Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

THE ROLE OF THE WORLD TRADE ORGANIZATION IN SHAPING THE LANDSCAPE OF E-COMMERCE

Wisam Ahmed Asker Taha 1
Raad Abdulhay Ibrahim Khalaf Al-ramli 2
1, Business Management Techniques Dep., Al-Hawija Technical College, Northern Technical University
Email: wesamasker_hwj@ntu.edu.iq
2, Ashur Dep., General Directorate of Education of Salah al-Din, Ministry of Education
E-mail: raadabdulhay6@gmail.com

Abstract
The World Trade Organization (WTO) has emerged as a key governing force and structure for international trade, especially in cyberspace. Since its founding in 1995, the organization has been dedicated to promoting fair, equitable trade as well as developing uniform rules for its member countries. With the global technological advancement, e-commerce has become a vital part of today's economy. The study shows tremendous growth in the global e-commerce industry, with e-commerce sales growing from $250 billion in 2005 to $6.42 trillion by 2025—representing a compound annual growth rate (CAGR) of 17.6%. This trend reflects the shifts towards digitization in the global economy. Based on this perspective, the study encourages governments to reform digital policies, improve the quality of telecommunications infrastructure, introduce digital tax policies, and support small firms in the digital transformation process. Moreover, it advises the private sector to invest in new digital technologies, establish hybrid (Phygital) business models and strengthen data protection as well as cybersecurity measures.

Keywords: World Trade Organization (WTO), E-commerce, digital economy.

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

دور منظمة التجارة العالمية في التأثير على التجارة الالكترونية

وسام احمد عسكر طه[1]

رعد عبد الحي إبراهيم خلف الرملي[2]

1، الكلية التقنية/ الحويجة، الجامعة التقنية الشمالية.

2، قسم تربية آشور، المديرية العامة للتربية في صلاح الدين، وزارة التربية.

الخلاصة:

تعد منظمة التجارة العالمية من أهم المنظمات الدولية التي تلعب دورًا هامًا في تنظيم وتسهيل التجارة العالمية، بما في ذلك التجارة الإلكترونية. منذ تأسيسها في عام 1995، عملت المنظمة على تعزيز التجارة الحرة والشفافة، وتقديم إطار قانوني وتنظيمي موحد للدول الأعضاء، في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة التي يشهدها العالم، أصبحت التجارة الإلكترونية تلعب دورًا متزايد الأهمية في الاقتصاد العالمي، توصلت الدراسة نمو هائل في حجم التجارة الإلكترونية عالميًا، ارتفع حجم التجارة عبر الإنترنت من 250 مليار دولار عام 2005 إلى 6.42 تريليون دولار عام 2025، أي بمعدل نمو سنوي مركب يقارب 17.6%، مما يعكس تحولاً جذرياً في هيكل الاقتصاد العالمي نحو الرقمنة، توصي الدراسة الى ان مستوى الحكومات تحديث التشريعات الرقمية وتطوير البنية التحتية للإنترنت وفرض نظام ضريبي رقمي عادل ودعم المؤسسات الصغيرة في التحول الرقمي، وعلى مستوى القطاع الخاص الاستثمار في الابتكار والمنصات الرقمية والدمج بين التجارة التقليدية والإلكترونية وتعزيز الأمن السيبراني وحماية البيانات.

الكلمات المفتاحية: منظمة التجارة العالمية، التجارة الالكترونية، الاقتصاد الرقمي.

المقدمة

تُعد منظمة التجارة العالمية (WTO) مؤسسةً محوريةً لعبت دوراً هاماً في تنظيم وتيسير التجارة الدولية – بما في ذلك التجارة الإلكترونية – منذ تأسيسها عام 1995. وقد عملت المنظمة على تعزيز التجارة الحرة والشفافة من خلال فرض قواعد مشتركة على الدول الأعضاء فيها. وفي ظل التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءاً مهماً من الاقتصاد العالمي. وتكمن أهمية منظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية في توفير القواعد واللوائح التي تُمكّن الدول الأعضاء من تنظيم وتيسير هذا القطاع، فضلاً عن تعزيز الشفافية والثقة فيه. وبالإضافة

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

إلى ذلك، تتصدى المنظمة للتحديات التجارية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وتقدم المساعدة الفنية والدعم للدول الأعضاء لتعزيز قدراتها في هذا المجال. وفي هذا السياق، يهدف دور منظمة التجارة العالمية في مجال التجارة الإلكترونية إلى تحقيق جملة من الأهداف، تشمل تعزيز التجارة الحرة، وتيسير التجارة الإلكترونية، وزيادة نزاهة الأسواق وتعزيز الثقة في هذا النوع من التجارة. ومن خلال هذه الجهود، تساهم المنظمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول الأعضاء وتدعم النمو الاقتصادي العالمي.

مشكلة البحث

هناك الكثير من الآراء حول تأثير منظمة التجارة العالمية على التجارة الكترونية، منها ما يراه محفز والأخر يرى انه غير محفز والأخر يوضح عدم وجود تأثير، وهذا يعتمد على المدة الزمنية وعلى مستوى التطور في الدولة والحالة الاقتصادية في البلد.

اهمية البحث

تكمن اهمية البحث من خلال دراسة منظمة التجارة العالمية ودورها في دعم النشاط التجارة الكترونية، وتأثير ذلك على المتغيرات الاقتصادية المكونة للاقتصاد البلدان قيد الدراسة ومنها الناتج المحلي الاجمالي.

فرضية البحث

ينطلق البحث من فرضية مقدارها وجود علاقة طردية بين إجراءات المنظمة التجارة العالمية والتجارة الكترونية في بلدان قيد الدراسة.

هدف البحث

يهدف البحث:

1- دراسة النظرية للمنظمة التجارة العالمية.
2- دراسة النظرية للتجارة الكترونية.
3- دراسة العلاقة بين منظمة التجارة العالمية والتجارة الكترونية.

منهج البحث

بالنظر الى طبيعة موضوع الدراسة فأن المنهج المتبع هو: -

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

- المنهج الوصفي: – حيث تقوم بوصف ودراسة مختلف المفاهيم التي تتعلق بالإنفاق والنمو الاقتصادي.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي في الجانب النظري ومن ثم استخدم الاسلوب القياسي في الجانب التطبيقي معتمداً على بعض الاختبارات الاحصائية والقياسية للوصول الى النتائج.

حدود البحث

ـ الحدود المكانية: دراسة العلاقة بين منظمة التجارة العالمية والتجارة الكترونية في بلدان قيد الدراسة.

ـ الحدود الزمانية: كانت حدود الدراسة (2021–2022).

المبحث الأول: الإطار النظري والمفاهيمي لمنظمة التجارة العالمية:

اولاً: منظمة التجارة العالمية WTO:

منظمة التجارة العالمية لها عدة تعاريف، اهمها ان المنظمة العالمية للتجارة هي منظمة ذات صفة قانونية مستقلة وهي تمثل الإطار التنظيمي والمؤسسي الذي يحتوي كافة الاتفاقات التي اسفرت عنها مفاوضات جولة الارغواي. تُعرَّف أيضاً بأنها منظمة اقتصادية عالمية تتمتع بشخصية قانونية مستقلة، وتعمل في إطار النظام الاقتصادي العالمي الجديد بهدف إدارة النظام التجاري الدولي وتوطيده وتعزيزه، لا سيما فيما يتعلق بتحرير التجارة وتوسيع نطاق التبادل الدولي والنشاط الاقتصادي العالمي. وهي تقف على قدم المساواة مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي في صياغة وتوجيه السياسات الاقتصادية الدولية التي تؤثر على مختلف الأطراف المعنية عالمياً، سعياً نحو إدارة أكثر كفاءة وفعالية للنظام الاقتصادي العالمي. ومن منظور آخر، يُنظر إليها كمؤسسة مستقلة مالياً وإدارياً – تعمل خارج مظلة الأمم المتحدة – أو كمنظمة دولية مكرسة للتجارة الحرة العالمية؛ إذ تعمل على تيسير حركة السلع والخدمات والأفراد عبر الحدود – وما يرافق ذلك من آثار اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية وبيئية – فضلاً عن حماية حقوق الملكية الفكرية. وهناك وجهة نظر أخرى تصفها بأنها منظمة اقتصادية دولية تمتلك سلطة قانونية مستمدة من اتفاقية تأسيسها؛ وتمنحها هذه السلطة صلاحية وضع القواعد والمبادئ التي تحكم السياسات التجارية للدول الأعضاء، واتخاذ التدابير، وإصدار التوصيات أو القرارات الملزمة بشأن تجارة السلع والخدمات. تتخذ المنظمة من جنيف بسويسرا مقراً لها، وتُعد أحدث المنظمات العالمية نشأةً (حيث تأسست عام 1995)، وتتمثل مهمتها الأساسية في ضمان تدفق التجارة العالمية بأكبر قدر ممكن من السلاسة والحرية. وقد أُنشئت المنظمة عقب اختتام "جولة أوروغواي"، لتخلف بذلك "الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة" (الجات) (خليل: 2009، 55).

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ثانياً: مبادئ المنظمة:

تُعد منظمة التجارة العالمية (WTO) منظمة دولية يقع مقرها الرئيسي في جنيف بسويسرا. وتتمثل مهمتها الأساسية في ضمان تدفق التجارة بأكبر قدر ممكن من السلاسة والحرية والقدرة على التنبؤ؛ وهي المنظمة العالمية الوحيدة التي تعنى بالقواعد الدولية للتجارة بين الدول. تضم المنظمة 152 دولة عضواً وتعمل وفقاً لعدة مبادئ رئيسية، أبرزها (حسين، 2006: 16):

1 .مبدأ عدم التمييز: ويقتضي هذا المبدأ عدم التمييز بين الدول الأعضاء أو منح معاملة تفضيلية لدولة ما على حساب دول أخرى، مما يضمن تنافس جميع الدول الأعضاء في اتفاقية "الجات (GATT) "على قدم المساواة في الأسواق العالمية.

2 .مبدأ الشفافية: ويشير هذا المبدأ إلى الاعتماد على التعريفات الجمركية بدلاً من القيود الكمية التي تفتقر إلى الشفافية. إذ ينبغي تحديد التعريفات الجمركية بوضوح؛ وفي حال دعت الحاجة إلى تنظيم التجارة –على سبيل المثال، لحماية الصناعة الوطنية أو معالجة عجز في ميزان المدفوعات– يتعين على الدول اللجوء إلى سياسات التسعير والتعريفات الجمركية.

3. تجنب القيود الكمية: ينبغي على الدول تجنب تدابير مثل الحصص (حصص الاستيراد) لصالح التعريفات الجمركية؛ وذلك لأن التدابير القائمة على السعر تتيح قياس مستوى الحماية أو الدعم الممنوح للمنتجات المحلية بسهولة أكبر.

4. مبدأ المفاوضات التجارية: يرسخ هذا المبدأ دور منظمة التجارة العالمية كإطار تفاوضي ملائم لتطبيق القواعد وتسوية المنازعات.

5. مبدأ المعاملة التجارية التفضيلية: يتضمن هذا المبدأ منح الدول النامية علاقات تجارية تفضيلية مع الدول المتقدمة، بهدف دعم خطط التنمية الاقتصادية لتلك الدول النامية وزيادة إيراداتها من العملات الأجنبية. 6. مبدأ المعاملة بالمثل: يقتضي هذا المبدأ من الدول الأعضاء تحرير التجارة العالمية من خلال إزالة القيود أو تخفيفها. ومع ذلك، يجب أن يتم ذلك في إطار مفاوضات متعددة الأطراف قائمة على مبدأ المعاملة بالمثل؛ أي أن أي خفض في الحواجز الجمركية أو غير الجمركية من جانب دولة ما يجب أن يقابله خفض ذو قيمة مكافئة من الجانب الآخر. ويضمن هذا الأمر توازن المصالح لكل دولة؛ وتصبح نتائج هذه المفاوضات ملزمة لجميع الدول المشاركة، ولا يجوز إجراء أي تعديلات إضافية دون الدخول في مفاوضات جديدة.

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ثالثاً: أدوات منظمة التجارة العالمية في مجال التجارة الالكترونية:

1. مبادرة التجارة الإلكترونية:

انطلقت عام 1998 خلال المؤتمر الوزاري الثاني في جنيف. الهدف منها دراسة العلاقة بين التجارة الإلكترونية والقواعد التجارية الدولية. تشارك فيه جميع مجالس وهيئات المنظمة (مجلس السلع، الخدمات، الملكية الفكرية، التجارة والتنمية). يناقش قضايا مثل التعريفات الجمركية على المنتجات الرقمية، حماية البيانات، والثقة الإلكترونية (مرسي: 2001،23)

2. اتفاقية عدم فرض الرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية:

بدأت عام 1998 وتجدد في كل مؤتمر وزاري. المضمون: الدول الأعضاء تتعهد بعدم فرض رسوم جمركية على المعاملات أو الإرساليات الإلكترونية (مثل تنزيل البرامج أو الموسيقى عبر الإنترنت).

البيانات الرقمية: تم تمديد العمل بها في المؤتمر الوزاري الثالث عشر (أبو ظبي 2024) حتى المؤتمر المقبل. تغطي أكثر من 98% من التجارة الإلكترونية العابرة للحدود بين أعضاء المنظمة. (جمعة:2023،122)

3. اتفاقية تكنولوجيا المعلومات:

إزالة الرسوم الجمركية عن منتجات تكنولوجيا المعلومات الأساسية التي تمكّن التجارة الإلكترونية (مثل الحواسيب، الخوادم، الشرائح الإلكترونية). موقعة من أكثر من 80 عضوًا تمثل نحو 97% من تجارة العالم في هذه المنتجات. ساهمت في خفض كلفة البنية التحتية الرقمية بنسبة 30–50% في الدول المشاركة. (حسين:2006،16)

4. اتفاقية الجات (GATT) واتفاقية الخدمات (GATS)

اهداف اتفاقية الجات: تتيح تطبيق مبادئ الشفافية وعدم التمييز على التجارة الإلكترونية في السلع الرقمية. تنظم التجارة الإلكترونية في قطاع الخدمات (مثل الحوسبة السحابية، التسويق الإلكتروني، البرمجة عبر الإنترنت). نحو 60% من التجارة الإلكترونية العالمية تقع ضمن أنشطة خدماتية تغطيها GATS. (خليل: 2009،55).

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

المبحث الثاني: علاقة منظمة الجارة العالمية بالتجارة الكترونية:

الأول: ماهية التجارة الالكترونية.

تعد التجارة الالكترونية من الظواهر الحديثة والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول الى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد. (البرغوثي:)2020،14

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية.

في الواقع، لا يوجد حتى الآن تعريف واحد للتجارة الإلكترونية متفق عليه عالمياً، وذلك نظراً لتعدد الجهات والمنظمات التي تضع تعريفات لها. وفيما يلي نستعرض بعضاً من هذه التعريفات (الجوهري، 2020: 77):

1. وفقاً لمنظمة التجارة العالمية (WTO):

تُعرِّف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها أنشطة إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع أو تسليم السلع والخدمات للمشتري عبر الوسائط الإلكترونية.

2. وفقاً لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):

تشير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إلى أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال تبادل المعلومات التجارية بين الشركات والأفراد القائمة على التبادل الإلكتروني – سواء كان مكتوباً أو مرئياً أو مسموعاً. كما تغطي المنظمة تداعيات تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً، فضلاً عن تأثير هذا التبادل على المؤسسات والعمليات التي تدعم الأنشطة التجارية وتحكمها.

3. وفقاً لمنتدى التعاون الاقتصادي لدول آسيا والمحيط الهادئ (APEC):

يُعرِّف منتدى (APEC) التجارة الإلكترونية بأنها أي شكل من أشكال المعاملات التجارية التي تتضمن سلعاً وخدمات، حيث تتفاعل الأطراف إلكترونياً – سواء كان ذلك بين أفراد، أو بين فرد وحاسوب، أو بين الحواسيب وبعضها البعض.

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية وأهميتها:

1. خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي يمكن إبرازها على النحو التالي (البرغوثي، 2020: 13):

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

أ. الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية: تتسم أنشطة التجارة الإلكترونية بطابع عالمي يتجاوز الحدود المكانية أو الجغرافية؛ فالشركة التي تقدم سلعاً أو خدمات عبر الإنترنت لا تحتاج بالضرورة إلى الانتقال الفعلي إلى منطقة جغرافية محددة، إذ يتيح إنشاء موقع تجاري إلكتروني للشركة –حتى وإن كانت صغيرة– اختراق الأسواق والوصول إلى مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم.

ب. غياب المعاملات الورقية في عمليات التجارة الإلكترونية: تتم المعاملة التجارية بالكامل –بدءاً من مفاوضات الشراء والتعاقد ووصولاً إلى الدفع والاستلام الإلكتروني للسلع– دون تبادل أي مستندات ورقية. وهذا يدعم هدف التجارة الإلكترونية المتمثل في خلق مجتمع خالٍ من الورق؛ وبناءً على ذلك، سنّت المنظمات الدولية والحكومات المختلفة قوانين محددة للتجارة الإلكترونية لإضفاء الصفة القانونية على المستندات والعقود والمراسلات وعمليات الدفع الإلكترونية (زيدان، 2020: 23).

ج. عدم الكشف عن هوية الأطراف: غالباً ما تتم معاملات التجارة الإلكترونية بين أطراف تفصل بينهم آلاف الأميال ومناطق زمنية مختلفة. وقد يؤدي نقص المعلومات الكافية عن الأطراف المعنية إلى عواقب سلبية، مثل تقديم معلومات كاذبة، أو استخدام بطاقات ائتمان مسروقة، أو إساءة استخدام البيانات أثناء إتمام المعاملة. وتثير هذه المسائل مخاوف تتعلق بالخصوصية وسرية البيانات؛ ومع ذلك، فإن التطورات في التكنولوجيا الحديثة ستضمن حتماً الأمن والموثوقية والسلامة والمصداقية في المعاملات التجارية عبر الإنترنت (سليمان، 2021: 43).

المطلب الثالث: واقع التجارة الالكترونية:

اولاً: مستخدمين الانترنيت في العالم الأرقام مأخوذة من الجدول (1) لعام 2021 :

إجمالي سكان العالم(7,838,008,158)إجمالي مستخدمي الإنترنت في العالم: 4,949,868,338 ← معدل اختراق عالمي = 63.2% وحسب المناطق:

آسيا السكان: 4,309,503,789 (55.0% من سكان العالم، مستخدمو الإنترنت: 2,563,503,922معدل الاختراق (Users/Population): 59.5% حصة من مستخدمي الإنترنت عالميًا: 51.8%، اما أفريقيا السكان: 1,357,198,684 (17.3%) مستخدمو الإنترنت: 633,856,924 معدل الاختراق: 46.7% حصة من مستخدمي الإنترنت عالميًا: 12.8%، اما أوروبا السكان: 835,700,837 (10.7%) مستخدمو الإنترنت: 727,848,547 معدل الاختراق: 87.1% حصة من مستخدمي الإنترنت عالميًا: 14.7%، اما أمريكا الشمالية السكان: 370,146,066 (4.7%) مستخدمو الإنترنت: 332,910,868 معدل الاختراق: 89.9% حصة من المستخدمين: 6.7%، اما أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي السكان:

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

658,382,700 (8.4%) مستخدمو الإنترنت: 477,824,732 معدل الاختراق: 72.6% حصة من المستخدمين: 9.7%، اما الشرق الأوسط السكان: 263,933,993 (3.4%) مستخدمو الإنترنت: 184,856,813 معدل الاختراق: 70.0% حصة من المستخدمين: 3.7%، اما أستراليا وأوقيانوسيا السكان: 43,138,089 (0.6%) مستخدمو الإنترنت: 29,066,532 معدل الاختراق: 67.4% حصة من المستخدمين: 0.6%

2) مؤشرات مقارنة سريعة (فجوات واحتياجات رقمية: أحسب كم عدد المستخدمين الإضافيين الذين سيجعلون كل منطقة تساوي متوسط الاختراق العالمي 63.2%) أفريقيا: تحتاج تقريبًا 223,892,644 مستخدمًا إضافيًا لتصل إلى معدل اختراق 63.2% (أي فجوة كبيرة). آسيا: تحتاج ≈ 160,102,473 مستخدمًا إضافيًا للوصول إلى 63.2%.

أوروبا: لديها فائض مقابل المتوسط؛ عدد المستخدمين يفوق ما يلزم لمعدل 63.2% بنحو 98,978,554 (أي أوروبا متقدّمة كثيرًا على المتوسط). أمريكا الشمالية: فائض بنحو 98,978,554 (نسبة اختراق مرتفعة 89.9%). أمريكا اللاتينية: لديها أداء أفضل من المتوسط (اختراق 72.6%) — ليست بحاجة إلى زيادات كبيرة بالنسبة لمتوسط العالم. الشرق الأوسط: أعلى قليلًا من المتوسط (70.0%). أستراليا/أوقيانوسيا: قريب من المتوسط أو أعلى قليلاً (67.4%).

مستخدمي الانترنت في العالم للسنة 2021

مناطق العالم	عدد السكان	النسبة من سكان العالم	عدد مستخدمي الانترنت	نسبة الاختراق من عدد السكان	نسبة استخدام الانترنت العالمية
افريقيا	1,357,198,684	%17.3	633,856,924	%46.7	%12.8
اسيا	4,309,503,789	%55.0	2,563,503,922	%59.5	%51.8
اوربا	835,700,837	%10.7	727,848,547	%87.1	%14.7
أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي	658,382,700	%8.4	477,824,732	%72.6	%9.7
الشرق الأوسط	263,933,993	%3.4	184,856,813	%70.0	%3.7
أمريكا الشمالية	370,146,066	%4.7	332,910,868	%89.9	%6.7
استراليا واوقيانوسيا	43,138,089	%0.6	29,066,532	%67.4	%0.6
مجموع العالم	7,838,008,158	%100	4,949,868,338	%63.2	%100

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

المصدر: من اعداد الباحث

ثانياً: مستخدمي الانترنت عام 2024

الإنترنت في 2024 يمثل بالفعل بنية أساسية اقتصادية عالمية: أكثر من ثلثي سكان العالم متصلون. لكن التوزيع غير المتكافئ حيث آسيا تهيمن عددياً وأمريكا الشمالية قريبة من التشبع بينما مناطق أخرى أقل اختراقاً يعني أن السياسات الاستثمارية والتركيز على البنية التحتية والمهارات والحوكمة الرقمية ضرورية لتحويل الانتشار الرقمي إلى نمو اقتصادي شامل ومستدام. الدعم المستهدف للبلدان والمناطق ذات الاختراق المنخفض سيؤدي إلى فوائد اقتصادية واجتماعية كبيرة ويمدّ سوق الرقميات العالمي بفرص نمو جديدة. 1. ملخّص رقمي سريع سكان العالم: 8,438,094,001

مستخدمو الإنترنت عالمياً: 5,658,680,956) نسبة اختراق إجمالية 67.1% من السكان.

أكبر حصص المستخدمين حسب المنطقة: آسيا 3,003,000,928 (53.1% من مستخدمي العالم)، تليها أفريقيا 806,054,932 (14.2%)، ثم أوروبا 750,434,436 (13.3%).

أعلى نسبة اختراق (نسبة المستخدمين من السكان): أمريكا الشمالية 94.2%، وأدناها أستراليا وأوقيانوسيا 69.8% ثم أفريقيا 53.2% (حسب الجدول). هذه أرقام أساسية تظهر درجة انتشار الإنترنت وعدم التجانس الكبير بين المناطق من حيث النفاذ والكتلة السكانية.

مستخدمي الانترنت في العالم في للسنة 2024

مناطق العالم	عدد السكان	النسبة من سكان العالم	عدد مستخدمي الانترنت	نسبة الاختراق من عدد السكان	نسبة استخدام الانترنت العالمية
افريقيا	1,515,140,849	%18.0	806,054,932	%53.2	%14.2
اسيا	4,706,898,007	%55,8	3,003,000,928	%63.8	%53.1
اوربا	845,083,824	%10.0	750,434,436	%88.8	%13.3
أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي	662,185,950	%7.8	499,288,206	%75.4	%8.8
الشرق الأوسط	281,232,432	%3.3	208,393,232	%74.1	%3.7
أمريكا الشمالية	381,464,223	%4.5	359,339,924	%94.2	%6.4
استراليا واوقيانوسيا	46,088,716	%0.5	32,169,924	%69.8	%0.6
مجموع العالم	8,438,094,001	%100	5,658,680,956	%67.1	%100

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

المصدر: من اعداد الباحث

ثالثاً: واقع التجارة الإلكترونية في العالم:

1) نظرة إجمالية وقياسات النمو

الحجم العالمي ارتفع من 250 مليار دولار في 2005 إلى 6,420 مليار دولار في 2025. معدل النمو السنوي المركب (2005–2025) 17.62% سنوياً — نمو سريع جداً يعكس تحولاً رقميّاً هيكليّاً في أنماط الإنفاق والتجارة. تفردات نمو حسب منطقة/دولة (CAGR 2005–2025) — أبرز القيم: آسيا والمحيط الهادئ (APAC): ≈ 19.55% (أعلى معدلات النمو بين المناطق الكبرى). أمريكا الشمالية (US+CA): ≈ 15.65%. أوروبا الغربية: ≈ 15.55%. أمريكا اللاتينية: ≈ 26.49% (أعلى نسبة نمو من قاعدة صغيرة). الولايات المتحدة منفردة: ≈ 15.73%.

دلالات رقمية: النمو العالمي الكبير يعني تغيُّر هيكلي في قنوات التوزيع (التجزئة عبر الإنترنت، المنصات الرقمية، الخدمات اللوجستية الرقمية، الدفع الإلكتروني).

2) تحول الحصة النسبية بين المناطق (2005 → 2025)، (آسيا والمحيط الهادئ): ارتفعت الحصة من 36% في 2005 إلى ≈ 49.8% في 2025 — تحوّل مركز ثقل التجارة الإلكترونية نحو آسيا. أمريكا الشمالية (US+CA): انخفضت الحصة من 36% إلى ≈ 25.7% رغم نمو مطلق كبير — دلالة على أن نمو الأسواق الآسيوية أسرع ويبدأ من قاعدة أكبر للحجم الإجمالي.

أوروبا الغربية: تراجعت الحصة من 20% إلى ≈ 14.0%. أمريكا اللاتينية: ارتفعت من 0.8% إلى ≈ 3.4% — زيادة مهمة نسبياً لكن حجمها المطلق ما زال أصغر بكثير من APAC وأمريكا الشمالية.

حجم التجارة العالمية عبر الانترنت (مليار دولار)

المنطقة / البلد	2005	2010	2015	2020	2025
العالم (إجمالي عالمي)	250	730	1,500	4,200	6,420
أمريكا الشمالية (مجمّع US + CA) :	90	240	520	1,200	1,650
الولايات المتحدة	70	200	450	1,200	1,300
كندا	4	12	30	50	60
آسيا والمحيط الهادئ(APAC)	90	260	600	2,100	3200
اليابان	20	40	80	110	140
أستراليا	3	8	18	40	50
أوروبا الغربية	50	140	320	700	900
ألمانيا	12	40	90	135	190
المملكة المتحدة	10	35	70	150	200
فرنسا	6	20	45	80	110
أمريكا اللاتينية	2	8	25	80	220
باقي دول العالم (الشرق الأوسط، أفريقيا، دول صغيرة)	13	67	137	225	350

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

مصدر: من اعداد الباحث

أولاً: استنتاجات:

1. نمو هائل في حجم التجارة الإلكترونية عالميًا: ارتفع حجم التجارة عبر الإنترنت من 250 مليار دولار عام 2005 إلى 6.42 تريليون دولار عام 2025، أي بمعدل نمو سنوي مركب يقارب 17.6%، مما يعكس تحولاً جذرياً في هيكل الاقتصاد العالمي نحو الرقمنة.

2. تحوّل مركز الثقل الاقتصادي نحو آسيا والمحيط الهادئ (APAC): ارتفع نصيب المنطقة من التجارة العالمية عبر الإنترنت من نحو 36% عام 2005 إلى حوالي 50% عام 2025، ما يشير إلى صعود اقتصادي آسيوي يقوده الابتكار التكنولوجي والأسواق السكانية الواسعة.

3. تباطؤ نسبي في حصة أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية: رغم النمو المطلق الكبير في هذه المناطق، إلا أن نسبتها من إجمالي التجارة الإلكترونية العالمية انخفضت بسبب النمو المتسارع في آسيا.

4. تسارع نمو الأسواق الناشئة وخاصة أمريكا اللاتينية: ورغم صغر حجمها النسبي، إلا أن معدل النمو السنوي هناك يُعد الأعلى (أكثر من 25%) نتيجة انتشار الإنترنت والتوسع في أنظمة الدفع الإلكتروني.

5. التطور التكنولوجي كعامل حاسم: التوسع في استخدام الهواتف الذكية، وتطور نظم الدفع عبر الإنترنت، وتحسن البنية التحتية الرقمية، كانت جميعها دوافع أساسية لهذا النمو.

6. إعادة هيكلة نمط الاستهلاك العالمي: التجارة الإلكترونية لم تعد مكملة للتجارة التقليدية، بل أصبحت بديلاً رئيسياً في العديد من القطاعات (الملابس، الإلكترونيات، الخدمات الرقمية، التعليم، السياحة، وغيرها).

7. ظهور تحديات اقتصادية جديدة: من أبرزها تركّز السوق في أيدي شركات منصات كبرى، وتزايد الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والنامية، إضافة إلى مشكلات تتعلق بالضرائب وحماية المستهلك والبيانات.

ثانياً: التوصيات

1. على مستوى الحكومات تحديث التشريعات الرقمية وتطوير البنية التحتية للإنترنت وفرض نظام ضريبي رقمي عادل ودعم المؤسسات الصغيرة في التحول الرقمي.

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

2. على مستوى القطاع الخاص الاستثمار في الابتكار والمنصات الرقمية والدمج بين التجارة التقليدية والإلكترونية وتعزيز الأمن السيبراني وحماية البيانات.

3. على مستوى التعليم والبحث دمج التجارة الإلكترونية في المناهج الجامعية ودعم البحث العلمي في الاقتصاد الرقمي.

4. على المستوى الدولي تعزيز التعاون الدولي في حماية البيانات تنظيم التجارة الإلكترونية العابرة للحدود وضع معايير رقمية موحدة.

5. على مستوى المؤسسات التعليمية والبحثية إدماج التجارة الإلكترونية في المناهج الجامعية: لتأهيل كوادر قادرة على إدارة المشاريع الرقمية وتحليل الأسواق الإلكترونية. تشجيع البحث العلمي في الاقتصاد الرقمي: دعم الدراسات التي تربط بين التجارة الإلكترونية، والنمو الاقتصادي، والبطالة، والعدالة الاجتماعية.

6. على المستوى الدولي التعاون بين الدول في التشريعات والمعايير الرقمية: لتقليل الفجوات القانونية بين الأسواق وتشجيع التجارة الإلكترونية العابرة للحدود. تعزيز الشمول الرقمي العالمي: من خلال دعم الدول النامية في البنية التحتية والمهارات الرقمية لزيادة استفادتها من التحول العالمي نحو التجارة عبر الإنترنت.

7.على مستوى السياسات الحكومية تطوير التشريعات الرقمية: ضرورة وضع أطر قانونية واضحة تنظم التجارة الإلكترونية، وتضمن المنافسة العادلة، وتحمي حقوق المستهلكين والبيانات الشخصية. تعزيز البنية التحتية الرقمية: الاستثمار في شبكات الإنترنت السريع والخدمات اللوجستية، خصوصاً في الدول النامية، لتمكين الشركات الصغيرة من دخول السوق الرقمية.

8. على مستوى القطاع الخاص تبني الابتكار التقني والتسويقي: الاستثمار في تطوير المنصات الرقمية، وتحسين تجربة المستخدم وخدمات الدفع والتوصيل.

المصادر

1. البرغوثي، أحمد. (2020) تأثير التقنيات الحديثة على التجارة الدولية في العالم العربي. مجلة الاقتصاد الدولي (2)15

2.الجوهري، نادر 2020 التكنولوجيا والابتكار في تعزيز العلاقات التجارية الدولية. دار الثقافة العربية.

3.زيدان محمود 2020 التحولات الرقمية وأثرها على التجارة في الشرق الأوسط. مجلة التجارة الدولية، 18(3).

4.سليمان علي 2021. الاستراتيجيات الحديثة للتجارة الإلكترونية في الدول النامية. مجلة إدارة الأعمال، (122).

Modern American Journal of Business, Economics, and Entrepreneurship
ISSN (E): 3067-7203
Volume 2, Issue 5, May, 2026
Website: usajournals.org
This work is Licensed under CC BY 4.0 a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

5. شركة الاتصالات الجزائرية. 2021 . التحول الرقمي في الجزائر: تحديات وفرص. تم الاسترجاع)

7.عبد الرحمن، سعاد 2019. الاقتصاد الرقمي ومستقبل التجارة الإلكترونية في العالم العربي دار النهضة العربية.

8.العيساوي خالد. 2021 التجارة الإلكترونية وأثرها على السياسات الاقتصادية في الدول العربية. مجلة العلوم الإدارية، (4)(33).

9. د. لمرسي السيد حجازي، منظمة التجارة العالمية، الإسكندرية الدار الجامعية. 2001.

10. د جمعة سعيد سرير، النظام القانوني لمنظمة التجارة العالمية، القاهرة، دار النهضة العربية2023.

11. د حسين الفتلاوي سهيل ، منظمة التجارة العالمية، عمان، دار الثقافة، الطبعة الأولى 2006.

12. د خليل عليان عبد الرحيم، الاقتصاديات النامية في ظل منظمة التجارة العالمية، الرياض معهد الإدارة العامة. 2009.

13. د رانيا محمود عبد العزيز عمارة تحرير التجارة الدولية وفق إتفاقية الجات، الطبعة الأولى الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2008