي بينما المعارضون يمثلون الفكر الماركسي، ففي ظلّ اختلاف وجهات النظر حول الآثار المترتبة عن الاستثمار الأجنبي في الدول المضيفة، يمكن عرض مجموعة الآثار الإيجابية والسلبية المرتبطة بالاستثمار الأجنبي المباشر، وهي على النحو التالي (العرباوي، 2021):

### للإثار الإيجابية للاستثمار الأجنبي:

#### 1. سد الفجوات الرئيسية الأربعة في الدول النامية

- **الفجوة الادخارية**، حيث تعاني الكثير من الدول النامية من ضعف المدخرات المحلية، مما يجعلها عاجزة عن الوفاء باحتياجات الاستثمار الكلي، ويمثل الاستثمار الأجنبي المباشر إضافة للتراكم الرأسمالي.
- **فجوة النقد الأجنبي**، حيث تسعى الدول النامية دائماً إلى جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر وذلك لتعويض النقص في المدخرات من جهة، أو زيادة مواردها من النقد الأجنبي اللازم للاستيراد، ويستند الفريق المؤيد في رأيهم هذا إلى أن وجود الشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية يؤدي إلى زيادة تدفق النقد الأجنبي، خاصة وأن هذه الشركات تمتلك موارد ضخمة مالية.
- **الفجوة بين الإيرادات العامة والنفقات العامة**، حيث تساهم حصيلة الضرائب من الشركات متعددة الجنسيات في سدّ فجوات الإيرادات اللازمة لتمويل الإنفاق العام ومشروعات التنمية في الدول النامية، وإذا كانت الدولة المضيفة في مركز يؤهلها فرض معايير ضريبية فعالة على الأرباح التي تتدفق من مشاريع التنمية الأجنبية، فإنه ونتيجة لذلك يكون لديها دخل ضريبي جديد تستخدمه في تنمية المشاريع.
- **الفجوة التكنولوجية**، حيث تسعى معظم الدول النامية إلى تحقيق التنمية الاقتصادية، ولهذا اتجهت الكثير من هذه الدول إلى تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر وجذب الشركات متعددة

الجنسيات، التي تلعب دورا بارزا في نقل التكنولوجيا نظرا لما تملكه من خبرات فنية عالية، وإمكانيات مالية وبشرية تمكنها من إجراء البحوث المختلفة وتطوير كافة المنتجات التي ينتجها.

## 2. الاستثمار الأجنبي المباشر وتحسين ميزان المدفوعات:

نظرا لما تعانيه الدول النامية من عجز مستمر في ميزان مدفوعاتها، كان لا بدّ لها من اللجوء إلى الاستثمار الأجنبي المباشر كمصدر للتمويل كونه يدر عائدا بدلا من زيادة أعباء خدمة الدين الناتجة عن التمويل من القروض الخارجية، والتي تمثل عبء على ميزان المدفوعات، من جهة أخرى فإنّ المشروعات الاستثمارية المقامة برؤوس أموال أجنبية وتكنولوجيا متطورة وخبرات عالية، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة طاقة إنتاجية وبمواصفات عالمية، مما يجعلها أكثر قدرة على تصديرها وهذا ما يساهم في تحسين ميزان المدفوعات.

## 3. الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار المحلي:

يرى الفريق المؤيد للاستثمار الأجنبي أن هذا الأخير له تأثير إيجابي على حجم الاستثمار الكلي في الاقتصاد المضيف وذلك من خلال مساهمته في:

- تحسين إنتاجية الشركات المحلية من خلال تبني الممارسات الإنتاجية والإدارية التي تطبقها الشركات المتعددة الجنسيات.
- انتقال العمال من الشركات متعددة الجنسيات إلى الشركات المحلية يكفل انتقال المعارف العملية والإدارية الحديثة إلى العمال الناشطين على مستوى الشركات المحلية.
- تؤثر الشركات متعددة الجنسيات على مورديها المحليين عند التعامل معهم على أساس احترام معايير الجودة المطبقة على السلع الوسيطة، مما يحسّن من جودة السلع الموردة ونوعية الخدمات المقدّمة.
- ترفع الشركات متعددة الجنسيات من درجة المنافسة، مما ينعكس بالإيجاب على إنتاجية الشركات المحلية من خلال تخليها على المسارات الغير فعالة خلال العملية الإنتاجية.

على الرغم من أن الاستثمار الأجنبي يتمخض عنه العديد من الفوائد، ففي مقابل ذلك نجد أن الأمر لا يخلو من بعض السلبيات والإخفاقات التي تلازم حضورها في البلد المضيف. فقد توصلت بعض

الدراسات إلى أن دخول الاستثمار الأجنبي يمكن أن يخلق ضغوطاً تنافسية على المشروعات المحلية ويجعلها أمام خيار الاندماج من أجل أن تبقى تنافسية

للم ومن بين تلك السلبيات (السيدية والشكري، 2009):

- قد تزيد المشروعات الأجنبية درجة الاضطراب المالي بالانسحاب المفاجئ أو بالعدوى المالية من البلد الأم.
- بما أن للمشروعات الأجنبية أسبقيات أو أولويات فإن نموذجها في التشغيل والارباح يميل إلى تجاهل الأسبقيات المحلية مما قد يعيق وصول التنمية إلى بعض قطاعات الاقتصاد المهمة.
- بالمزيد من الخدمات والمنتجات المقدمة تستقطب المشروعات الأجنبية الجزء الأكثر ربحاً من مثلتها المحلية.

### القسم الثالث:

#### الإطار النظري للعلاقة بين التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر:

إن التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر لهما وظيفة حاسمة من خلال المساهمة بشكل كبير في معدل النمو الاقتصادي والاستثمار في القطاعات الرئيسية الفرعية للاقتصاد، وخاصة أن كلا منهما لبعض الآثار الإيجابية غير المباشرة بما في ذلك نقل التكنولوجيا والتوظيف والتدريب والمهارات وما إلى ذلك، والتي تساهم في التنمية الشاملة للدولة.

كما أن الارتفاع المستمر في التجارة الإلكترونية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر يتطلب تحليلاً جاداً لارتباطهما لأن الارتباط المباشر بين التجارة الإلكترونية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر ومعدل النمو لا يمكن قبوله بشكل عام والتأكيد على ما إذا كانت التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر يتسببان في النمو الاقتصادي يمكن أن تكون متنوعة ولكن لا يمكن التغاضي عن أدوارها الحاسمة في نمو الدولة.

التجارة الدولية هي مصدر مهم للابتكار التكنولوجي والمنافسة والتخصص والنطاق الاقتصادي والمعرفة الأساسية بين البلدان، حيث تلعب هذه العوامل أدواراً رئيسية في التنمية الاقتصادية العالمية، فالتجارة الدولية عامل مؤثر للتوسع الاقتصادي على الصعيد العالمي (الأونكتاد، 2019).

إن مشاركة مختلف البلدان في التجارة الدولية يساعدها على تعزيز اقتصادها وتحقيق أهداف تنموية واسعة مثل الحد من الفقر والتوظيف والأمن الغذائي والصحة والاستدامة البيئية.

كان الجدل الدائر حول أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في النمو الاقتصادي ثابتاً تماماً كما أن تأثيره على تنمية التجارة متنوع بشكل كبير، حيث أشارت بعض الدراسات على أن الاستثمار الأجنبي المباشر يحسن بشكل كبير مستوى التجارة الدولية وجد Aizenman (2005) ردود فعل قوية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة من قطاع التصنيع، وأظهرت دراسة Le (2017) نتائج مماثلة في دراسته حول تدفق التجارة للاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تعد إدارة الأصول ميزة رئيسية تجعل الاستثمار الأجنبي المباشر مختلفاً عن الاستثمارات الأجنبية الأخرى، مثل الأسهم الأجنبية والسندات والأدوات المالية الأخرى.

حيث يعتبر المستثمرون وأصولهم في الخارج شركات تجارية، كما يُعرف المستثمر عادةً باسم الشركة الأم، والأصل في الخارج هو تابع أو تابع للشركة الأم (منظمة التجارة العالمية، 1996)، كما يلعب الاستثمار الأجنبي المباشر دوراً حاسماً في التنمية الاقتصادية للعديد من البلدان المتقدمة والنامية، ففي عام 2019 بلغ تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر العالمي حوالي 1.54 تريليون دولار أمريكي، وخلال العام نفسه تلقت اقتصادات شرق وجنوب آسيا تدفقات استثمار أجنبي مباشر بلغت حوالي 280 مليار دولار أمريكي و 54 مليار دولار أمريكي على التوالي (فريق الأمم المتحدة القطري للتنمية، 2019).

يلعب الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة دور رئيسي في الاقتصادات سريعة النمو وعملية العولمة، وقد يكون السبب وراء أهميتها هو أنها تعتبر موارد مؤثرة رئيسية للتنمية التكنولوجية والاقتصادية، فالاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة نوعان رئيسيان من العلاقات بديل أو تكميلي.

حيث تُعرف العلاقة التكميلية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة باسم الاستثمار الأجنبي المباشر الرأسي وتعرف العلاقة البديلة بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة باسم الاستثمار الأجنبي المباشر الأفقي (Markusen، 1984).

حيث يحدث الاستثمار الأجنبي المباشر العمودي عندما تجمع شركة ما بين تقنياتها المتقدمة والموارد في الاقتصادات الأقل نمواً والمعروفة أيضاً باسم الاستثمار الأجنبي المباشر الباحث عن الكفاءة، حيث يحفز اعتبار التكلفة مثل هذا النوع من الاستثمار الأجنبي المباشر.

ويحدث الاستثمار الأجنبي المباشر الأفقي عندما ترغب الشركة في الاستثمار في نفس الاقتصاد المتقدم، ويشير إلى الاستثمار الثنائي بين الاقتصادات المتقدمة والمعروف أيضاً باسم الاستثمار الأجنبي المباشر الباحث عن السوق، حيث يحفز اعتبارات السوق مثل هذا النوع من الاستثمار الأجنبي المباشر (Fonseca & Passos، 2016).

ناقشت العديد من الدراسات العلاقة التي تربط بين التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر فيما يتعلق بعلاقتهم التكميلية والبدلية، وأظهرت أن الاستثمار الأجنبي المباشر يزيد من حجم التجارة في بلد معين عندما يكون مكماً، وعندما يقلل الاستثمار الأجنبي المباشر من التدفقات التجارية لبلد ما، فإن العلاقة بينهما تسمى بديل.

#### **القسم الرابع: التجارة الالكترونية وآثارها في الدراسات التطبيقية السابقة**

يوجد العديد من الدراسات التي تناولت أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد ومن ثم على الاستثمار والتنمية المستدامة، والتي يتم تناولها كما يلي:

**دراسة بن عبيد (2020)**، والتي جاءت بعنوان " الشراكة والاستثمار الأجنبي في القارة الإفريقية: دراسة حالة الإمارات: شركة موانئ دبي العالمية"، وقد هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن دور الشراكة في تعزيز الاستثمار والجاذبية الاستثمارية في القارة الافريقية بالتطبيق على دولة الامارات العربية المتحدة، حيث يلعب الاستثمار دورا كبيرا في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والأمن والاستقرار، كما يسهم في قيام المنشآت والمشاريع الإنتاجية والخدمية وغيرها من التكوينات الرأسمالية الأخرى، فأفريقيا صاحبة ثاني أكبر بساط أخضر في العالم تمتلك مقومات الاستثمار في شتى المجالات، فهي غنية بمواردها البشرية والمادية، وتتميز بموقعها الاستراتيجي، واليوم تشهد نشاطاً اقتصادياً واسعاً وتدفعاً لاستثمارات كبيرة، وتوصلت الدراسة الى أن الاستثمار الخليجي وتحديدأ الإمارات نموذجاً متقدماً في الشراكة مع القارة الأفريقية حيث تمكنت شركة موانئ دبي من تطوير عدد كبير من المراكز البحرية الأفريقية مما وفر العديد من فرص العمل وساهم جزئياً في تحسين المستوى المعيشي في بعض المناطق على غرار جنوب الصومال والسنغال، رغم المشاكل مع دولة جيبوتي.

**دراسة شينج Cheng (2021)**، والتي جاءت بعنوان "تقييم جاذبية الاستثمار ونموذج اختيار الشراكة في صناعة أساسات طاقة الرياح البحرية تحت الماء" *Investment Evaluation and Partnership Selection Model in the Offshore Wind Power Underwater Foundations Industry*، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تطوير نموذج تقييم الاستثمار (IEM) من خلال تطبيق FPR للحصول على أوزان عوامل المخاطرة وحساب القيمة الإجمالية لمخاطر الاستثمار باستخدام طريقة تسجيل النتائج الرقمية في سياق لا توجد فيه سابقة للرجوع إليه، فمع وجود خطة لتحقيق هدف قدره 5.7 جيجاوات من طاقة الرياح البحرية في عام 2025، تتوقع تايوان

بناء صناعة تبلغ قيمتها 36 مليار دولار أمريكي، مما يجعل تايوان مركزاً للاهتمام في السوق العالمية لبناء الهندسة المدنية، وهي أول دراسة لتطوير الصناعات الأساسية تحت الماء في تايوان، حيث توفر هذه الدراسة أدوات مساعدة وداعمة لمساعدة البناة على اتخاذ القرار بناءً على مؤشرات موضوعية، هذه الدراسة هي الورقة الأولى لبناء نموذج اختيار شريك SWARA-FTOPSIS، والذي يمكن من خلاله بناء المؤسسات تحت الماء من أخذ الخصائص التايوانية المحددة في الاعتبار عند اختيارهم لأفضل الشركاء لتلبية متطلبات النقل والبناء والتركيب، وأخيراً استخدمت الدراسة حالة مشروع Taipower Offshore Wind Power Project (المرحلة الثانية) للتحقق من جدوى هذا النموذج.

**دراسة نصري (2020)**، والتي جاءت بعنوان "انعكاسات اتفاق الشراكة الأوروبية على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الجزائر"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على إحدى المواضيع الجوهرية في العلاقات الدولية للاقتصاد الوطني، متمثلة في علاقة الشراكة الأورو جزائرية وأثرها على زيادة تدفق واستقطاب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة للجزائر، إذ أنه في الواقع الاقتصادي الجديد الذي تفرضه تحديات العولمة، أصبح الاندماج في المحيط العالمي أمراً حتمياً، وهو ما ألزم كل دولة أن تجعلها مساراً جديداً لإعادة تنظيم اقتصاداتها والاندماج ضمن البيئة الدولية الجديد لفرض وجودها، واستبعاد إمكانية تحولها إلى سوق للاستهلاك وتصريف منتجات الغير، وتوصلت الدراسة إلى أن الشراكة الأورو جزائرية ساهمت في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تحسين المناخ الاستثماري، نتيجة التحسن في المؤشرات الاقتصادية (تناقص المديونية، تناقص البطالة)، وظهرت مساهمة الشراكة الأورو جزائرية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال زيادة تدفق الاستثمارات خلال الفترة (2002-2008).

**دراسة عطية (2019)**، والتي جاءت بعنوان "الاستثمار والشراكة بين القطاع العام والخاص وأثارها على الموازنة العامة للدولة: دراسة تطبيقية على الاقتصاد السعودي"، حيث تزايدت وتيرة الأخذ بالشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص باعتبارها الخطوة الرئيسية في عملية التحول الاقتصادي في جميع الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، استهدفت هذه الدراسة الوقوف على تجربة الشراكة بين القطاعين التي خاضتها المملكة العربية السعودية والتعرف على الأسباب الكامنة خلف تبني خطط التنمية الخمسية في المملكة لمثل هذه التجربة في فترات مبكرة، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الكمي أيضاً للوقوف على دور تنفيذ سياسة الشراكة بين القطاع

العام والخاص في المملكة في التخفيف من عجز الموازنة السعودية والذي تفاقم في السنوات الأخيرة من القرن الحالي. وتوصلت الدراسة النظرية لتجربة الاستثمار والشراكة بين القطاعين في المملكة إلى أن هذه السياسة لم تكن نتيجة لضغوط خارجية من مؤسسات التمويل الدولية، وإنما عن وعي بضرورة زيادة حصة القطاع الخاص، وتوسيع مساهمته في الاقتصاد الوطني وتمكينه من القيام بدوره في الاستثمار والتمويل وفقا لخطط التنمية الوطنية. ويتكويّن نموذج للتكامل المتناظر للعلاقة بين الشراكة بين القطاع العام والخاص ورصيد الموازنة العامة في المملكة خلال الفترة (1980-2017) تبين قبول فرضية الدراسة بأن تنفيذ هذا البرنامج في المملكة له تأثيرا إيجابيا على التخفيف من عجز الموازنة السعودية، وقد يرجع ذلك إلى ما تميزت به هذه التجربة كوسيلة من وسائل التحول الاقتصادي في المملكة من الدراسة المتأنيبة للمشروعات التي يتم اختيارها للمشاركة مع القطاع الخاص من ناحية والتحويل الجزئي والتدرج في خطوات التنفيذ من ناحية أخرى.

**دراسة عولمي (2017)**، والتي جاءت بعنوان " الشراكة الأجنبية الجزائرية وتأثيراتها على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر: دراسة قياسية"، وقد هدف هذه الدراسة إلى بناء نماذج قياسية تحدد أثر بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية على الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر بالإضافة إلى الشراكة الأجنبية، وهذا من أجل معرفة نوع العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة، حيث تم استعمال نموذج الانحدار المتعدد، لإظهار أهم متغيرات الاقتصاد الكلي المؤثرة في الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة 1990-2013، وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر يعاني من ضعف، وهذا راجع إلى الظروف السائدة بها والتي تشكل عائقا أمام جذب رؤوس الأموال الأجنبية، بالإضافة إلى التحسن كبير في بعض المجالات الاقتصادية في الجزائر وهذا راجع لما للشراكة من أهمية بالغة في إنعاش الاقتصاد الوطني من جلب لرؤوس الأموال الأجنبية، وخلق لفرص العمل وتوفير العملة الصعبة وتحويل التكنولوجيا والمنافسة الدولية وتقليص نفقات الدولة.

**دراسة ذبيح (2021)**، والتي جاءت بعنوان " الشراكة الاستراتيجية كخيار لنقل التكنولوجيا بين المؤسسات: دراسة حالة مؤسسة "Bomare Company"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه انتقال التكنولوجيا من خلال عقد الشراكة في تحسين الموقع التنافسي للمؤسسة.

من أجل إنجاز الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي وصف المفاهيم المرتبطة بمتغيراته منجهة، ومنجهة أخرى دراسة حالة مؤسسة Bomare Company الناشطة في قطاع الصناعات الإلكترونية وواقع شراكتها مع مؤسسة LG ، وقد توصلت نتائج الدراسة الى أدت شراكة مؤسسة Bomare Company مع المؤسسات الأجنبية المعروفة إلى إدخال تقنيات جديدة لتحسين الإنتاج ما أدى توسيع طاقتها الإنتاجية واتجاهها إلى التصدير، إذ تمكنت من دخول السوق الأوروبية في 2015 وذلك بعد اكتسابها للتكنولوجيا من خلال شراكتها مع مؤسسة LG، كما جنحت مؤسسة Bomare Company في اكتساب التكنولوجيا من خلال عقد الشراكات على شكل مشاريع مشتركة، ولكنها لم تقع في فخ التبعية بل اتجهت إلى توطين تلك التكنولوجيا من خلال تكوين المورد البشري وتمكينه من تطويرها، فقد استطاعت من رفع نسبة الإدماج من 56% إلى 75% أي أنها لا تقوم بالتركيب فقط بل تصنع الأجزاء الداخلة في إنتاج منتجها النهائي، وهذا بفضل طبيعة العلاقة التعاقدية للشراكة القائمة على الأهداف المشتركة، تبادل المعارف والمهارات.

**دراسة سعدي (2019)،** والتي جاءت بعنوان " أهمية الشراكة الاستراتيجية في تحسين الأداء الاقتصادي في مجمع صيدال"، وقد هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن أهمية الشراكة الاستراتيجية في تحسين الأداء الاقتصادي في مجمع صيدال من خلال دراسة مدى توجه واهتمام المجمع لإقامة شراكات مختلفة ومدى تأثير ذلك على النتائج المحققة، وقد شهد الأداء الاقتصادي للمجمع تحسن ملحوظ بعد تبني عدة شراكات بمختلف الصيغ سواء إقامة مشاريع مختلطة أو عقود التصنيع الامتيازية أو اقتناء رخص الإنتاج، وانعكس ذلك إيجاباً على الأداء الاقتصادي للمجمع من خلال زيادة عدد المنتجات، حجم المبيعات، رقم الأعمال وكذا النتائج المالية إضافة إلى توسيع خطوط الإنتاج، توفير المواد الأولية وتحسن القدرة التنافسية، كما اكتسب المجمع سمعة جيدة نتيجة إقامة شراكات مع مختبرات وشركات عالمية ساهمت بشكل فعال في زيادة الطلب على منتجاته.

**دراسة الندوي (2016)،** والتي جاءت بعنوان " أهمية الشراكة الاستراتيجية بين المغرب ومجلس التعاون الخليجي"، وقد هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن أهمية الشراكة الاستراتيجية بين المغرب ومجلس التعاون الخليجي، حيث تعتبر الدراسة أن عملية التكامل الاقتصادي العربي من بين اهتمامات المغرب المحورية، حيث أصبح ينظر إلى هذا الأمر كخيار استراتيجي، فالتعاون العربي أصبح ضرورة ملحة تملئها تحديات النظام الجديد المبني على تحرير المبادلات التجارية والتكتلات الإقليمية، فقد كان الملك محمد السادس من بين القيادات العربية الأولى التي دعت إلى عقد قمة عربية



متخصصة في المسائل الاقتصادية. وقد بلورت الدبلوماسية المغربية اهتمامها بالوضع الاقتصادي على أرض الواقع من خلال تطوير العلاقات المتعددة الأطراف ودعم التعاون العربي المشترك، والذي تجسد في الآونة الأخيرة، حيث عرفت العلاقات الاقتصادية بين المغرب وبعض الدول الخليجية عودة بعض الدفاء، بعد ما تميزت بنوع من التراخي البرود خلال مرحلة التسعينيات من القرن العشرين. فالمغرب ومع حلول العهد الجديد، عرف من اخ الاستثمار به تحسناً كبيراً حيث أن السلطات لم تتوانى في العمل على تهيئة وتطوير القطاع العام. ورغم أن الطريق طويل أمام الوصول إلى المعايير الدولية غير أنه من اللازم الإشارة إلى أن العديد من المساطر الإدارية قد تم تبسيطها بفضل إحداث المراكز الجهوية للاستثمار. كما أن المحاكم التجارية أصبحت تقوم بدور، و لو جزئي، في حل النزاعات التجارية، وتجدر الإشارة إلى أن المغرب يجذب المستثمرين المباشرين الأجانب بنسبة تعلق عن أغلب دول المنطقة ذات المؤهلات الاقتصادية المماثلة. وبصفة عامة قام المغرب بتطوير استراتيجية لجذب الاستثمار تركز على ثلاث حريات أساسية: حقاً لاستثمار، حق تحويل الأرباح وحق تحويل من توجاتا لتقويت تحت شروط معينة. وبسبب الأزمة المالية العالمية، لجأ المغرب إلى بناء شبكة استثمارية معد ولمجلس التعاون الخليجي وخاصة بجلب الاستثمارات الخليجية وبناء شراكة استراتيجية معهم وهو ما سيكون له آثار إيجابية مستقبل الطرفين.

دراسة سافيشفا **Savicheva (2022)**، والتي جاءت بعنوان " الصين ودول مجلس التعاون الخليجي: من الصفقات الاقتصادية إلى الشراكات الاستراتيجية" *China and Gulf Cooperation Council Countries: From Economic Deals to Strategic Partnerships*، تركز هذه الدراسة على تفاعل الصين مع دول مجلس التعاون الخليجي في مجال الطاقة والتجارة والاستثمار في سياق الترابط الاقتصادي المتزايد الذي يرفع علاقات بكين مع الدول العربية فيشبه المنطقة إلى مستوى الشراكة الاستراتيجية، حيث أصبحت منطقة الشرق الأوسط بشكل عام ومنطقة الخليج العربي بشكل خاص منطقة استراتيجية بشكل متزايد بالنسبة للصين، فالمنطقة العربية ليست غنية فقط بالموارد الطبيعية، وفي المقام الأول الطاقة، وتوفرها إلى حد كبير للاقتصاد الصيني النامي ديناميكياً، ولكنها تفتح أيضاً الوصول إلى الطرق البحرية والبرية العالمية الرئيسية، وكذلك الأسواق الأفريقية والأوروبية، وبالتالي فإن علاقات الصين مع هذه المجموعة من الدول تتجاوز المصالح الاقتصادية البحتة وتؤثر على المصالح الاستراتيجية لبكين، مثل الترويج الفعال لـ "مبادرة الحزام والطريق" واسعة النطاق، مما يعني تكثيف سياسة الصين في الشرق الأوسط، الأساس المنهجي للدراسة هو نهج متعدد التخصصات. في ضوء نظرية توازن القوى

والمجمعات الأمنية الإقليمية، وهو المبدأ الذي بموجبه يتم إملاء السياسة الخارجية للدولة بشكل كبير من خلال منطق النظام الدولي وتوزيع القوة بين الدول، حيث تتيح لنا نظرية نقل القوة أن نفهم بشكل أفضل الدور الحالي للصين لتصبح قوة عظمى في السياسة العالمية. يطبق البحث أيضاً طرقاً في العلوم التاريخية مثل الأساليب الزمنية، والجينية، والبنوية النظامية، والمقارنة.

دراسة لي **Lei (2022)**، والتي جاءت بعنوان "الشراكة الاستراتيجية بين الصين ودول جزر المحيط الهادئ: استراتيجية الصين لإعادة تشكيل النظام الإقليمي" *China-Pacific Island Countries Strategic Partnership: China's Strategy to Reshape the Regional Order*، تجادل هذه الورقة بأن تزايد الوجود الصيني في جزر المحيط الهادئ يساعد الصين حقاً في إنشاء "مجال نفوذ"، فغالباً ما يعتقد علماء العلاقات الدولية أن المشاركة القوية للصين في دول جزر المحيط الهادئ (PICs) مدفوعة أساساً بالحسابات الجيوسياسية، لكن هذه الديناميكيات الجيوسياسية لا تتميز فقط باستجابة الصين لها احتواؤه الملحوظ الذي تفرضه الولايات المتحدة وحلفاؤها في المنطقة، ولكن أيضاً من خلال استعداد الصين للتعامل مع بلدان جزر المحيط الهادئ بشروطها الخاصة، وينعكس هذا في مقاربات الصين المتعددة الأوجه لتقديم المساعدة الاقتصادية وتوسيع نطاقها الوجود الاقتصادي والسياسي في المنطقة، حيث عززت الصين بشكل متزايد شراكة استراتيجية مع بلدان جزر المحيط الهادئ من خلال متابعة استراتيجيتها التقليدية "عدم التدخل" التي تلي مطالب بلدان جزر المحيط الهادئ للاستقلال السياسي وتقرير المصير، فتلج الاستراتيجيات لا تجني الصين الفوائد الاقتصادية فحسب، بل أيضاً الفوائد الجيوسياسية من شراكتها الاقتصادية المكثفة، وبالتالي من شراكتها السياسية والاستراتيجية مع بلدان جزر المحيط الهادئ، وبالتالي المساعدة في صعودها على المستوى النظامي (العالمي).

دراسة **حديدي (2021)**، والتي جاءت بعنوان "استراتيجية الشراكة بين القطاعين العام والخاص لاستغلال الأماكن السياحية: مشروع تطوير الواجهة البحرية للميناء السياحي السلطان قابوس"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور استراتيجية الشراكة بين القطاعين العام والخاص في استغلال الأماكن السياحية بالتطبيق على مشروع تطوير الواجهة البحرية للميناء السياحي السلطان قابوس، فالشراكة بين القطاع الخاص والعام في استغلال الأماكن السياحية عبر التراب الوطني هي عبارة عن مفهوم منصب على عمل تعاوني مشترك بينهما، وهذا الأمر راجع نتيجة لعدم كفاية الاستثمارات العامة والضغط المتزايدة على الميزانيات الحكومية، بالإضافة إلى القلق العام تجاه

عدم كفاءة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية. أصبحت الشراكة بين القطاع العام والخاص ظاهرة موجودة ومستغلة بطريقة جيدة في سلطنة عمان. كما أنها طغت على مفهوم الخوصصة الذي أدى إلى الحد من سيطرت القطاع العام وتملكه لعوامل الإنتاج، في حين أن هذه الشراكة تبين أن لكلا الطرفين مزايا ومقومات خاصة بهما تجعلهما قادرين على النهوض بقطاع السياحة وبالتالي تحقيق قيمة مضافة في الاقتصاد، فمن خلال تكاتف الجهود والتولي فبين القطاعين في استغلال الأماكن السياحية بشكل جيد وباستراتيجية ناجعة، حتما سيؤدي إلى تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشراكة الاستراتيجية بين القطاعين العام والخاص في مجال السياحة يمكن أن تحقق أهداف التنمية السياحية واستدامتها من خلال إنشاء البنية التحتية وتطويرها لاسيما في المناطق السياحية الغير مستغلة، وكذلك تشجيع تطوير المشاريع المتعلقة بخدمة السياحة إذ تساعد الأرباح المتحققة على إعادة الاستثمار واستدامة المشاريع السياحية.

### **القسم الخامس: الوضع الراهن للتجارة الإلكترونية في مصر، التحديات وآليات الاستجابة:**

ينمو حجم التجارة الإلكترونية في مصر بدرجة كبيرة، حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية بمصر في عام 2021 نحو 4.9 مليارات دولار، مقارنة بحجم تداول عام 2020 بلغ 3 مليارات دولار. وتحتل مصر المرتبة الثانية من حيث حجم وقيمة التجارة الإلكترونية على مستوى دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط، حيث تمثل التجارة الإلكترونية ما بين 25-30 % من حجم التجارة في مصر، طبقاً لتصريحات رئيس جهاز تنمية التجارة الداخلية، وفي إطار اتخاذ الدولة المصرية العديد من الخطوات لتنفيذ رؤية مصر 2030 فإن زيادة الإيرادات الضريبية للدولة ودمج الاقتصاد غير الرسمي ليصبح جزءاً من الاقتصاد الرسمي هي خطوات مهمة على طريق التنمية.

إن عدم تضمين التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الرسمي، وبالتالي عدم فرض ضرائب على المعاملات عبر الإنترنت، يعطي هذا الوسيط ميزة كبيرة على وسائل التجارة الأخرى التي تخضع للضريبة، وهو أمر من شأنه أن يجعل للتجارة الإلكترونية جاذبية أكبر للبائعين والمشتريين على حد سواء، وهو أمر له العديد من الآثار السلبية. وانطلاقاً مما سبق، فإن هناك ضرورة لإدماج التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الرسمي للدولة، ومن ثم إخضاعها للضريبة، بيد أن فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية هو إحدى القضايا الصعبة التي يجب معالجتها بحرص لتحقيق التوازن بين الوصول إلى الأهداف المرجوة دون الإضرار بنمو نشاط التجارة الإلكترونية أو القاعدة الضريبية.

وعند الحديث عن التجارة الإلكترونية لابد أن يتم التمييز بين النماذج المختلفة لها، فهناك النموذج الأكثر شيوعاً وهو ما يعرف بنموذج من الشركة للعملاء (B2C Ecommerce)، حيث إنه هو النموذج التقليدي الذي تتبع فيه الشركة منتجاتها للعملاء، ويتم ذلك من خلال المتاجر الإلكترونية. وهناك نموذج التبادل التجاري بين الشركات (B2B Ecommerce) ويعتمد هذا النموذج على تبادل المنتجات بين الشركات بعضها البعض. أما نموذج التبادل التجاري بين المستهلكين (C2C Ecommerce) فمع تزايد اعتماد المستهلكين على التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أصبحت المواقع تتيح للمستهلكين التبادل التجاري بين بعضهم البعض مقابل عمولة صغيرة تُدفع للموقع. ثم يأتي نموذج من الشركات إلى الحكومات (B2G Ecommerce) وهي الأعمال التجارية التي تكون الحكومة هي العميل للشركة، حيث تمد الشركات الوكالات الحكومية بالخدمات أو السلع.

ويمكن أيضاً التمييز بين أنماط مختلفة للتجارة الإلكترونية؛ يشمل النمط الأول التعامل في السلع والمنتجات "المادية"، أما النمط الثاني فيشمل التعامل مع السلع والخدمات الرقمية.

ويعتبر نموذج من الشركة إلى العملاء هو محل الاهتمام في هذه الورقة، فقد أوضحت مؤسسة Admitad، وهي إحدى مؤسسات الاستشارات التسويقية، أن مصر هي إحدى أكثر البلدان النامية نشاطاً في المنطقة في مجال التجارة الإلكترونية، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدد من العوامل لعل من أهمها، التركيبة العمرية للسكان في مصر فطبقاً للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء فإن نسبة السكان في مصر في الفئة العمرية 44 عاماً فأقل يبلغ أكثر من 78% من تعداد السكان الكلي، وكما هو معروف فإن معدلات انتشار واستخدام الإنترنت يكون أكثر ارتفاعاً في فئة الشباب.

### 1) الوضع الراهن للتجارة الإلكترونية في مصر

يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في مصر 75.66 مليون مستخدم في جميع المحافظات، وفق تقديرات وزارة الاتصالات، ويصل متوسط فترة الاستخدام اليومي إلى 8 ساعات. وبالرغم من أن هناك نحو 48 مليوناً من مستخدمي الإنترنت قاموا بشراء سلعة أو خدمة أونلاين فإن 2.4% فقط منهم قاموا باستخدام بطاقات بنكية لهذا الغرض. وكما هو موضح في الشكل رقم (1) فإن أهم المنتجات التي قام المستهلك المصري بشراؤها عبر الإنترنت في عام 2021 كانت بالترتيب طبقاً لحجم الإنفاق

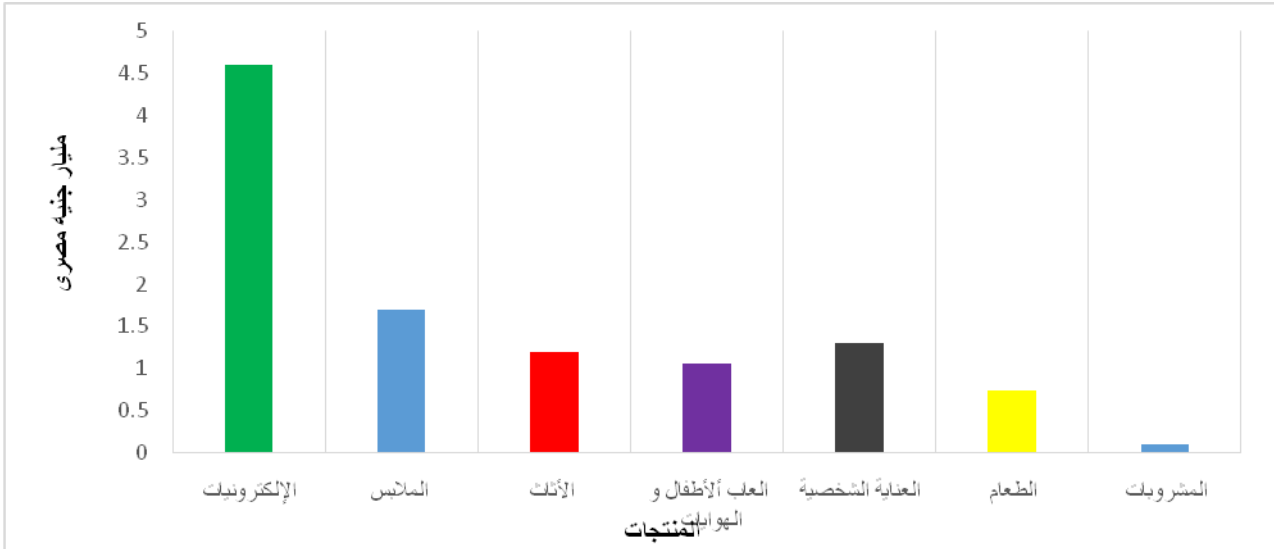
<sup>1</sup><https://datareportal.com/reports/digital-2022-egypt>

<sup>2</sup><https://datareportal.com/reports/digital-2022-egypt>

هي، الإلكترونيات، الملابس، أدوات العناية الشخصية، الأثاث، ألعاب الأطفال والهواتف، المأكولات، المشروبات.

## شكل (2)

يوضح أهم المنتجات التي يقوم المواطن المصري بشرائها عبر الإنترنت في عام 2021



المصدر: اعداد الباحث باستخدام بيانات المصدر: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.SECR.>

وتشهد سوق التجارة الإلكترونية في مصر مؤخراً إقبالاً من الشركات الكبرى، فشركة أمازون افتتحت حديثاً مستودعها اللوجستي على مساحة 28 ألف متر مربع باستثمارات تتخطى المليار جنيه. مما لا شك فيه أن دخول شركات عالمية إلى السوق المصرية يعطي ثقلًا ودفعة لسوق التجارة الإلكترونية في مصر، حيث يدعم المنافسة سواء بجذب العملاء أو العارضين، إلى جانب توافر السلع المختلفة.

هذا، وقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية في السوق المصرية 93 مليار جنيه مصري، وفق جهاز تنمية التجارة الداخلية، كما من المتوقع ان ينمو قطاع التجارة الإلكترونية في مصر بنحو 30% خلال عام 2022 لتصل الى نحو 121 مليار جنيه مصري. إلا أن هذه التقديرات تعكس فقط حركة البيع والشراء المسجلة أي التي تتم عن طريق المحافظ البنكية وكروت الدفع والائتمان، وليس حجم السوق ككل، فلا تزال الأرقام حول حجم معاملات التجارة الإلكترونية في مصر غير دقيقة، حيث تقع أغلبها ضمن الاقتصاد غير الرسمي.

## 2) الاقتصاد غير الرسمي وإمكانية تعزيزه للتجارة الإلكترونية في مصر

إن واقع القطاع غير الرسمي في مجال التجارة الإلكترونية هو أمر أكثر تعقيدًا من هذه الإجراءات المباشرة، فالتداخل بين ما هو رسمي وغير رسمي متشابك إلى حد كبير في مجال التجارة الإلكترونية؛ فقد نجد على سبيل المثال أن جزءًا من النشاط هو نشاط مسجل، بينما جزء آخر غير خاضع للتسجيل. فالمنشأة قد تقوم بنشاط تجاري "تقليدي" وفي الوقت نفسه لها نشاط تجاري إلكتروني، كما أن الوجود "المكاني" لنشاط التجارة الإلكترونية أمر يخضع للعديد من الاعتبارات غير التقليدية.

ووفقًا لمؤشر التجارة الإلكترونية لنموذج التجارة الإلكترونية المعروف بـ "بين الشركات والمستهلكين" (B2C)، الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) لعام 2020، أظهر المؤشر (والذي يقيس الجاهزية للتجارة عبر الإنترنت بين الشركات والمستهلكين) أن ترتيب مصر هو ترتيب متأخر، حيث جاءت مصر في المركز الـ13 عربيًا و109 عالميًا بين 152 دولة يضمها المؤشر، ويأتي ذلك بعد أن تأخرت مصر مركزين من الترتيب 107 في تقرير المؤشر لعام 2019، و جاءت عربيًا بعد كل من الإمارات، والسعودية، وقطر، وعمان، والكويت، ولبنان، والبحرين، والأردن، وتونس، والجزائر، وليبيا، والمغرب.

وللوقوف على أسباب تأخر ترتيب مصر في مؤشر التجارة الإلكترونية، بالرغم من ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية بها بشكل واضح في العام نفسه، فإنه بتحليل المؤشر نجد أنه يتكون من 4 عناصر أساسية وهي:

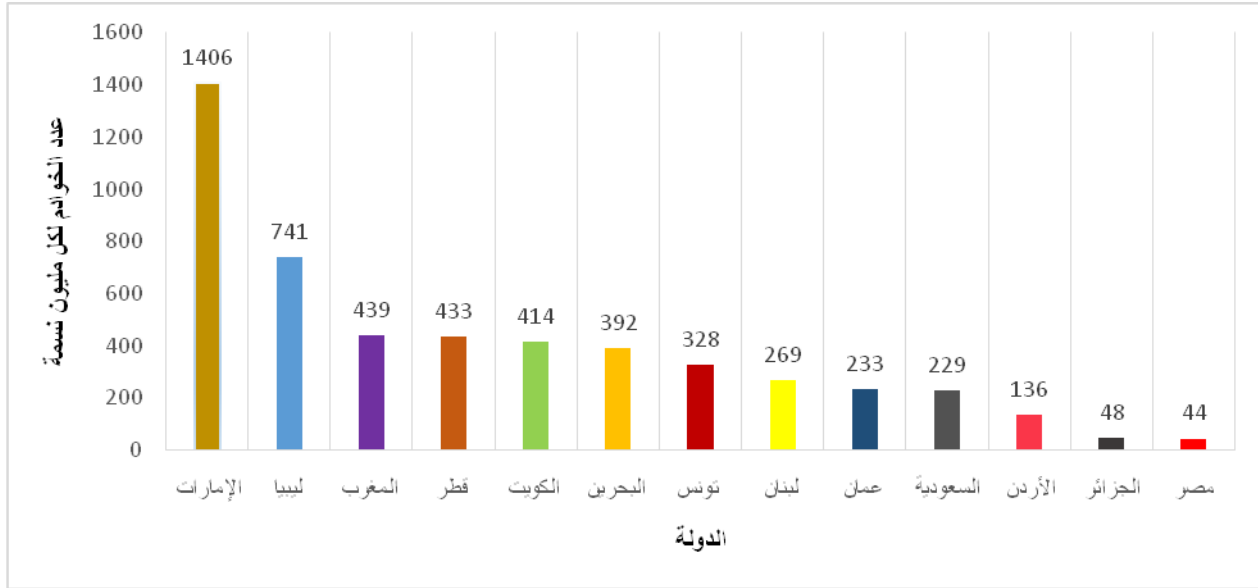
1. ملكية حساب في مؤسسة مالية أو مع مزود خدمة تحويل النقود عبر الهاتف المحمول (كنسبة من عدد السكان الذين تبلغ أعمارهم 15 عامًا فأكثر).
2. الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت (كنسبة من عدد السكان).
3. مؤشر الثقة في خدمات البريد.
4. خوادم أمانة للإنترنت (لكل مليون شخص).

وبالنظر إلى عناصر المؤشر، يمكن معرفة سبب تقدم عدد من الدول النامية وتفوقها على مصر في هذا السياق، حيث إن من بين 100 مليون نسمة، يقدر البنك الدولي أن معدل الاختراق في القطاع المصرفي غير مناسب. وقد أوضحت الهيئة العامة للرقابة المالية أن نسبة من لديهم حساب

مصر في قد ارتفعت من 9.7%3 في عام 2011 إلى 32.8% في عام 2019. ووفقا لتصنيف البنك الدولي فإن معدل الاختراق هذا لا يزال أقل من المتوسط لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والذي يبلغ 43.5%، وبالتأكيد أقل من المتوسط العالمي الذي يبلغ 68.5%.

وإن كانت نسبة مستخدمي الإنترنت في مصر في ازدياد مطرد، فإن البيانات الواردة في أطلس بيانات العالم (World data Atlas 2020) قد أوضحت أيضا ارتفاع عدد خوادم الإنترنت الآمنة لكل مليون نسمة في مصر، والتي ارتفعت من 35.3 لكل مليون نسمة في عام 2019 إلى 44.0 لكل مليون نسمة في عام 2020 بنسبة زيادة قدرها 24.54%. إلا أنه بالرغم من هذا الارتفاع وبالنظر إلى شكل رقم 4، نجد أنه ما زال أمام مصر الكثير في هذا العنصر. وجدير بالذكر أن متوسط مؤشر عدد الخوادم الآمنة في الدول العربية يبلغ 152، في حين أنه يصل إلى 50290 في الاتحاد الأوروبي.<sup>4</sup>

شكل رقم (3)  
يوضح عدد الخوادم لكل مليون نسمة للدول العربية التي تتفوق على مصر



مصدر البيانات: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.SECR>

ومع كل الفرص والمزايا التي تحملها التجارة الإلكترونية، يبقى هناك تحديات كبيرة، فإلى جانب صعوبات الشحن والنقل، وسيطرة الدفع النقدي وقلة وعي المستهلك وعدد من التحديات الأخرى التي سوف يتم تحليلها لاحقاً، تمثل الجوانب التشريعية والقانونية صعوبات أمام التجارة الإلكترونية.

<sup>3</sup>من عدد السكان الذين تبلغ أعمارهم 15 عاماً فأكثر

<sup>4</sup><https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.SECR>. الشكل البياني من إعداد الكاتب باستخدام بيانات

ويمكن القول إن الجوانب التشريعية والتطبيقية المنظمة للتجارة الإلكترونية تمثل عنصراً من أهم عناصر تطوير منظومة التجارة الإلكترونية وهو ما سيتم استعراضه في النقطة التالية.

### 3) عراقيل دمج التجارة الإلكترونية بالنظام الضريبي المصري

نظراً لأن التقدم التكنولوجي سوف ينمو والتجارة الإلكترونية سوف تصبح أكثر انتشاراً، يجب الوضع في الاعتبار أن هناك عددًا من العقبات الإضافية التي قد تواجه السلطات الضريبية في مصر فعلى سبيل المثال:

#### ■ الدفع النقدي لا يزال مسيطراً

يستمر خيار الدفع النقدي عند التسليم الأسلوب المفضل لدى المستهلكين في مصر، حيث أشارت إحدى الدراسات الحديثة إلى أن وجود خيار الدفع النقدي بدلاً من الدفع الإلكتروني هو أهم أسباب الإقبال على متجر إلكتروني دون غيره إلى جانب التوصيل المجاني.

#### ■ حقوق الامتياز

إن ملاك العلامات التجارية العالمية يجدون في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا فرصة كبيرة للاستثمار من خلال البيع الحصري لمنتجاتهم عبر الإنترنت، وفي دولة الإمارات مثلاً كان لهذا الأمر تأثير سلبي على عمليات الشراء داخل المتاجر المدارة بواسطة المالك المحلي للعلامة التجارية. فتحصيل الضرائب في هذه الحالة سيتم في البلد الموجود بها العلامة التجارية العالمية الأصلية، بالرغم من أن المشتري في دولة الإمارات.

#### ■ مفهوم "مكان التوريد"

يعتبر مفهوم "مكان التوريد" مهماً في نظام ضريبة القيمة المضافة، لكن المعاملات الإلكترونية تمحو الحدود الجغرافية التي طالما اعتبرت الدول أمراً مفروغاً منه. وفي ظل تزايد استخدام التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري التفريق بين مكان التوريد والمكان الذي توجد فيه المؤسسة. ويمكن القول إن الإنترنت يوفر للبائعين التجاريين فرصاً جديدة للتهرب من ضريبة القيمة المضافة، لأنه قد يكون من الصعب تتبع موقع البائع، حيث يعتمد البائع في عمليات البيع على عدد من "الخوادم" التي توجد في عدة أماكن، وتستخدم العديد من مؤسسات التجارة الإلكترونية خوادم متعددة فيعدد من المواقع والبلدان المختلفة، وبالتالي يصعب تحديد موقع المؤسسة على وجه الدقة. وإذا كان يمكن حل هذه المشكلة بمساعدة تتبع بطاقات الائتمان، فإنه في ظل انتشار الدفع النقدي في مصر يصبح الأمر أكثر تعقيداً. حيث تتيح خاصية الدفع عند



الاستلام للبائع والمشتري القدرة على التهرب التام من أي تتبع للمعاملات القائمة بينهما. يضاف إلى ذلك أنه يمكن أيضا استخدام النقود الإلكترونية التي تتيح بدورها فرصة ذهبية للتهرب.

#### ■ النقود الإلكترونية

من المرجح أن تجعل النقود الإلكترونية التهرب الضريبي أسهل. ففي الوقت الحاضر، يمكن لمفتشي الضرائب التحقق من الدخل والإنفاق من خلال التدقيق في الحسابات المصرفية أو كشوفات بطاقات الائتمان. على النقيض من ذلك، النقد الإلكتروني يمكن أن يكون مجهول المصدر، ولا يمكن تعقبه.

#### ■ التأثير السلبي على النشاط ومرونة الطلب السعرية

ستؤثر أي تغييرات في الضرائب على التجارة الإلكترونية على حجم المبيعات، وهو ما أشار إليه عدد من الباحثين، حيث تم تقدير انخفاض عدد المتسوقين الإلكترونيين بنسبة 25% إذا تم فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية، وهنا يجب الانتباه إلى المرونة السعرية للمنتجات المباعة عبر الإنترنت لتجنب هذا التأثير السلبي المتوقع أو التقليل من الانخفاض المتوقع قدر الإمكان، فالهدف من فرض الضرائب هو العدالة الضريبية وليس الإضرار بمستوى النشاط الاقتصادي. ففرض ضرائب على التجارة الإلكترونية سيحدث تأثيرًا على إجمالي المشتريات التي تتم عبر الإنترنت.

#### ■ وعي المستهلك

ما زالت الأمية المعلوماتية منتشرة، بالرغم من الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي، هذا إلى جانب حاجز اللغة عند التعامل مع التجارة الإلكترونية، ويترتب على كل ذلك أن المستهلك لا يقوم بدوره، خاصة فيما يتعلق بطلب فاتورة إلكترونية ممهورة بالتوقيع الإلكتروني للبائع لإثبات المعاملة التي تمت، أو تسجيل المعاملة الإلكترونية التي تمت بين المواطن المصري ومقدم السلعة أو الخدمة، سواء داخل مصر أو خارجها. يجب التأكيد أن تعزيز وعي المستهلك بأهمية المحافظة على حقوقه وتفادي النصب الإلكتروني لن يتم إلا من خلال وجود إثبات ما لعملية الشراء، خاصة في حالة الدفع النقدي. وجود هذه الفواتير الإلكترونية من شأنها أن تنظم إلى حد كبير عملية دفع الضرائب.

#### ■ ارتباك النظام البريدي

إن النظام البريدي في العالم وارتباط كل عنوان مادي برقم بريدي يجعل تتبع معاملات التجارة الإلكترونية أمرًا سهلًا إلى حد ما، إلا أن مصر نسبيًا لا تتبع هذا الأسلوب، وإن كان

قائماً لبعض الأنشطة التجارية، فإنه ليس قائماً بالنسبة للمواطن العادي، فالسواد الأعظم من المواطنين المصريين لا يملكون معلومات دقيقة عن الرقم البريدي الخاص بهم، وبالتالي لا يتم استخدامه في أي معاملات، بما في ذلك عمليات توريد سلع التجارة الإلكترونية.

#### ■ مقدمو المحتوى الرقمي

سعت مصلحة الضرائب إلى حث مقدمي المحتوى الرقمي على إنشاء ملف ضريبي متى تعدت دخولهم 500 ألف جنيه مصري، لا تتوافر حتى الآن بيانات دقيقة عن عدد هؤلاء داخل مصر، ولكن يمكن التعاون مع المنصات التي تستضيف هؤلاء الأفراد من أجل عمل تصور للأعداد والأرباح المتولدة عن النشاط الخاص بهم. ويقوم عدد من الدول بالتعاون مع المنصات العالمية من أجل تحصيل الضريبة المستحقة.

#### ■ أين يقع الإنترنت!

قد تؤدي حقيقة أنه لا يوجد حقا وجود مادي للإنترنت إلى ارتفاع تكلفة إنفاذ أي سياسة ضريبية.

### القسم السادس: أثر التجارة الإلكترونية على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر (الإطار التطبيقي والتحليل الإحصائي) :

يهتم البحث بالتعرف على دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر خلال الفترة 2010-2022 ولتحقيق الهدف الرئيسي للبحث سوف تتم دراسة أثر حجم التجارة الإلكترونية على كلاً من قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر (كمؤشر للتنمية المستدامة) وذلك خلال الفترة 2010 -2022 وذلك من خلال دراسة تطور كلا من حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر في مصر خلال فترة الدراسة وكذلك دراسة العلاقات القياسية بين المتغير المستقل (حجم التجارة الإلكترونية) والمتغيرات التابعة (قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر) وأيضاً حساب معادلة الانحدار البسيط بين قيمة حجم التجارة الإلكترونية وكلاً من قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة ( 2010 - 2022) لاختبار فروض الدراسة والوصول إلي نتائج وتوصيات.

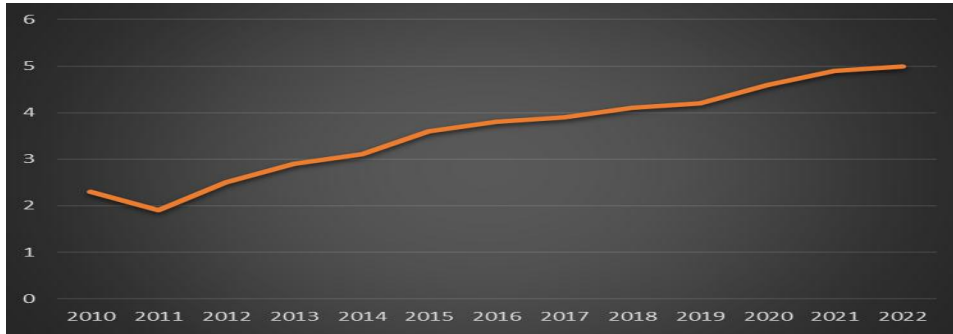
**أولاً: دراسة تطور حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر وذلك خلال الفترة 2010-2022**

### 1- تطور حجم التجارة الإلكترونية:

من دراسة البيانات الواردة في جدول (1) تبين أن حجم التجارة الإلكترونية في مصر خلال الفترة (2010-2022) قد تراوح بين حدين بلغ أدناهما حوالي 1.90 مليار جنيه في عام 2011، وحد أقصى بلغ نحو 5.00 مليار جنيه عام 2022، وقد بلغت قيمة المتوسط السنوي لقيمة حجم التجارة الإلكترونية في مصر خلال فترة الدراسة نحو 3.600 مليار جنيه بمعدل تزايد سنوي بلغ 7.5% خلال فترة الدراسة (2010-2022).

شكل رقم (4)

تطور حجم التجارة الإلكترونية في مصر خلال الفترة 2010-2022



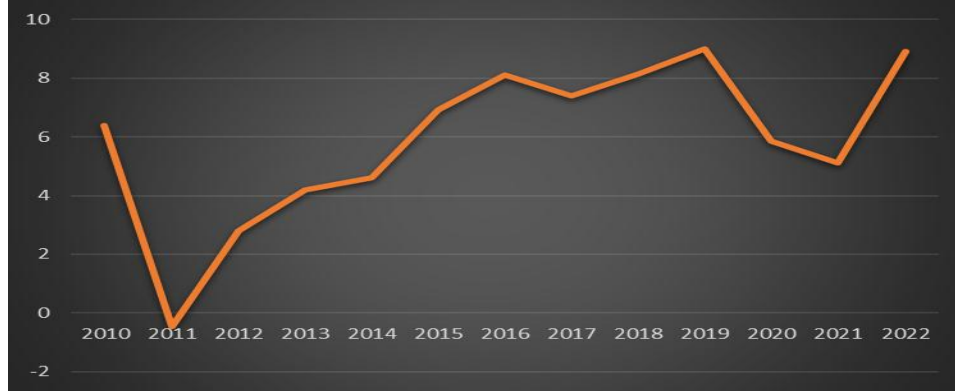
المصدر: البنك الدولي، بيانات مصر خلال الفترة (2010-2022)

### 2- قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر:

من دراسة البيانات الواردة في جدول (1) تبين أن قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010-2022) قد تراوح بين حدين بلغ أدناهما حوالي -0.48 مليار جنيه في عام 2011، وحد أقصى بلغ نحو 9.01 مليار جنيه عام 2019، وقد بلغت قيمة المتوسط السنوي لقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال فترة الدراسة نحو 5.922 مليار جنيه بمعدل تزايد سنوي بلغ 4.3% خلال فترة الدراسة (2010-2022).

### شكل رقم (5)

يوضح تطور قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022



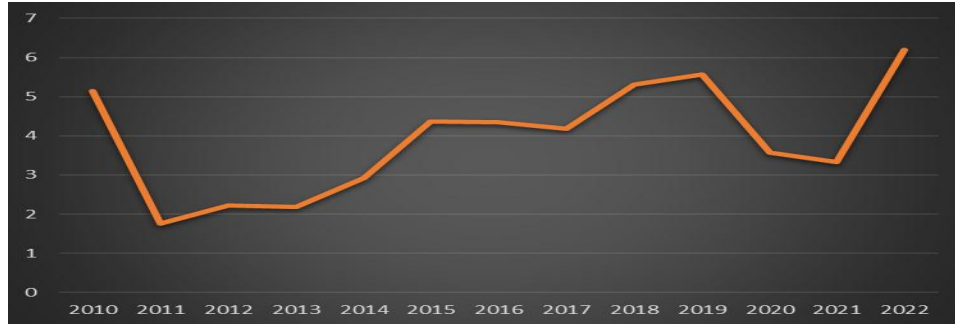
المصدر: البنك الدولي، بيانات مصر خلال الفترة (2010-2022)

### 3- قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي:

من دراسة البيانات الواردة في جدول (1) تبين أن قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010-2022) قد تراوح بين حدين بلغ أدناهما حوالي 1.76 % في عام 2011، وحد أقصى بلغ نحو 6.20 % عام 2022، وقد بلغت قيمة المتوسط السنوي لقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال فترة الدراسة نحو 3.93 % بمعدل تزايد سنوي بلغ 5.6 % خلال فترة الدراسة (2010-2022).

### شكل رقم (6)

يوضح تطور قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022



المصدر: البنك الدولي، بيانات مصر خلال الفترة (2010-2022)

### جدول (1)

يوضح تطور حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر وذلك خلال الفترة 2010-2022

السنوات	حجم التجارة الإلكترونية (مليار جنيه)	قيمة الاستثمار الأجنبي المباشر (مليار جنيه)	معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)
2010	2.3	6.39	5.15
2011	1.9	-0.48	1.76
2012	2.5	2.80	2.23
2013	2.9	4.19	2.19
2014	3.1	4.61	2.92
2015	3.6	6.93	4.37
2016	3.8	8.11	4.35
2017	3.9	7.41	4.18
2018	4.1	8.14	5.31
2019	4.2	9.01	5.56
2020	4.6	5.85	3.57
2021	4.9	5.12	3.33
2022	5.0	8.91	6.2

المصدر: وزارة المالية، البيانات الاقتصادية، 2010-2022، وزارة التجارة، البيانات الاقتصادية، 2010-2022

**ثانياً: دراسة العلاقات القياسية بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022:**

من أجل قياس وتحليل أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 تم حساب العلاقات القياسية بين حجم التجارة الإلكترونية وكلا من (قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي) في مصر خلال فترة الدراسة وتم استخدام مجموعة من الاختبارات القياسية مثل اختبار ديكي - فولر الموسع واختبار السببية واختبار التكامل المشترك لإختبار العلاقة بين المتغيرات، واختبار فترات الابطاء الزمني وكذلك تم استخدام نموذج تصحيح الأخطاء لمعرفة نوع العلاقة بين المتغيرات في الأجل الطويل والقصير باستخدام برنامج E-Views.

1- النموذج القياسي للعلاقة بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي

المباشر:

- اختبار جذر الوحدة: لقياس مدى استقرار متغيرات النموذج تم استخدام اختبار ديكي- فولر المطور (ADF) وتبين من جدول (2) عدم استقرار سلسلة حجم التجارة الإلكترونية (X) عند مستواها وحدث الاستقرار بعد أخذ الفرق الثاني مما يوضح أن السلسلة

متكاملة من الدرجة الثانية وكذلك تبين عدم استقرار سلسلة قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر (Y1) عند مستواها وحدث الاستقرار بعد أخذ الفرق الأول مما يوضح أن السلسلة متكاملة من الدرجة الأولى، ولأن السلسلتين غير متكاملتين عند نفس الدرجة فإنه يمكن استخدام التكامل المشترك لأردل.

جدول (2) اختبار ديكي-فولر المطور للعلاقة بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر

Variables	Level			1 <sup>st</sup> Difference			2 <sup>st</sup> Difference		
	ADF	Sig.	Result	ADF	Sig.	Result	ADF	Sig.	Result
X	2.757	0.996	Stationary No	-0.746	0.365	Stationary No	-5.176	0.000	Stationary
Y1	-0.441	0.502	Stationary	-5.281	0.000	Stationary			

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

■ اختبار السببية (Causality Test): يتضح عدم وجود علاقات سببية ذات اتجاهين أو ذات اتجاه واحد بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر عند مستوى معنوية 0.05

جدول (3) اختبار السببية بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
Y1 does not Granger Cause X	11	0.32752	0.7328
X does not Granger Cause Y1		1.43323	0.3099

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

■ اختبار التكامل المشترك (Bounds Test): يتبين أن ليس هناك تكامل مشترك بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر عند مستوى معنوية 0.05.

جدول (4) اختبار التكامل المشترك بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	2.906970	10%	3.02	3.51
k	1	5%	3.62	4.16
		2.5%	4.18	4.79
		1%	4.94	5.58

Asymptotic: n=1000

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

- اختيار عدد فترات التباطؤ الزمني: يتبين من جدول (5) أن العدد الأمثل لفترات التباطؤ الزمني هو فترة زمنية واحدة لكلاً من المتغير المستقل (حجم التجارة الالكترونية) والمتغير التابع (صافي الاستثمار الأجنبي المباشر).

جدول (5) اختبار فترات التباطؤ الزمنية

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
Y1(-1)	0.207449	0.360290	0.575784	0.5806
X	3.944274	2.856664	1.380728	0.2047
X(-1)	-2.049369	3.270381	-0.626645	0.5484
C	-2.781645	2.438852	-1.140555	0.2870
R-squared	0.627507	Mean dependent var		5.883333
Adjusted R-squared	0.487822	S.D. dependent var		2.820140
S.E. of regression	2.018278	Akaike info criterion		4.503568
Sum squared resid	32.58758	Schwarz criterion		4.665204
Log likelihood	-23.02141	Hannan-Quinn criter.		4.443725
F-statistic	4.492304	Durbin-Watson stat		1.380949
Prob(F-statistic)	0.039660			

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

- نموذج متجهات تصحيح الخطأ في الأجل الطويل والأجل القصير: يوضح جدول (6) أن قيمة معامل تصحيح حد الخطأ بلغت 0.792551 وتبينت المعنوية عند 0.05 أي يوجد تصحيح من المدى القصير للمدى الطويل بسرعه 0.792551 وتوضح معادلة الأجل الطويل وجود أثر للتصحيح في الأجل الطويل لأن X معنوية عند 0.05

جدول (6) نتائج اختبار متجهات تصحيح الخطأ

ECM Regression				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(X)	3.944274	1.570591	2.511332	0.0363
CointEq(-1)*	-0.792551	0.240044	-3.301687	0.0108
R-squared	0.649490	Mean dependent var		0.210000
Adjusted R-squared	0.614439	S.D. dependent var		2.907229
S.E. of regression	1.805203	Akaike info criterion		4.170235
Sum squared resid	32.58758	Schwarz criterion		4.251053
Log likelihood	-23.02141	Hannan-Quinn criter.		4.140313
Durbin-Watson stat	1.380949			
Levels Equation				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X	2.390895	0.868669	2.752366	0.0250
C	-3.509738	3.590872	-0.977406	0.3570

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

2- النموذج القياسي للعلاقة بين حجم التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي:

▪ اختبار جذر الوحدة:

لقياس مدى استقرار متغيرات النموذج تم استخدام اختبار ديكي- فولر المطور (ADF) وتبين من جدول (7) عدم استقرار سلسلة حجم التجارة الالكترونية (X) عند مستواها وحدث الاستقرار بعد أخذ الفرق الثاني مما يوضح أن السلسلة متكاملة من الدرجة الثانية وكذلك تبين عدم استقرار سلسلة قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي (Y2) عند مستواها وحدث الاستقرار بعد أخذ الفرق الاول مما يوضح أن السلسلة متكاملة من الدرجة الاولى، ولأن السلسلتين غير متكاملتين عند نفس الدرجة فإنه يمكن استخدام التكامل المشترك لأردل.

جدول (7) اختبار ديكي - فولر المطور للعلاقة بين حجم التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي

Variables	Level			1 <sup>st</sup> Difference			2 <sup>st</sup> Difference		
	ADF	Sig.	Result	ADF	Sig.	Result	ADF	Sig.	Result
X	2.757	0.996	Stationary No	-.746	0.365	Stationary No	-5.176	0.000	Stationary
Y2	-0.371	0.529	stationary	-2.559	0.017	Stationary			

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

▪ اختبار السببية (Causality Test)

يتضح وجود علاقة سببية ذات اتجاه واحد بين التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي عند مستوى معنوية 0.01 وكان الاتجاه من حجم التجارة الالكترونية الي قيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي

جدول (8) اختبار السببية بين حجم التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي

Y2 does not Granger Cause X	11	0.25630	0.7820
X does not Granger Cause Y2		12.4825	0.0073

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

▪ اختبار التكامل المشترك (Bounds Test)

يتبين أن هناك تكامل مشترك بين التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي عند مستوى معنوية 0.01



جدول (9) اختبار التكامل المشتركين حجم التجارة الالكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	15.04987	10%	3.02	3.51
k	1	5%	3.62	4.16
		2.5%	4.18	4.79
		1%	4.94	5.58

Asymptotic: n=1000

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

اختيار عدد فترات التباطؤ الزمني

يتبين من جدول (10) أن العدد الأمثل لفترات التباطؤ الزمني هو فترتين زمنيتين لكلا من المتغير المستقل (حجم التجارة الالكترونية) والمتغير التابع (قيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي)

جدول (10) اختبار فترات التباطؤ الزمنية

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
Y2(-1)	0.168824	0.199280	0.847169	0.4356
Y2(-2)	-0.897376	0.234363	-3.828995	0.0123
X	-2.216512	1.488622	-1.488969	0.1967
X(-1)	-0.754190	1.552173	-0.485893	0.6476
X(-2)	4.466454	1.094364	4.081323	0.0095
C	3.110867	1.258137	2.472598	0.0564
R-squared	0.913284	Mean dependent var		4.019091
Adjusted R-squared	0.826568	S.D. dependent var		1.322373
S.E. of regression	0.550704	Akaike info criterion		1.947213
Sum squared resid	1.516374	Schwarz criterion		2.164247
Log likelihood	-4.709671	Hannan-Quinn criter.		1.810404
F-statistic	10.53191	Durbin-Watson stat		2.692743
Prob(F-statistic)	0.010931			

المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12

نموذج متجهات تصحيح الخطأ في الأجل الطويل والأجل القصير:

يوضح جدول (11) أن قيمة معامل تصحيح حد الخطأ بلغت 1.728552 وتبينت المعنوية عند 0.01 أي يوجد تصحيح من المدى القصير للمدى الطويل بسرعه 1.728552 وتوضح معادلة الأجل الطويل وجود أثر للتصحيح في الأجل الطويل لأن X معنوية عند 0.01

**جدول (11) نتائج اختبار متجهات تصحيح الخطأ**

ECM Regression				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(Y2(-1))	0.897376	0.192689	4.657129	0.0055
D(X)	-2.216512	0.650372	-3.408069	0.0191
D(X(-1))	-4.466454	0.889905	-5.019021	0.0040
CointEq(-1)*	-1.728552	0.217416	-7.950436	0.0005
R-squared	0.896768	Mean dependent var		0.403636
Adjusted R-squared	0.852526	S.D. dependent var		1.211984
S.E. of regression	0.465430	Akaike info criterion		1.583577
Sum squared resid	1.516374	Schwarz criterion		1.728266
Log likelihood	-4.709671	Hannan-Quinn criter.		1.492370
Durbin-Watson stat	2.692743			
Levels Equation				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X	0.865320	0.147849	5.852744	0.0021
C	1.799695	0.741644	2.426630	0.0596

**المصدر: نتائج حسابات برنامج E-views12**

**ثالثاً: أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022:**

وللتعرف على تأثير حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 ولاختبار فروض الدراسة تم حساب معادلة الانحدار البسيط بين قيمة حجم التجارة الإلكترونية (المتغير المستقل) وكلاً من قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر (المتغيرات التابعة) خلال الفترة (2010-2022):

**أولاً: أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022:**

اتضح معنوية النموذج حيث كانت قيمة F ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022 عند مستوي 0.01 مما يبين صحة الفرض الأول للدراسة والذي ينص على إنه يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار

الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010 – 2022) وتبين ان المتغير المستقل يفسر 48.4 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع بينما ترجع باقي التغيرات لمتغيرات اخري لم تدخل في النموذج ويتضح وجود تأثير طردلي لمستوي حجم التجارة الالكترونية على قيمة صافي الاستثمار الاجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010 -2022 واتضح وجود علاقة طردية قوية بين مستوي حجم التجارة الالكترونية ومستوي صافي الاستثمار الاجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010 - 2022 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.696 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الالكترونية في مصر بمقدار 1 % ازدادت قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر بمقدار 1.887%.

جدول (12) أثر حجم التجارة الالكترونية على قيمة صافي الاستثمار الاجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010 -2022-

الفرض	b	T	F	R <sup>2</sup>	r	P-VALUE
الأول	1.887	**3.211	**10.310	0.484	0.696	0.008

\*\* ذات دلالة احصائية عند 0.01

ثانياً: أثر حجم التجارة الالكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 -2022:

اتضح معنوية النموذج حيث كانت قيمة F ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 -2022 عند مستوي 0.05 مما يبين صحة الفرض الثاني للدراسة والذي ينص على إنه يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010 – 2022) وتبين أن المتغير المستقل يفسر 32.3 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع بينما ترجع باقي التغيرات لمتغيرات أخري لم تدخل في النموذج ويتضح وجود تأثير طردلي لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 -2022 واتضح وجود علاقة طردية قوية بين مستوي حجم التجارة الإلكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 -2022 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.568 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1 % ازدادت قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر بمقدار 0.802%.

جدول (13) أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال

الفترة 2010-2022

الفرض	B	T	F	R <sup>2</sup>	R	P-VALUE
الثاني	0.802	*2.289	*5.239	0.323	0.568	0.043

\* ذات دلالة احصائية عند 0.05

### استنتاجات الدراسة:

1. يتضح عدم وجود علاقات سببية ذات اتجاهين أو ذات اتجاه واحد بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر عند مستوى معنوية 0.05
2. يتبين أن ليس هناك تكامل مشترك بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر عند مستوى معنوية 0.05
3. يتضح وجود علاقة سببية ذات اتجاه واحد بين التجارة الإلكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي عند مستوى معنوية 0.01 وكان الاتجاه من حجم التجارة الإلكترونية الي قيمة معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي
4. يتبين أن هناك تكامل مشترك بين حجم التجارة الإلكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي عند مستوى معنوية 0.01
5. وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022 عند مستوي 0.01 مما يبين صحة الفرض الأول للدراسة والذي ينص على إنه يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة (2010 – 2022) واتضح وجود علاقة طردية قوية بين مستوي حجم التجارة الإلكترونية ومستوي صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.696 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1 % ازدادت قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر بمقدار 1.887%.
6. وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 عند مستوى 0.05 مما يبين صحة الفرض الثاني للدراسة والذي ينص على إنه يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لحجم

التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة (2010 – 2022) واتضح وجود علاقة طردية قوية بين مستوي حجم التجارة الإلكترونية وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.568 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1 % ازدادت قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر بمقدار 0.802%.

### التوصيات:

1. ضرورة العمل على الاهتمام بتحقيق الاستفادة المثلى من التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية الاقتصادية وذلك من خلال توفير الإمكانيات والاحتياجات للمشروعات والشركات الحكومية والخاصة التي تساعد على تنفيذ التجارة الإلكترونية بكفاءة وفاعلية
2. الاهتمام بتوفير البرامج والدورات التدريبية للأفراد من أجل زيادة قدراتهم وامكانياتهم في التعامل مع التجارة الإلكترونية ومع تكنولوجيا المعلومات الحديثة
3. الاهتمام بتوفير الأساليب والوسائل التي تساهم في تشجيع الشركات والمشروعات على استخدام التجارة الإلكترونية في كافة تعاملاتها مع العملاء
4. الاهتمام بتوفير المناخ والبيئة المناسبة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتهيئة الظروف التي تساهم في تذليل كافة المعوقات والتخلص من العوامل التي تعيق عملية الاستثمار المحلي والأجنبي.
5. العمل على اجراء المزيد من الدراسات والأبحاث التي يمكن من خلالها التعرف على أهم العوامل المؤثرة على حجم التجارة الإلكترونية وكيفية زيادتها وتحقيق أفضل استفادة ممكنة منها وكذلك الأبحاث والدراسات المتعلقة بالتعرف على العوامل المؤثرة على الاستثمار الأجنبي المباشر لتوفير البيئة المناسبة لجذبه وتحقيق التنمية المستدامة التي تسعى مصر إلي الوصول إليها وفق رؤية 2030.

## المراجع العربية

1. النعيمي، قاسم (2009): الحكومة الالكترونية في دول الخليج، دراسة متطلبات وجاهزية ومعوقات التجربة، مكتبة الوفاء القانونية، السعودية.
2. محمد، حامدي (2008): واقع التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة.
3. ذبيح، أمال. (2021). الشراكة الاستراتيجية كخيار لنقل التكنولوجيا بين المؤسسات: دراسة حالة مؤسسة "Bomare Company". مجلة البشائر الاقتصادية، 7، 2، 269 - 28.
4. سعدي، جعفر. (2019). أهمية الشراكة الاستراتيجية في تحسين أداء الاقتصادي في مجمع صيدال. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، 15، 51 - 72.
5. الندوي، محسن. (2016). أهمية الشراكة الإستراتيجية بين المغرب ومجلس التعاون الخليجي. مجلة دراسات وأبحاث، 23، 227 - 241.
6. اللبان، طارق: مدخل للتسوية والتجارة الالكترونية وزارة التعليم العالي، الأكاديمية المدنية بالقاهرة.
7. سويفي، عبدالقادر (2008): التجارة الخارجية، معهد البحوث والدراسات العربية.
8. عولمي، بسمة. (2017). الشراكة الأجنبية الجزائرية وتأثيراتها على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر: دراسة قياسية. مجلة العلوم الانسانية، 46، 117 - 130.
9. عطية، فاطمة. (2019). الاستثمار والشراكة بين القطاع العام والخاص وأثارها على الموازنة العامة للدولة: دراسة تطبيقية على الاقتصاد السعودي. المجلة المصرية للدراسات التجارية، 43، 2، 92 - 126.
10. ناصري، نفيسة. (2020). انعكاسات اتفاق الشراكة الأوروبية على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الجزائر. مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، 4، 2، 20 - 40.
11. بن عبيد، فريد. (2020). الشراكة والاستثمار الأجنبي في القارة الإفريقية: دراسة حالة الإمارات: شركة موانئ دبي العالمية. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 9، 5، 203 - 222.
12. السيدية، موفق، والشكرجي بشار. (2009). كلف الاستثمار الأجنبي المباشر ومنافعه الرئيسية: دراسة تحليلية نظرية. تنمية الرافدين، 93(31)، 225-245.
13. العرباوي، منال. (2021). فعالية السياسات المالية والنقدية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر: دراسة حالة الجزائر (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة جيلالي ليايس، الجزائر.

14. بداش، بوبكر. (2016). تحليل وتقييم أثر جاذبية الاستثمار وحماية المستثمر على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر وعلى بيئة الأعمال في الدول العربية. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، 1، 1، 40 - 50.
15. حسين، معاوية. (2014). الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره على النمو والتكامل الاقتصادي بمجلس التعاون لدول الخليج العربية. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، 28(2)، 103-150.
16. خضر، حسان. (2004). الاستثمار الأجنبي المباشر، مجلة سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 33، الكويت، ص 4.
17. راضي، محمد، وشكر، محمد. (2020). دور الحوكمة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر الى مصر باستخدام نموذج الجاذبية. مجلة البحوث المالية والتجارية، 21(2)، 84-111.
18. كافي، مصطفى، التجارة الإلكترونية (2010). دمشق: دار ومؤسسة رسلان، ص 8.
19. أبو القاسم، محمد، التسويق عبر الانترنت، القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، 2000، ص 18.
20. حديدي، أمنة. (2021). استراتيجية الشراكة بين القطاعين العام والخاص لاستغلال الأماكن السياحية: مشروع تطوير الواجهة البحرية للميناء السياحي السلطان قابوس. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 14، 2، 136 - 161.
21. الأونكتاد. (2019). تقرير التجارة والتنمية 2019: تمويل صفقة عالمية خضراء جديدة. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (عدد سبتمبر).
22. منظمة التجارة العالمية. (1996، 9 أكتوبر). التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر. [www.wto.org/english/newse/pres96e/pr057e.htm](http://www.wto.org/english/newse/pres96e/pr057e.htm)

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

23. Cheng, M. (2021). Investment Evaluation and Partnership Selection Model in the Offshore Wind Power Underwater Foundations Industry. Journal of Marine Science and Engineering, 9(12), 1371.
24. Roszko-Wójtowicz. (2021). Multi-dimensional analysis of regional investment attractiveness in Poland. Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy, 16(1), 103-138.
25. Ali M. S. B., Mdhillat M. (2015). Does corruption impede international trade? New evidence from the EU and the MENA countries. Journal of Economic Cooperation and Development, 36(4), 107–120.

- 26.** Fonseca M., Passos J. (2016). Outward FDI and sustainable trade balance path: Evidence from Portuguese (Working Paper CEsA CSG, 138). CEsA.
- 27.** Le T. (2017). Does economic distance affect the flows of trade and foreign direct investment? Evidence from. *Cogent Economics & Finance*, 37, 1–14.
- 28.** Markusen J. R. (1984). Multinationals, multi-plant economies, and the gains from trade. *Journal of International Economics*, 16(3–4), 205–226.
- 29.** Savicheva, E. (2022). China and Gulf Cooperation Council Countries: From Economic Deals to Strategic Partnerships. *Vestnik RUDN. International Relations*, 22(1), 180-196.
- 30.** Lei, Y. (2022). China-Pacific Island Countries Strategic Partnership: China's Strategy to Reshape the Regional Order. *East Asia*, 39(1), 81-96.



**Summary:**

The research aimed to identify the impact of the volume of electronic commerce on the value of net foreign direct investment and the value of the GDP growth rate in Egypt during the period 2010-2022. It has a statistical significance for the level of the volume of electronic commerce on the value of the growth rate of the gross domestic product in Egypt during the period 2010. It was found that the higher the average level of the volume of electronic commerce in Egypt by 1%, the value of the growth rate of the gross domestic product in Egypt increased by 0.802%. And projects to use electronic commerce in all its dealings with customers, with interest in providing the appropriate climate and environment to attract foreign direct investment and creating conditions that contribute to overcoming all obstacles and getting rid of factors that hinder the process of domestic and foreign investment.

**key words:**

**the concept of electronic commerce - types of electronic commerce - economic development - investment attraction - foreign direct investment - GDP growth rate - investment attractiveness - local investment - business sector - strategic partnership**