

أكاديمية السادات للعلوم الادارية
كلية العلوم الادارية
الدراسات العليا
قسم الاقتصاد

نحو رؤية مستقبلية لتطوير دور التجارة الإلكترونية في جذب الإستثمار الأجنبي المباشر فى مصر

بحث مقدم من الباحثة

دينا محمد صالح هاشم

اولا - مقدمة الدراسة

يتعرض العالم بين فترة وأخرى لأزمات اقتصادية تكاد تعصف بكثير من الأنظمة السياسية في كثير من بقاع الأرض، وآخرها الأزمة المالية التي بدأت في سبتمبر 2008 امتدادا لنهاية عام 2009 وبعض التأثيرات السلبية مع بداية عام 2010 والتي تعتبر الأسوأ من نوعها منذ زمن الكساد الكبير سنة 1929، ومن أشهر أزمات النظام الرأسمالي ما حصل في عام 1997م حيث حصل هبوطاً حاداً في أسعار الأسهم في الأسواق المالية الكبرى بدأ في هونغ كونغ، وانتقل إلى اليابان، ثم إلى أوروبا، وتوالى الهبوط من بلد لآخر، وآخر هذه الازمات هي أزمة كورونا ومالها من تأثيرات عديدة على اقتصاديات معظم دول العالم . مما أثر على اقتصاديات الدول واقتصاديات الكيانات الكبرى داخل هذه الدول، الامر الذي هددها بالإفلاس خصوصاً مع صعوبة الحصول على الائتمان الكافي من البنوك في ظل هذه الظروف. (1).

ولقد أدى ذلك إلى تطورات هائلة حدثت في جميع مجالات الحياة خصوصاً المجالات الاقتصادية ، حيث ازدحمت الاسواق بالشركات والمنتجات المتعددة والمتنوعة، واشتدت حدة المنافسة في جميع الأسواق ، كما ظهرت التجارة الإلكترونية كأحدي وسائل التجارة الحديثة التي ساهمت وبشكل كبير في تغيير مستقبل العمل التجاري ، وساهمت من خلال تسهيل عملية البيع والشراء الكترونياً في زيادة كفاءة الشركات وتدعيم الموقف التنافسي لها ، وعملت على تسهيل الحصول على المنتجات والخدمات في الوقت والسرعة المحددة وتخفيض تكلفة تسويق منتجات الشركة الى ادنى حد ممكن. (2).

(1) صلاح الدين حسن السبيسي، " الشركات المتعددة الجنسيات وحكم العالم" ، تصوير وربط البورصات العربية وتأسيس البورصة العربية الموحدة، ط1 (القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، 2013، ص. ص. 11-12).

1.Yousra & Abu-Shanab, Emad, **Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) in Zain Company**, Yarmouk University, Jordan, 2019,P98

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 الانترنت 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 ادارية وتنظيمية مناسبة لإدارتها، وبيئة قانونية لحماية المتعاملين بها (3)

حيث احتلت التجارة الإلكترونية في الدول الصناعية المتقدمة خلال العقدتين السابقتين مكانة متعاظمة في أنشطة المجتمعات، وكانت المحرك الرئيسي لنموها الاقتصادي ، انعكس تأثيرها إيجاباً على بنية هذه الدول ، وغير 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 ، و تطور 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 . (4)

وقد عزز هذا الاتجاه الإنجازات الاقتصادية البارزة لدول نامية استخدمت التجارة الإلكترونية لترسخ موقعا مرموقا لها في العالم .وقد أظهرت تلك الإنجازات أن الدول التي

1- Whiteley Fourati, K. "E-commerce and Arab intra-trade", **Information Technology & People**, Vol. 16 Iss: 1,2014, pp. 34

2-Watson, Al Sahouly, I,E-commerce Conductions between Formality & Haphazardness: Revisiting the Egyptian Miliue. International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT) Vol.2 (2),2012.

تمكنت من استخدام هذه التكنولوجيا 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 الاجنبي المباشر (5).

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، حيث وصلت هذه التدفقات الى نحو ٦١,٨ مليار دولار في عام 2013 وبما يمثل 1.5% من حصة الدول النامية في العالم ، بينما بلغت هذه التدفقات نحو 56.13 مليار دولار في هونج كونج ، 78.1 مليار دولار في سنغافورة .أى أن الدول العربية بأكملها لم ترقى الى مستوى دولة مثل سنغافورة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر (6).

من ناحية أخرى فان اجمالى تدفقات الاستثمارات العربية المباشرة البينية خلال عام 2015 تتصف بالضآلة حيث بلغت ٧١,٢٠ مليار دولار وبما يمثل ٤٤ % من اجمالى تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد الى الدول العربية خلال نفس الفترة(7).

(5) ثناء أبازيد، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، مجلة جامعة تشرين، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (27) العدد (4) 2015، ص147

(6) طارق عبد العال حماد، (التجارة الإلكترونية) الإسكندرية: الدار الجامعية، 2012 / 2013، ص 103 .

(7) جبريل سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012. ص 215

كما اكدت الاحصائيات ان الامارات العربية المتحدة تعتبر اكثر الدول جذباً للاستثمار الاجنبي المباشر فى منطقة الشرق الاوسط وافريقيا تليها جنوب افريقيا ثم السعودية فالمغرب ثم قطر والبحرين وعمان ونيجيريا واخيرا مصر .

حيث بلغ حجم الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر فى عام 2018/2017 حوالى 8 مليار دولار وزاد إلى 11 مليار دولار فى عام 2019/2018 ومن المتوقع ارتفاعه إلى 20 مليار دولار فى عام 2022/2021 .⁽⁸⁾ (وزارة المالية المصرية ، 2019)

ثانيا - مشكله الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة فى الحاجة الى دراسة علاقه بين التجاره الإلكترونية و الاستثمار الاجنبي المباشر من بعض جوانبه المختلفه ، وبمعني اخر دراسة اثر التجاره الإلكترونية على الاستثمار الاجنبي المباشر من حيث تأثيره على الصادرات و التنمية الاقتصادية و تنشيط التجارة البينية كمحددات اساسية مؤثرة في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر .

كما يسعى الدراسة إلى الاجابة على الاسئلة التالية :

- ما هى اهم التحديات التى تواجه التجارة الالكترونية فى مصر؟
- ماهى مشاكل وتحديات زيادة حجم التجارة الالكترونية فى مصر؟
- ماهى معوقات وعوامل جذب الاستثمار الاجنبي المباشر فى مصر ؟
- ماهو اثر التجارة الالكترونية على الصادرات؟
- ما مدى تأثير التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية ؟
- ماهو تأثير التجارة الإلكترونية على تنشيط التجارة البينية ؟

⁽⁸⁾ موقع وزارة المالية المصرية ، 2019.

ثالثا - أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة مما يلي:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في بيئة الأعمال المعاصرة ، إذ أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للدول، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات. ولذلك اعتنت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصادياتها وبيئتها ومؤسساتها للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها. وبما أن التجارة تعتبر العمود الفقري لأي دولة، فإن معرفة دورها الجديد ومدى نجاحها في التعامل مع البيئة التجارية الجديدة، ومحاولة حل المشاكل المرافقة لهذا الدور إن وجدت سيساهم بشكل جوهري في تقوية دعائم الاقتصاد، وذلك من خلال إضفاء خاصتي الملائمة والثقة في تعاملات البيئة التجارية الجديدة المتمثلة في التجارة الإلكترونية . وتعد الدول العربية من الدول المتأخرة في هذا المجال، وهي تعمل جاهدة على توظيف تقنية المعلومات والإفادة من التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت للنهوض باقتصادياتها وللحاق بالدول التي سبقتها، وعلاوة على ماسبق تتبع أهمية الدراسة من :

1- أنها تلقي الضوء على أحد المجالات ذات التأثير المباشر على الاقتصاد وهو الاستثمار الأجنبي المباشر .

2- تساهم في تنشيط التداول في البورصة المصرية باعتبار ان زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر يؤثر بالإيجاب على البورصة .

3- تعد جذب الاستثمار الأجنبي المباشر مؤشرا لحالة الاقتصاد القومي مستقبلا، وأداة هامة لتقويم أداء الحكومات .

4- دور الاستثمار الأجنبي المباشر في إعادة بناء القطاعات المختلفة عن طريق التوسعات والاندماجات والاستحوادات .

5- تساعد المستثمرين على اتخاذ القرارات الادارية نتيجة التغلب على المعوقات التي تحول دون ذلك .

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

رابعاً - أهداف الدراسة

يهدف الدراسة بشكل عام إلى تحديد دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر ، فضلاً عن تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- التعرف على ملامح وسمات التجارة الإلكترونية وجوانبها المختلفة.
- 2- التعرف على الاساليب والمداخل الحديثة لجذب الاستثمار الأجنبي.
- 3- تحديد أثر التجارة الإلكترونية على زيادة الاستثمار الاجنبي المباشر.

خامساً - فروض الدراسة

- 1- توجد علاقة طردية مباشرة بين حجم التجارة الالكترونية و جذب الاستثمار الاجنبي المباشر .
- 2- هناك علاقة بين تنشيط الصادرات و تطور التجارة الالكترونية.

سادساً - حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة في حدود موضوعية ومكانية وزمنية؛ كما يلي:

أ- حدود موضوعية

تتناول الدراسة دور التجارة الإلكترونية في زيادة الاستثمار الاجنبي المباشر في ظل العقبات الاقتصادية الحالية دون تناول العناصر الاخرى التي تؤثر على زيادة الاستثمار الاجنبي المباشر مثل العوامل السياسية والاجتماعية وغيرها من العوامل التي تؤثر على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر .

ب- حدود زمانية

تقتصر الدراسة على تناول مؤشرات وحجم الاستثمار الاجنبي المباشر حتى عام 2020.

ت- حدود مكانية

تقتصر الدراسة على تناول مؤشرات وحجم الاستثمار الاجنبي المباشر وحجم التجارة الإلكترونية في بيئة الاعمال المصرية

سابعاً - مناهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهجين متكاملين :

أ. المنهج الاستقرائي :

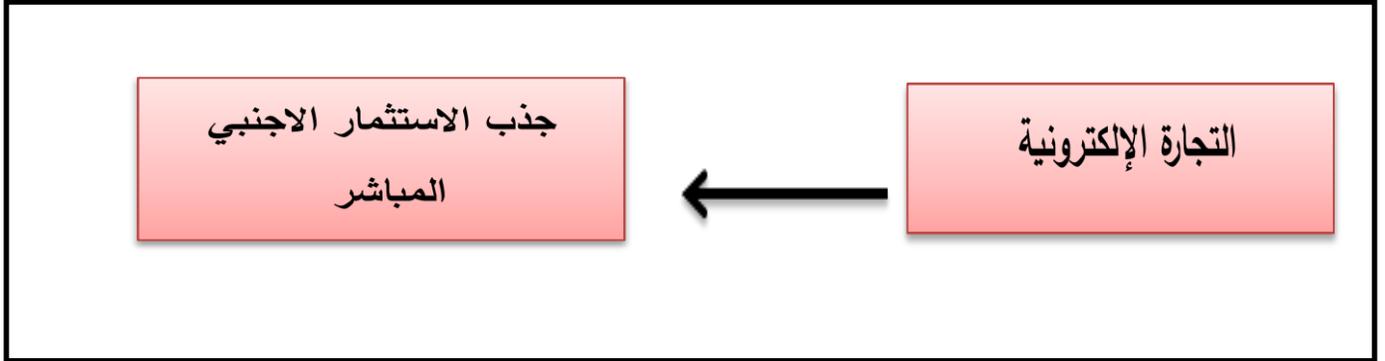
والتي تعتمد على استقراء الآراء والأفكار والكتابات العربية والأجنبية حول ابعاد الدراسة المتعلقة بالإصدارات الحديثة حول اثر التجارة الإلكترونية على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر في بيئة الاعمال المصرية المعاصرة .

ب. المنهج الاستنباطي :

بهدف استنباط العلاقة بين التجارة الإلكترونية وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر من خلال الآراء والافكار والكتابات التي اعتمدت عليها ال

ثامناً : نموذج ومتغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات الدراسة فى التجارة الإلكترونية (متغير مستقل) ، جذب الاستثمار الاجنبي المباشر (متغير تابع) ويظهر نموذج الدراسة على النحو التالى :



تاسعا - خطة الدراسة

على ضوء فكرة الدراسة ، وأهدافها، وأهميتها، وفروضها، تناول الدراسة على النحو التالي :-
الفصل الاول : الاطار العام للبحث
الفصل الثاني :الاطار العام للتجارة الإلكترونية.
الفصل الثالث : عوامل جذب الاستثمار الاجنبي المباشر
الفصل الرابع: اثر التجارة الإلكترونية على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر
النتائج والتوصيات .

اولا نتائج الدراسة :

فيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- 1- وجود علاقة بين متغيرات حجم التجاره الالكترونيه وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر ، وان حجم التجارة الألكترونية يؤثر على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر.
- 2- وجود تأثير ايجابي لحجم التجاره الالكترونيه على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر.

ثانيا مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

قامت الباحثة بمناقشة وتفسير النتائج التى تم التوصل اليها ، وذلك على النحو التالي :

- 1- أظهرت نتائج الدراسة، أن هناك تأثيراً ايجابياً جوهرياً لحجم التجاره الالكترونيه وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر, حيث يفسر متغير التجارة الألكترونية التغيرات التي تحدث في المتغير التابع جذب الاستثمار الاجنبي المباشر. ويمكن تفسير هذه النتيجة, بأنه لابد من زيادة استخدام

التجارة الألكترونية والاهتمام بالبنية التحتية لها من قبل مسئولين, لأن ذلك يؤدي إلى تحسين وزيادة جذب الاستثمار الاجنبي المباشر.

2- توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ايجابي وجوهري لحجم التجاره الالكترونيه وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر، حيث تفسر التباين في جذب الاستثمار الاجنبي. مما يدل على ان التجارة الألكترونية والتي تتمتع بالبنية التحتية السليمة تلعب دورا هاماً في تحسين فرص جذب الاستثمار الاجنبي، وعليه يجب الاهتمام بتوفير الامكانيات اللازمة لتقديم الخدمات الخاصة بالتجارة الألكترونية وضرورة توافر المهارات اللازمة لذلك وهذا يدل على تأثير متغير التجارة الألكترونية في بناء الاستثمار الاجنبي المباشر.

في ظل بروز الثورة التقنية والتكنولوجية والنمو المتزايد للتجارة الإللكترونية واعتبارها أحد أهم الأدوات في تغيير أنماط الحياة اليومية الاقتصادية والاجتماعية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات والدخول بها عصر الاقتصاد الرقمي، كان على الدول العربية الأخذ وملاحقة هذه التطورات وذلك للاستفادة منها ورفع معدلات التبادل العربي البيني ومن ثم تفعيل آليات التكامل العربي.

ثالثا دلالات الدراسة

أكدت نتائج الدراسة على وجود تأثير ايجابي لحجم التجاره الالكترونيه وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر، مما يعطى دلالة مهمة فيما يتعلق بالجهود التسويقية لتحسين جذب الاستثمار الاجنبي المباشر حيث يجب على الشركات التي تتعامل مع التجارة الألكترونية استخدام شبكات الانترنت التي تساعد على اعمال التجارة الألكترونية المناسبة التي تؤدي إلى تحسين مستوى جذب الاستثمار الاجنبي المباشر. ويعمل المسئولين بتلك الشركات في محاولة التصدي للمعوقات التي تحول بين تحسين فرص جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، كي تستمر الشركات محل الدراسة في تقديم خدماتها بجودة عالية وسمعة طيبة في المجتمع.

رابعاً توصيات الدراسة وآفاق الدراسة المستقبلية:

عرض الباحثة في هذا الجزء من الدراسة لكل من توصيات الدراسة وآفاق الدراسة المستقبلية، وذلك كما يلي:

1- توصيات الدراسة:

على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة، يقترح الباحثة مجموعة من التوصيات، التي يرى إنها تساعد في تحسين جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، وذلك على النحو التالي:

1. التوجه الي السوق يتطلب من الشركات محل الدراسة تعزيز ثقافة تسويقية التجارة الألكترونية وتوفير البنية التحتية والقواعد التي تسند هذه الثقافة لتمكن الشركات محل الدراسة من تقديم افضل وارضاء العملاء والاحتفاظ بهم على مستوى انحاء العالم.

1. تشجيع التجارة الألكترونية الايجابية التي تحفز السلوك الفعال الايجابي الذي يسهم في تعزيز مكانة الشركات فى العالم وتطورها وتحافظ على حصتها السوقية، وتعكس صورة ايجابية طيبة عن الشركة في ذهن العميل، ويكون ذلك من خلال تركيز الإدارة العليا على اعتماد الأساليب الإدارية التي تنسجم مع التجارة الألكترونية، وكذلك من خلال البرامج التدريبية التي تهدف الى تحفيز العاملين على الالتزام بالسلوك الايجابي الفعال ومدى تأثيره في رفع مستوى اداء العاملين انفسهم وبالتالي رفع مستوى اداء الشركة.

2. تحديد نقاط قوة التجارة الألكترونية لديها والعمل على تعزيزها، وتحديد نقاط الضعف والعمل على معالجتها والنهوض بأداء الشركة، ويكون ذلك بالتقييم المستمر لعمليات التجارة الألكترونية.

3. تدعم التغيير التنظيمي، وتتبنى أدوات إدارة حديثة وفعالة، تعمل على جذب وتنشيط الاستثمار الاجنبي المباشر.

4. مساندة ودعم الإدارة العليا لبرنامج الاستثمار الاجنبي المباشر حيث يعد من أهم ضروريات نجاح أي برنامج جذب بالشركات محل الدراسة، وإشراك كل العاملين في المستويات الإدارية المختلفة في تصميم هذه الأداة بالشركات محل الدراسة.
5. الاهتمام بأبعاد ووسائل واساليب جذب الاستثمار الاجنبي المباشر من خلال وضع العديد من المزايا ومن اعفاءات واذالة العقبات.
6. تشجيع الاستثمارات العربية الوطنية والبيئية فى قطاعات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مع الاهتمام بنشر الوعى التقنى فى المؤسسات والمعاهد التعليمية والدراسية العربية بما يتناسب والبيئة التكنولوجية.
7. تعزيز دور البنوك التجارية العربية فى مجالات التجارة الإلكترونية من خلال تسهيل وإتمام وتحصيل المدفوعات مع الحفاظ على حقوق وإلتزامات أطراف التعاقد الإلكتروني.
8. زيادة مستوى الدعم الحكومى للشركات فى مجالات الضرائب والرسوم على المعاملات الإلكترونية ومنتجات التكنولوجيا بما يحافظ على حماية الملكية الفكرية للشركات.
9. تطوير الثقافة التنظيمية الإلكترونية للشركات بالقدر الذى يكفل تبني الإدارة العليا بهذه الشركات منظور تطبيقات التجارة الإلكترونية.
10. تحسين مستوى إدراك الحكومات والشركات العربية والأفراد للتشريعات والقوانين ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية.
11. وضع قانون مستقل للمعاملات الإلكترونية على غرار القوانين الوطنية الحديثة فى مختلف دول العالم، بالإضافة إلى التعديلات الواجبة فى التشريعات القائمة كى تتفق ومتطلبات تلك المعاملات.
12. عقد دورات تدريبية لرجال القضاء ورجال الدراسة الجنائى وخبراء وزارات العدل العربية لدراسة التعامل مع الكمبيوتر وشبكة الإنترنت ووسائل وأدوات التجارة الإلكترونية لفهمها واستيعابها.
13. تعديل القوانين واللوائح الجمركية والضريبية العربية لنتناسب مع التجارة الإلكترونية.

2-افاق الدراسة المستقبلية:

في ضوء الدراسة الحالية, يوصى الباحثة بإجراء العديد من الدراسات المستقبلية, حول موضوع التجاره الالكترونيه وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر, والتي تم توصل إليها أثناء إجراء للدراسة الحالية ومنها:

1. دراسة دور كفاءة الموارد البشرية في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر بالشركات محل الدراسة.
2. ضرورة إجراء دراسات في ذات الموضوع مع ادخال متغيرات وسيطة بين متغيري الدراسة الحالية، وليكن مثلاً أداء الموارد البشرية، أو القيادة التحويلية، أو الكفاء الذاتية للعاملين ... الخ.
3. إجراء ذات الدراسة مع تغيير المتغيرات المستقلة، أو تغيير المتغيرات التابعة، عن طريق الإضافة أو الحذف لأبعاد تلك المتغيرات، ومقارنة النتائج مع نتائج الدراسة الحالية.

قائمة المراجع

اولا : المراجع العربية

1. ثناء أبازيد، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، مجلة جامعة تشرين، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (27) العدد (4) 2015.
2. جبريل سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012.
3. رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة دراسة مقارنة لتجارب كل من شرق - وجنوب شرق آسيا و أمريكا اللاتينية مع التطبيق على مصر - (مصر: دار الإسلام للطباعة والنشر، 2120).
4. رمضان مقلد، اثار التجارة الالكترونية على هيكل الاسواق مع الاشارة إلى الدول النامية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الأسكندرية، العدد 2، 2012.

5. زيدان محمد، الاستثمار الاجنبي المباشر في البلدان التي تمر بمرحلة الانتقال، مجلة إقتصاديات شمال أفريقيا، ديوان المطبوعات الجماعية، 2017 .
6. صلاح الدين حسن السيسي، الشركات المتعددة الجنسيات وحكم العالم، تصوير وربط البورصات العربية وتأسيس البورصة العربية الموحدة، ط 1 (القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع والطباعة، 2003).
7. طارق عبد العال حماد، (التجارة الإلكترونية) الإسكندرية: الدار الجامعية، 2012 / 2013.
8. طارق عبدالعال، التجارة الإلكترونية المفاهيم التجارب التحديات والأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2013.

ثانيا : المراجع الاجنبية

1. Tehan, Rita, 2012, **e-Commerce Statistics: Explanation and Sources**, <http://www.policyarchive.org/handle/bitstreams/1354.pdf> .
2. Tetelman Elbeltagi, "E-commerce and globalization: an exploratory study of Egypt", **Cross Cultural Management: An International Journal**, Vol. 14 Iss:, 3 2018pp. 196 - 201
3. Watson, Al Sahouly, I, E-commerce Conductions between Formality & Haphazardness: Revisiting the Egyptian Miliue. **International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)** Vol.2 (2), 2012
4. Whiteley Fourati, K. "E-commerce and Arab intra-trade", **Information Technology & People**, Vol. 16 Iss: 1, 2014, pp. 34
5. Yousra & Abu-Shanab, Emad, **Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) in Zain Company**, Yarmouk University, Jordan, 2019, P98