

التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في المغرب، عامل الشمولية الاجتماعية والتوظيف: السياق والنهج والحدود

Youssef Tobi

يوسف طوبي

التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في المغرب، عامل الشمولية الاجتماعية والتوظيف: السياق والنهج والحدود

Youssef Tobi

يوسف طوبي

أصبحت **يوروميسكو (EuroMeSCo)** معياراً للبحوث والدراسات الموجهة للسياسات العامة حول القضايا المتعلقة بالتعاون الأورومتوسطي، ولا سيما تلك المتعلقة بالتنمية الاقتصادية والأمن والهجرة. ومن خلال 116 مراكز أبحاث ومؤسسة فكرية وحوالي 500 خبير من 29 دولة مختلفة، طورت الشبكة أدوات مؤثرة تعود بالفائدة على أعضائها وعلى طيف أكبر من المجتمع من ذوي المصلحة في المنطقة الأورومتوسطية.

فمن خلال مجموعة واسعة من المنشورات والدراسات الاستقصائية والفعاليات وأنشطة التدريب والمواد السمعية والبصرية وتواجد متزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، تصل الشبكة كل عام إلى آلاف الخبراء والمفكرين والباحثين وصانعي السياسات والمجتمع المدني وأصحاب المصلحة في أوساط التجارة والأعمال. أثناء القيام بذلك، تشارك يوروميسكو بزخم في تنسيق وتأطير البحوث المشتركة الأصلية التي يشارك فيها خبراء أوروبيون ومن جنوب المتوسط، كما تساهم في تشجيع التبادل بينهم بغية تعزيز التكامل الأورومتوسطي في نهاية المطاف. إن الرابط المشترك لجميع الأنشطة هو الالتزام العام بتعزيز مشاركة الشباب وضمان المساواة بين الجنسين ضمن مجتمع الخبراء الأورومتوسطي.

يوروميسكو: ربط النقاط (EuroMesCo: Connecting the Dots) هو عبارة عن مشروع بتمويل مشترك من قبل الاتحاد الأوروبي والمعهد الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط ويتم تنفيذه في إطار شبكة يوروميسكو.

وكجزء من هذا المشروع، تجتمع كل سنة خمس فرق دراسية مشتركة لإجراء بحوث قائمة على الأدلة وموجهة للسياسات. ويتم تحديد مواضيع البحوث للفرق الدراسية الخمس من خلال عملية شاملة من المشاورات حول السياسات العامة هدفها تعيين المواضيع ذات الصلة. ويشارك في كل فريق دراسي منسق وفريق من المؤلفين الباحثين الذين يعملون على إعداد بحوث حول السياسات العامة والتي تطبع وتنتشر من خلال قنوات ومناسبات مختلفة، وتصاحبها مواد سمعية بصرية.

أوراق بحثية يوروميسكو EUROMESCO PAPERS
الناشر: المعهد الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط

مراجعة الأقران الأكاديمية: anonymous

إشراف وتدقيق
Dr. Ahmad Alkuwaifi
تنسيق النسخة العربية:
Punt d'Intercanvi & Punt Comú
الترجمة من الإنجليزية:
Rajaai Bourhan
تنضيد الحروف العربية:
Mahmoud Alahmad

مصمم التنسيق:
Maurin.studio
التصميم:
Núria Esparza
ردمك طباعي:
2565-2419
ردمك رقمي:
2565-2427

فبراير 2023

صدر هذا العدد بدعم من الاتحاد الأوروبي، ومحتوياته تُعبر حصراً عن آراء المؤلفين أنفسهم؛ ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تؤخذ على أنها آراء الاتحاد الأوروبي أو المعهد الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط.

إن المعهد الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط (IEMed)، والذي تأسس عام 1989، هو مركز أبحاث وتنفيذ متخصص في العلاقات الأوروبية المتوسطية. ويقدم هذا المعهد بحوثاً موجهة للسياسات العامة وقائمة على الأدلة استناداً إلى تأطير أوروبومتوسطي شامل ومتعدد الأبعاد.

وفقاً لمبادئ الشراكة الأوروبية المتوسطية (EMP)، وسياسة الجوار الأوروبية (ENP)، وللاتحاد من أجل المتوسط (UfM)، وفقاً وانسجماً مع ذلك فإن هدف المعهد الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط هو التحفيز على التفكير والعمل اللذين من شأنهما المساهمة في التفاهم المشترك، والتبادل والتعاون بين مختلف بلدان ومجتمعات وثقافات البحر الأبيض المتوسط، إضافة إلى تعزيز البناء التدريجي لفضاء من السلام والاستقرار والازدهار المشترك والحوار بين الثقافات والحضارات في حوض البحر الأبيض المتوسط.

إن المعهد الأوروبي للبحر المتوسط IEMed هو عبارة عن ائتلاف يضم الحكومة الكتلانية، وزارة الشؤون الخارجية والاتحاد الأوروبي والتعاون الإسبانية، والاتحاد الأوروبي، ومجلس مدينة برشلونة. كما يضم المجتمع المدني من خلال مجلس أمنائه ومجلسه الاستشاري.

الخلاصة

يوفر سوق العمل المغربي فرصاً قليلة للشباب المغاربة غير المتعلمين. مع صعود الإنترنت، سعى العديد من المغاربة لإيجاد طرق جديدة لتوليد الدخل وتحقيق الاستقرار المالي. خلال جائحة كورونا، شهدنا ارتفاعاً في عدد رواد الأعمال المغاربة في التجارة الإلكترونية وإحالة الشحن وزيادة هائلة في المحتوى التحفيزي والتعليمي الذي يهدف إلى تشجيع المزيد من الناس على السعي وراء هذا النوع من المهنة. هذه الظاهرة ليست مدروسة جيداً، والعلاقة بين صعود الوظائف الرقمية في المغرب والشمولية الاجتماعية لم يتم استكشافها بشكل جيد. في هذه الورقة، أهدف إلى مقابلة العاملين في إحالة الشحن وغيرهم من المتخصصين في التجارة الإلكترونية لإثبات الصلة بين صعود الوظائف الرقمية والشمولية الاجتماعية، حيث رأيت بالفعل أن المغاربة الذين يسعون إلى هذا النوع من المسارات المهنية غالباً ما يكونون عاطلين عن العمل ويأتون من طبقات اجتماعية أدنى.

التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في المغرب، عامل الشمولية الاجتماعية والتوظيف: السياق والنهج والحدود

يوسف طوبي

Youssef Tobi

كبير أخصائي العلاقات الدولية

مركز السياسات من أجل الجنوب الجديد، الرباط

المقدمة

في عام 2020، قدرت قيمة سوق التجارة الإلكترونية الأفريقية بنحو 20 مليار دولار، ومن 2014 إلى 2018، زاد عدد المتسوقين عبر الإنترنت في القارة سنوياً بمتوسط معدل نمو 18%، أعلى من المتوسط العالمي البالغ 12% (Sanwo, 2021). ساهم الوباء أيضاً في نمو هذا القطاع وتسبب الإغلاق الناتج في زيادة استخدام منصات التجارة الإلكترونية لأنه يعني أن التسوق عبر الإنترنت أصبح ضرورة أكثر منه تفضيلاً. وقد أدى ذلك إلى زيادة مقابلة في التحول الرقمي والاقتصادي.

يشير مصطلح التجارة الإلكترونية (e-commerce) إلى نموذج الأعمال الذي يسمح للشركات والأفراد بشراء وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت. تعمل التجارة الإلكترونية في أربع قطاعات رئيسية في السوق ويمكن إجراؤها عبر أجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية والأجهزة الذكية الأخرى. يتوفر كل منتج وخدمة يمكن تخيلها تقريباً في السوق الإلكتروني، بما في ذلك الكتب والموسيقى وتذاكر الطائرة والخدمات المالية، مثل الاستثمار في الأسهم والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. على هذا النحو، فهي تعتبر تقنية مدمرة للغاية. ضمن هذا التعريف تكمن فرص وتحديات التجارة الإلكترونية في المغرب. مع صعود استخدام الإنترنت في المغرب وانفتاح السوق المغربي، سعى العديد من المغاربة إلى استيراد السلع والخدمات من الخارج وبيعها مرة أخرى عبر المتاجر عبر الإنترنت. مع قصص النجاح العديدة للمغاربة الذين حققوا ثروة مالية من خلال التجارة الإلكترونية، بدأ المحتوى التحفيزي في الظهور مع التركيز على الفرص التي توفرها التجارة الإلكترونية وكيف يمكن لأي مغربي لديه خبرة قليلة أو معدومة أن يبدأ نشاطاً تجارياً عبر الإنترنت.

شهدت التجارة الإلكترونية نمواً كبيراً في المغرب في السنوات الأخيرة. على سبيل المثال، في الفترة من يناير إلى سبتمبر 2021، نفذت مواقع التجار ومواقع الفواتير التابعة لمركز الدفع الإلكتروني بين البنوك (CMI) 14.9 مليون معاملة دفع عبر الإنترنت عبر بطاقات مصرفية مغربية وأجنبية، بمبلغ إجمالي قدره 5.7 مليار درهم (Centre Monétique Interbancaire, 1922)، بينما في عام 2008 بلغت معاملات التجارة الإلكترونية في المغرب 30 مليون درهم فقط. ستستكشف هذه الورقة تطور التجارة الإلكترونية في البلد، بما في ذلك وضعها الحالي والنمو المستقبلي المحتمل. حدث أول صفقة تجارة إلكترونية مسجلة في المغرب في عام 1998 عندما باعت الجمعية المغربية لناشري البرمجيات منتج برمجي عبر الإنترنت. ومع ذلك، لم تبدأ التجارة الإلكترونية في الظهور في البلاد حتى أوائل العقد الأول من القرن الحالي. أدى ازدياد الوصول إلى الإنترنت وظهور منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك Facebook وإنستغرام Instagram، إلى تسهيل وصول الشركات المغربية إلى الجمهور العالمي. إن صعود عقلية ريادة الأعمال في المغرب والعديد من المبادرات التي أطلقتها الدولة لتعزيز ريادة الأعمال يمكن أن يشير إلى أن رواد الأعمال الذين يسعون إلى تطوير الأعمال التجارية عبر الإنترنت سيتم تشجيعهم ومساعدتهم من قبل المؤسسات العامة. على سبيل المثال، يقدم برنامج "فرصة" الدعم والتمويل لـ 10.000 من قادة المشاريع في عام 2022 بما في ذلك جميع قطاعات الاقتصاد، مع احترام مبادئ المساواة الإقليمية والمساواة بين الجنسين. يتكون التمويل من قرض شرف (معدل فائدة 0%)، والذي يمكن أن يصل إلى 100,000 درهم، بما في ذلك 10,000 درهم في شكل دعم. تميل المبادرات والخطابات العامة الأخرى إلى الإشارة إلى أن الدولة المغربية حريصة للغاية على دعم ومساعدة مشاريع ريادة الأعمال المغربية. ومع ذلك، لا تزال هناك العديد من العقبات التي يجب معالجتها

عندما يتعلق الأمر بالتجارة الإلكترونية، التشريع والضرائب من بين الموضوعات التي يجب مناقشتها مع بعض المتخصصين في التجارة الإلكترونية المغاربة الذين يستثمرون ويعملون في مجالات محظورة مثل العملات المشفرة والمراهات عبر الإنترنت. هناك أيضاً عدم ثقة من المؤسسات العامة عندما يتعلق الأمر بإحالة الشحن لأنه لديه القدرة على تدمير الحرف اليدوية المحلية والشركات الصغيرة من خلال الاستيراد الجماعي للمنتجات البديلة الرخيصة. على الرغم من هذه المقاومة، تقدم التجارة الإلكترونية وإحالة الشحن للشباب المغربي فرصة هائلة لتحقيق الاستقلال المالي. من خلال النهج واللوائح الصحيحة، يمكن أن تصبح التجارة الإلكترونية عاملاً من عوامل الشمول الاجتماعي وناقلاً لخلق فرص العمل، ولكن أولاً، يجب التفكير في التحديات التي تواجهها الدولة في تنظيم هذا القطاع وحدود التجارة الإلكترونية وإحالة الشحن كمحفز لخلق فرص العمل في المغرب.

في هذه الورقة، سنقوم بتقييم النجاح الفردي والاتجاه الاجتماعي للمؤثرين في التجارة الإلكترونية الذين أصبح لديهم تأثير كبير عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المغرب ونحلل كيف يمكن الاستفادة من هذا الاهتمام بالتجارة الإلكترونية بين المغاربة كمحرك للاندماج الاجتماعي والتوظيف. سنقوم أيضاً بتقييم دور الدولة ومواقفها فيما يتعلق بالاقتصاد الرقمي وتقارب أو تباين الجهات الفاعلة والمؤسسات فيما يتعلق بتطوير التجارة الإلكترونية في المغرب. ستعتمد الدراسة في الغالب على البيانات النوعية من المقابلات مع المتخصصين في التجارة الإلكترونية وكذلك على مجموعة واسعة من المصادر الأولية والثانوية، بما في ذلك المنشورات الأكاديمية وأوراق السياسة العامة والمقالات الصحفية.

السياق والأساس المنطقي وراء ظهور التجارة الإلكترونية في المغرب

تعريف التجارة الإلكترونية في السياق المغربي

اليوم، يرغب عدد أقل وأقل من المستهلكين في السفر لإكمال مشترياتهم وبفضل الإنترنت يمكن لهؤلاء المستهلكين إجراء جميع مشترياتهم دون مغادرة المنزل. هذا النوع من التسوق يسمى التجارة الإلكترونية. هذه طريقة غير مكلفة تربط المستهلكين والمشتريين لإجراء معاملات إلكترونية توفر المال والوقت. للوهلة الأولى، يبدو مفهوم إجراء عمليات الشراء والبيع عن بُعد بلمسة من الماوس أمراً سهلاً. ومع ذلك، يمكن أن تكون العمليات والوظائف الفنية التي تمكن هذه العمليات التجارية معقدة بناءً على نوع الأعمال وحجمها. الشبكات والبرمجيات والمكونات البشرية هي أساس تعقيد التجارة الإلكترونية. كقطاع يتوسع باستمرار، فإنه يمثل ثروة من الوظائف والفرص، خاصة للجيلين Y وX، الذين نشأوا مع هذه التقنيات. يستمر هذا النمط الجديد من التبادل في النمو ليس فقط من حيث حجم المعاملات التجارية المنفذة، ولكن أيضاً من حيث قطاعات الأعمال المتأثرة بهذا التطور، والتي تعتبر مهمة لتنمية الاقتصاد. شهدت القطاعات التقليدية، مثل البنوك والتوزيع والخدمات، بالفعل رقمنة قوية وبدأت قطاعات أخرى أكثر أصالة في أن تصبح أسواقاً مزدهرة، مثل التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي المطبق على المبيعات وخدمات التطوير الشخصي عبر الإنترنت.

بالإضافة إلى النمو الذي حققه الاقتصاد، تهدف التجارة الإلكترونية أولاً إلى زيادة المكاسب المالية للشركة التي تمارسها، وثانياً، تقليل التكاليف المرتبطة بصيانة المباني والموظفين

وغيرهم. نتيجة لذلك، نشهد إنشاء أعمال رقمية بالكامل ونماذج لأصحاب الأعمال الحرة الذين يمارسون التجارة الإلكترونية مباشرة من غرفهم. في هذه الورقة، سنركز على الأفراد العاملين لحسابهم الخاص الذين يزعمون أن التجارة الإلكترونية جعلتهم مستقلين مالياً ونقيم كيف، إذا ثبت صحة هذا الادعاء، يمكن للقطاع العام المغربي الاستفادة من هذه الظواهر لتعزيز التوظيف ونمو اقتصاد. في الواقع، لم يفلت هذا الاتجاه العالمي لأصحاب المشاريع التجارية الإلكترونية العصاميين من المغاربة، الذين استفادوا من صعود إحالة الشحن والتجارة الإلكترونية لتطوير الأعمال التجارية عبر الإنترنت. يشارك العديد من رواد الأعمال هؤلاء قصص نجاحهم من خلال مقاطع فيديو وشهادات عبر الإنترنت تشهد على الإمكانيات الحقيقية لهذا القطاع للتوظيف في المغرب. في هذه الورقة، سوف نستكشف بعض الافتراضات والنماذج التي وضعها رواد الأعمال الناجحون ونحلل كيف يمكن لهذا الاتجاه أن يصبح تياراً مستقراً للتوظيف والاندماج الاجتماعي في المغرب. قبل القيام بذلك، من المهم إعطاء القارئ عناصر السياق، ووصف كيف تطورت التجارة الإلكترونية في المغرب، وكيف تفاعلت الدولة مع تطور هذا القطاع.

يحتل المغرب المرتبة 95 على مستوى العالم في مؤشر التجارة الإلكترونية B2C لعام 2019، الذي أعده مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD). يقيّم التقرير مدى استعداد أي اقتصاد لتنمية التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى عدد مرات شراء مواطني 152 دولة للمنتجات على الإنترنت. بحسب مركز النقديات Centre Monétique interbancaire (CMI)، الجهاز الذي يتعامل مع المعاملات المصرفية عبر الإنترنت في المغرب، في عام 2015، تمكنت الشركات والتجارة الإلكترونية من تنفيذ 32.8 مليون معاملة دفع بالبطاقات المصرفية بقيمة إجمالية قدرها 22.9 مليار درهم (Centre Monétique Interbancaire, 2022). وبالمقارنة مع العام السابق، فقد ارتفعت هذه الأرقام بنسبة 17.1% في العدد و9.6% في المقدار. حققت مواقع البيع عبر الإنترنت وحدها 2.5 مليون معاملة دفع عبر الإنترنت بقيمة إجمالية قدرها 1.33 مليار درهم. بالمقارنة مع أرقام عام 2014، تظهر هذه الإحصائيات زيادة في النشاط بنسبة 22.5% (Centre Monétique Interbancaire, 2022). استمر في السنوات الأخيرة الارتفاع المطرد في الدفع عبر الإنترنت في المغرب، خاصة خلال جائحة كورونا. مقارنة بعام 2014، كان نمو التجارة الإلكترونية في المغرب هائلاً. كنقطة مرجعية، فقط خلال الأشهر التسعة الأخيرة من عام 2022، بلغ إجمالي معاملات الدفع بواسطة البطاقات المغربية مع التجار والتجار الإلكترونيين المنتسبين إلى مركز النقديات 97.8 مليون معاملة بقيمة 35.3 مليار درهم، بزيادة + 27.8% في عدد المعاملات و + 21.3% مقارنة بنفس الفترة من عام 2021 (Centre Monétique Interbancaire, 2022).

تتوافق التجارة الإلكترونية مع فرصة مربحة للمغرب، بقدر ما يمكن أن تؤدي هذه الفرصة إلى عواقب على النمو الاقتصادي، لا سيما الحد من الفقر، والتنمية في الأقاليم، والحد من التفاوتات. لتكون قادرة على دعم تطوير المهارات المغربية في هذا القطاع، يجب أن يكون لدى الحكومة فهم عميق للمجال، ويجب على المؤسسات المسؤولة عن التنمية الرقمية في المغرب تحليل النماذج الاقتصادية التي تم وضعها بالفعل من قبل الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين من أجل ضمان الشروط اللازمة لتطوير القطاع (الأمان عبر الإنترنت، حماية البيانات، موثوقية الإعلانات، إلخ). في غضون ذلك، يجب على المشرع فهم وتنظيم تهديدات التجارة الإلكترونية على قطاعات الإنتاج المحلية، مثل الحرف اليدوية أو الزراعة أو الخدمات، وتنفيذ مخططات ضريبية قابلة للتطبيق ودائمة على هذه الشركات.

لقد أدركت المملكة المغربية مبكراً إمكانات التجارة الإلكترونية وأظهرت من خلال المبادرات الوطنية والسياسات العامة استعدادها لمواكبة نمو هذا القطاع والاستفادة منه. لا يزال المغرب يهدف إلى أن يصبح أحد اللاعبين الرقميين الرئيسيين في أفريقيا. في عام 2005، نفذت استراتيجية المغرب الإلكتروني 2010، تليها خطة المغرب الرقمي 2013، والمغرب الرقمي 2020 وأفق 2025. وفي عام 2020، احتلت المركز الرابع في قائمة الدول الناهضة الرقمية (ترتيب البلدان من حيث القدرة التنافسية الرقمية)، في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA). ازداد انتشار الإنترنت والهاتف المحمول بشكل مستمر على مر السنين، وزاد من ذلك الوباء، بفضل تنفيذ العمل عن بعد وصعود التجارة الإلكترونية، وبلغ معدل انتشار الإنترنت اليوم في المغرب 93% (M.E.O, 2022). ومع ذلك، فقد انتقد ديوان المحاسبة المغربي الاستراتيجيات الرقمية الموضوعية وقال "لم تصل إلى أهدافها" وافتقرت إلى "نهج تشاركي مع مختلف أصحاب المصلحة" (Royaume du Maroc, 2022).

لا تزال المملكة المغربية تسعى بقوة إلى رقمنة اقتصادها وقد حققت بعض النجاح الكبير، لا سيما في قطاعات النقل إلى الخارج (LESECO, 2021). في الواقع، يشهد النقل الخارجي في المغرب تطوراً مزدهراً ونجاحاً كبيراً في هذا المجال لأنه يكفل 110.000 وظيفة، و3% من الناتج المحلي الإجمالي، وأكثر من 13 مليار درهم للتصدير في نهاية عام 2019 (Channaje, 2021). في السنوات الأخيرة، يمكننا الاستشهاد ببرنامج أصحاب المشاريع الحرة في الخارج (المستقلين المغاربة)، الذي أطلقتته وزارة الصناعة والتجارة والاقتصاد الأخضر والرقمي، والذي يهدف إلى تدريب 200000 شاب على مدى أربع سنوات ليكونوا رواد أعمال مستقلين. إن جهود الدولة لمواكبة ظهور التجارة الإلكترونية والاستفادة منها تثبت الاهتمام الطبيعي للمغاربة في هذا المجال.

صعود التجارة الإلكترونية في المغرب: نجاحات فردية واتجاهات عامة

من المتوقع أن يبلغ إجمالي سوق التجارة الإلكترونية العالمية 5.7 تريليون دولار في عام 2022. ومن المتوقع أن ينمو هذا الرقم خلال السنوات القليلة المقبلة، مما يدل على أن التجارة الإلكترونية التي لا تعترف بالحدود أصبحت خياراً مربحاً لتجار التجزئة عبر الإنترنت. قبل عامين، كان 17.8% فقط من المبيعات تتم من عمليات الشراء عبر الإنترنت. ومن المتوقع أن يصل هذا الرقم إلى 20.8% في عام 2023، بزيادة نقطتين مئويتين في حصة سوق التجارة الإلكترونية. من المتوقع أن يستمر النمو ليصل إلى 23% بحلول عام 2025، وهو ما يُترجم إلى زيادة قدرها 5.2 نقطة مئوية في خمس سنوات فقط (Keenan, 2022). مع 46.3% من إجمالي مبيعات التجزئة الإلكترونية على مستوى العالم وأكثر بقليل من 2.8 تريليون دولار من إجمالي المبيعات عبر الإنترنت في عام 2022، ستستمر الصين في الهيمنة على قطاع التجارة الإلكترونية العالمي. بالإضافة إلى ذلك، لديها 842.1 مليون مشتر رقمي أو 39.4% من جميع العملاء الرقميين في جميع أنحاء العالم، مما يجعلها أكبر سوق. في عام 2022، من المتوقع أن ينمو سوق التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة إلى أكثر من 904.9 مليار دولار، أي أكثر بقليل من الصين. مع 4.8% من حصة مبيعات التجزئة الإلكترونية، تعد المملكة المتحدة (UK) ثالث أكبر سوق للتجارة الإلكترونية بعد الصين والولايات المتحدة. اليابان (3%) وكوريا الجنوبية (2.5%) هي الدول التي جاءت بعد المملكة المتحدة (Keenan, 2022). هذا الارتفاع الهائل في التجارة الإلكترونية لم يكن غائباً في القارة الأفريقية، حيث لوحظت نفس التوقعات الإيجابية. وفقاً لمسح التجارة الاجتماعية للربع الأول من عام 2022، تشير

التقديرات إلى أن صناعة التجارة الاجتماعية في أفريقيا¹ والشرق الأوسط ستتمو بنسبة 70.3% سنوياً لتصل إلى 8 مليارات دولار في عام 2022. مع الاستخدام الواسع النطاق للمال عبر الهاتف المحمول في معظم أنحاء القارة الإفريقية، بعد أن تم إطلاق منطقة التجارة الحرة القارية (AfCFTA)، فإن سوق التجارة الإلكترونية الإفريقية يمثل فرصة هائلة للنمو الاقتصادي. حتى أن الاتحاد الأفريقي (AU) قد أدرج مكوناً للتجارة الرقمية في اتفاقية التجارة الحرة الإفريقية قائلاً إن نمو التجارة بين البلدان الإفريقية يعتمد على التجارة الرقمية، والتي تعد مكوناً أساسياً للتجارة الحرة. قرر مؤتمر الاتحاد الأفريقي دمج التجارة الرقمية في منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية في فبراير 2020. سيتم تضمين المخاوف المتعلقة بالتجارة الرقمية في بروتوكول سيكون، متى دخل حيز التنفيذ، مكوناً أساسياً لاتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية. لإدارة وتسريع محادثات بروتوكول التجارة الرقمية في إطار منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، شكل مجلس الوزراء لجنة التجارة الرقمية في مايو 2021. كل دولة طرف ممثلة في اللجنة (AfCFTA, 2022).

أدى الارتفاع المطرد في التجارة الإلكترونية في المغرب إلى تزايد الاهتمام بين المغاربة، وخاصة الشباب، للعمل في مجال الأعمال التجارية عبر الإنترنت. كان من الممكن أن تكون هذه الظاهرة قصصية لو لم تصبح اتجاهًا اجتماعيًا كبيراً في وسائل التواصل الاجتماعي المغربية حيث أنشأ العديد من رواد التجارة الإلكترونية قنوات على اليوتيوب وYouTube تتحدث عن تجربتهم وترفع من فرص نجاحهم في الوصول إلى التأثير المرغوب، وتتوقع نشاطهم الاقتصادي، وغالباً ما يبيعون الدورات عبر الإنترنت مثل: "كن بائعاً عبر الإنترنت". المثال الأكثر دلالة هو محمد باعبيت، المعروف أيضاً باسم سيمو لايف Simo Life، وهو رجل أعمال مغربي ومستشار في التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية. وهو المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة Youcan.shop، وهي منصة تسوق عبر الإنترنت، ومعروف على نطاق واسع بين وسائل الإعلام والجمهور كأحد رواد التجارة الإلكترونية في المغرب (Bajnane, 2022). مع ما يقرب من خمسمائة ألف مشترك على اليوتيوب، يشارك سيمو لايف القصص والإرشادات حول كيفية بدء عمل تجاري عبر الإنترنت. يعكس أتباعه الهائل العدد اهتمام المجتمع المغربي بالتجارة الإلكترونية وكيف يُنظر إلى التجارة الإلكترونية على نطاق واسع على أنها وسيلة قابلة للتطبيق لتحقيق الثروة. السؤال هنا هو تقييم ما إذا كانت التجارة الإلكترونية يمكن أن تكون حقاً ناقلاً للعمالة والنمو الاقتصادي للمغرب أو إذا كان قطاعاً يمكن أن ينجح فيه القليلون ويمكن أن يكون تحقيق التوظيف الجماعي صعباً إن لم يكن مستحيلًا. ومع ذلك، استثمرت الدولة المغربية بكثافة في هذه الوظائف الجديدة وخطوط النشاط وتعتقد أن الاقتصاد الرقمي يمكن أن يصبح حقاً وسيلة ضغط للظهور الاقتصادي للمغرب. مع صعود اقتصاد الخدمة عبر الإنترنت ومنصات مثل Fiverr، وهي منصة عالمية للعمل الحر، يمكن للمغاربة العمل مباشرة من منازلهم وتقديم خدماتهم للعالم بأسره. من خلال تجربة تصفح سريعة على الموقع، يمكننا أن نرى أن المغاربة يقدمون العديد من الخدمات على المنصة، وخاصة البرمجة وتصميم البرمجيات.

في الجزء التالي، سنحلل كيف يمكن للدولة الاستفادة من صعود التجارة الإلكترونية لخلق شمول اجتماعي واقتصادي وكيف شرع المغاربة في رحلة قيادة الأعمال عبر الإنترنت من خلال تحليل شهادتهم ونموذج أعمالهم. سنتحدث أيضاً عن اللوائح التي وضعتها

1. منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية هي منطقة تجارة حرة تشمل معظم أفريقيا. تأسست في عام 2018 من قبل اتفاقية التجارة الحرة القارية الإفريقية، التي تضم 43 طرفاً و11 موقعاً آخر، مما يجعلها أكبر منطقة تجارة حرة من قبل عدد من الدول الأعضاء بعد منظمة التجارة العالمية (WTO).

الدولة والقيود المفروضة على اعتبار نموذج التجارة الإلكترونية بمثابة تعزيز للاندماج الاجتماعي وقابلية التوظيف في المغرب.

التجارة الإلكترونية كمحور لتوظيف الشباب المغربي: الفرص والحدود

استكشاف التجارة الإلكترونية كعامل اندماج اجتماعي في المغرب

في المغرب، ينضم أكثر من 500 ألف شاب إلى القوى العاملة كل عام. سيبدأ ما يقرب من 300000 منهم في البحث عن عمل، على الرغم من أن الاقتصاد يضيف فقط أقل من 100000 وظيفة جديدة كل عام (Haut-Commissariat au Plan, 2022). في أحسن الأحوال، يمكننا دمج ثلثي الشباب في سوق العمل إذا تمكنا من مضاعفة معدل خلق فرص العمل، وهذا أمر متفائل للغاية. عندما نناقش اندماج الشباب في القوى العاملة، يتبادر إلى الذهن العمل المأجور السائد تاريخياً. إن ترتيب العمل هذا في خطر شديد، على الرغم من أن طبيعة العمل تتغير بشكل أساسي بسبب الثورة الرقمية، والأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والروبوتات، والمكاسب الإنتاجية المذهلة التي أصبحت ممكنة. يجب تهيئة الظروف المواتية لظهور أنشطة جديدة تلبي التوقعات الجديدة للمواطنين، والتي يمكن أن تكون مصدراً لخلق عشرات الآلاف من الوظائف الجديدة بالإضافة إلى الاستمرار في تحفيز وتشجيع نمو النظم البيئية التقليدية (الزراعية، والصناعة، والسيارات، والطيران، وما إلى ذلك) والصناعات الخدمية (تكنولوجيا المعلومات [IT] والعلاقات مع العملاء والسياحة، وما إلى ذلك). التجارة الإلكترونية هي من بين تلك الأنشطة الجديدة التي يمكن أن تمثل حدوداً جديدة للتوظيف ومساراً مرغوباً للشباب الذين يبحثون عن نموذج جديد للعمل أقل تقييداً من حيث ساعات العمل والهيكل التنظيمي. تسمح التجارة الإلكترونية بالحرية من حيث جدول الأعمال وإدارة الوقت وتوفر فرصة للعمل لحسابك الخاص، وهي ميزة كبيرة للجيل Y و Z، الذين هم تقليدياً أقل عرضة لقبول السلطة والهياكل الهرمية (Tulgan, 2016).

أعدت الدولة المغربية، من خلال مشاورات واسعة ولجنة خبراء، تقريراً عن النموذج الجديد للتنمية. بأمر من الإرادة الملكية، يمنح نموذج التنمية الجديد هذا مكان الصدارة لريادة الأعمال وخلق فرص العمل. وإدراكاً لتطور الصناعة 4.0 والقدرة المحدودة للدولة على استيعاب جميع الخريجين الذين يصلون بأعداد كبيرة إلى سوق العمل، فقد تم تعزيز ريادة الأعمال وريادة الأعمال الاجتماعية بقوة بين الشباب من خلال مبادرات مختلفة. أكد تقرير الهيئة، لنموذج التنمية الجديد، على دور ريادة الأعمال في القطاع الرقمي في تقريرها الختامي قائلاً: "سيكون من المهم أيضاً اغتنام فرص العمل، وريادة الأعمال للشباب في القطاع الرقمي من خلال عرض تدريب مبتكر يتكيف مع احتياجات القطاع الخاص (على سبيل المثال، 1337 مدرسة). أخيراً، تقترح المفوضية تحسين عرض الدعم لرواد الأعمال الشباب من خلال إنشاء مساحات دعم (على سبيل المثال، حاضنات) وكذلك برامج دعم تقني ومالي مخصصة بالتنسيق مع دعم السياسات الوطنية للشركات والمبادرات الإقليمية للإنعاش الاقتصادي للأقاليم" (Royaume du Maroc, 2021).

يثبت هذا البيان الواضح الأهمية التي توليها الدول والمسؤولون للقطاع الرقمي، وريادة الأعمال كنماذج للدمج الاجتماعي وعامل لقابلية التوظيف. عندما يتعلق الأمر بالاندماج الاجتماعي ومعدل التشغيل في المغرب، يمكننا القول إن هذا البعد كان كعب أخيل

لنموذج التنمية المغربي. في المغرب، وفقاً لبيانات المفوضية العليا للخطة (HCP)، ما يقرب من 40% من السكان الفاعلين ليس لديهم شهادة، و36% لديهم مستوى متوسط وحوالي 25% يحملون شهادة علمية عالية المستوى؛ ووفقاً لدراسة حديثة أجراها المرصد الوطني للتنمية البشرية ومنظمة الأمم المتحدة للطفولة (UNICEF)، فإن أكثر من 28% من الشباب المغربي ليسوا في مرحلة التعليم أو التوظيف أو التدريب (NEETs)²، وهو ما يمثل ما يقرب من 1.7 مليون شاب تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة. ومن بينهم، بالكاد 22% في بحث دائم ونشط عن عمل. هذه الأرقام، على الرغم من التحسن الملحوظ، تبدو مقلقة للغاية، مما يمنح المغرب تحدياً لا مفر منه لتحسين المؤهلات لتعزيز القدرة التنافسية. فكرة تحسين رأس المال البشري هي في صميم الاستراتيجيات المغربية من حيث التعليم والتعليم العالي والتكوين المهني. يتم تنفيذ إصلاحات واسعة النطاق لتحسين الوصول إلى المدارس وجودة التعليم العالي، بينما تقوم العديد من مراكز التدريب المهني ببناء استراتيجيات جديدة تدور حول اكتساب المهارات لوظائف المستقبل. على سبيل المثال، يقترح مكتب التدريب على المهارات وتعزيز العمل (المعروف باسم OFPPT) التدريب على البرمجة والعديد من الدورات التدريبية التي تركز على تكنولوجيا المعلومات. يمكن أن تستوعب وظائف التجارة الإلكترونية والإنترنت هؤلاء المغاربة المدربين حديثاً ويمكن اعتبار هذا السوق فرصة متزايدة للشباب المغربي للعمل لحسابهم الخاص أو العمل عن بُعد في مجالات مثل هندسة البرمجيات والبرمجة وتصميم الويب.

أظهرت الحكومة استعداداً قوياً للاستفادة من الصناعات الرقمية لتعزيز معدلات التنمية والتوظيف. حتى في المجالات غير التقليدية، مثل ألعاب الفيديو وتصميمها، أظهرت الحكومة المغربية حرصاً على الاستثمار. أعلنت وزارة الشباب والرياضة أن المغرب يخطط لإنشاء منطقة مخصصة للألعاب في السنوات المقبلة تسمى Cité du gaming بهدف إنشاء نظام بيئي منظم ومستدام يوفر فرص العمل ويضيف قيمة، وبالتالي قد يضع المغرب على خريطة اللاعبين الدوليين في هذا القطاع. ستكون مدينة الألعاب الجديدة في وسط مدينة العرفان وسيتم إنشاءها بموقع استراتيجي قرب المدينة. سيتم تطويرها بشكل مشترك من قبل القطاعين العام والخاص على قطعة أرض تبلغ مساحتها 58000 متر مربع، وبالتالي يهدف المغرب إلى خلق 3300 فرصة عمل في المدينة و5000 في النظام البيئي بأكمله.

في مفهوم الورقة، لا تشير التجارة الإلكترونية فقط إلى تبادل السلع على الإنترنت، ولكن أيضاً إلى تبادل الخدمات والصناعات الجديدة التي تظهر بفضل الإنترنت وتطور التكنولوجيا. في هذا الفصل، أظهرنا أن الحكومة المغربية ترى بوضوح أن الفضاء الرقمي هو أحد الحلول الرئيسية لقضية الاندماج الاجتماعي والبطالة. وصفنا العديد من المبادرات التي اتخذتها الحكومة المغربية لتعزيز ومواكبة رواد الأعمال والعاملين في مجال التجارة الإلكترونية. في الفصل التالي، سنرى كيف يحاول المغرب حماية القطاعات التقليدية، مثل الحرف اليدوية، من صعود التجارة الدولية عبر الإنترنت وما هي حدود النموذج.

2. يشير مصطلح NEET إلى شخص عاطل عن العمل ولا يتلقى تعليماً أو تدريباً مهنيّاً. نشأ هذا التصنيف في المملكة المتحدة (المملكة المتحدة) في أواخر التسعينيات.

أنظمة وحدود وآفاق تطوير التجارة الإلكترونية في المغرب

أحد القيود الرئيسية للتجارة الإلكترونية هو احتمال الاحتيال والجرائم الإلكترونية. مع إجراء المزيد والمزيد من المعاملات المالية عبر الإنترنت، تزداد مخاطر سرقة الهوية والاحتيال على بطاقات الائتمان. نفذت الحكومات العديد من اللوائح والقوانين لحماية المستهلكين والشركات، مثل معيار أمان بيانات صناعة بطاقات الدفع (PCI DSS) في الولايات المتحدة. تضع هذه اللوائح إرشادات للتعامل الآمن مع المعلومات المالية الحساسة وتفرض استخدام الخوادم الآمنة وتقنيات التشفير.

قيد آخر للتجارة الإلكترونية هو احتمال إرباك المستهلك وخداعه. مع الكم الهائل من المعلومات والمنتجات المتاحة عبر الإنترنت، قد يكون من الصعب على المستهلكين التمييز بين المواقع الشرعية والمخادعة. لحماية المستهلكين، نفذت الحكومات قوانين حماية المستهلك، مثل قاعدة الخصوصية والأمن عبر الإنترنت الصادرة عن لجنة التجارة الفيدرالية (FTC)، والتي تتطلب من مواقع الويب الكشف بوضوح عن سياسات الخصوصية الخاصة بها واتخاذ خطوات معقولة لحماية معلومات المستهلك. بالإضافة إلى هذه الحدود، هناك أيضاً العديد من اللوائح التي تنطبق تحديداً على أعمال التجارة الإلكترونية. على سبيل المثال، تتطلب اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي (EU) من الشركات حماية البيانات الشخصية لمواطني الاتحاد الأوروبي والحصول على موافقتهم قبل جمع بياناتهم أو استخدامها.

على الصعيد القانوني في المغرب، لا تزال هناك تحديات تواجه قطاع التجارة الإلكترونية. يتمثل أحد التحديات الرئيسية في عدم وجود إطار قانوني واضح وتنظيم للتجارة الإلكترونية. بينما نفذت الحكومة المغربية بعض القوانين، مثل قانون حماية البيانات الشخصية، لا تزال هناك حاجة إلى إطار قانوني أكثر شمولاً لحماية المستهلكين والشركات. بالإضافة إلى ذلك، هناك نقص في البنية التحتية، مثل أنظمة التسليم الموثوقة وبوابات الدفع، وهو أمر ضروري لنمو التجارة الإلكترونية في الدولة. الوكالة المغربية لتنمية التجارة الإلكترونية (AMDE) هي المسؤولة عن تعزيز ودعم تطوير التجارة الإلكترونية في البلاد. الجمعية المغربية للتجارة عبر الإنترنت (AMCO) هي جمعية مهنية تمثل مصالح الأعمال التجارية عبر الإنترنت في المغرب. أحد التحديات الرئيسية التي تواجهها هذه الوكالات هو انعدام الثقة عند المستهلكين، الذين يترددون في كثير من الأحيان في إجراء عمليات شراء عبر الإنترنت. ويرجع ذلك جزئياً إلى نقص الوعي بالحقوق والحماية الممنوحة لهم بموجب القانون. بالإضافة إلى ذلك، هناك نقص في منصات التجارة الإلكترونية المحلية الموثوقة والجديرة بالثقة، مما قد يجعل من الصعب على المستهلكين العثور على المنتجات وشرائها عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، أثبتت الأحداث الأخيرة ضرورة تعزيز البنية التحتية للتجارة الإلكترونية والأمن السيبراني في المغرب. في عام 2022، أدى حادث فني إلى توقف جميع البطاقات المصرفية المغربية في جميع أنحاء المغرب (Brequeville, 2022). لم يمكن إجراء أي عملية سحب أو دفع على محطات الدفع الإلكترونية. دعر كبير استولى على حاملي البطاقات وكذلك جميع التجار وعلامات التوزيع وغيرها. كانت هذه هي المرة الثالثة في عام 2022 التي يقع فيها مثل هذا الحادث بالبطاقات المصرفية؛ وقد حدث آخر مرة في أبريل، حيث وضع نظام الدفع بالبطاقة بالكامل في وضع الاستعداد لأكثر من أربع ساعات. وبحسب مصادر من مركز النقديتات، فإن هذه مشكلة فنية على مستوى مفاتيح عالية الأداء، والتي تتيح توجيه جميع العمليات المصرفية الإلكترونية للبطاقات المصرفية المغربية. على الرغم من أن المغرب لديه أحد أنظمة الدفع بالبطاقات عبر الإنترنت الأكثر أماناً والأكثر موثوقية، إلا أن هذا النوع من الحوادث

الفنية يتطلب نظام مراقبة معزز ومراجعة مخاطر الأمن السيبراني المختلفة الموجودة في سوق التجارة الإلكترونية المغربي. في الواقع، مخاطر الأمن السيبراني حقيقية، خاصة تلك المرتبطة بتسريب البيانات الشخصية للمستخدمين. بحلول نهاية عام 2022، أعلنت اللجنة الوطنية لمراقبة حماية البيانات الشخصية (CNDP) عن الآليات المختلفة التي وضعتها للسيطرة على تسرب البيانات الشخصية والمعاقبة عليه. تتحمل المفوضية مسؤولية إنفاذ القانون رقم 08-N09، الذي يضمن الحماية الفعالة للأفراد ضد إساءة استخدام البيانات التي من المحتمل أن تنتهك خصوصيتهم ومواءمة النظام المغربي لحماية البيانات الشخصية مع تلك الخاصة بشركائه، وخاصة الأوروبيين.

تحاول الحكومة المغربية أيضاً تنظيم قطاع التجارة الإلكترونية لتعزيز المنتجات الوطنية وضمان ازدهار المنتجين المحليين. ووفقاً للسلطات، فإن هذا التطور الجامح للتجارة الإلكترونية في المغرب يفسر من خلال الازدياد المذهل للتجار المغاربة الذين استفادوا حتى الآن من إعفاء الشحنات التي تقل قيمتها عن 1250 درهماً من جميع الرسوم الجمركية لشراء منتجات جميع الأنواع (الملابس - المجوهرات - الإلكترونيات - مواد اصنعها بنفسك - قطع غيار السيارات) قبل بيعها في السوق المحلي. هذا كافٍ لإحداث عجز كبير من حيث الأرباح الضريبية التي قررت الدولة أخيراً معالجتها، حتى أنها دفعت البعض للمطالبة بالمضي قدماً من خلال استهداف مجالات أخرى، مثل المؤثرين على الويب، وخاصة عمالقة الإنترنت Google و Apple و Facebook و Amazon (GAFA) الذين عملوا على التهرب من الضرائب في عدة دول، بما في ذلك المغرب، وتحتكر حجم نصيب الأسد من سوق الإعلانات في المملكة مما أثار استياء وسائل الإعلام والناشرين المحليين. ومع ذلك، فإن الحديث عن المصلحة الوطنية وحماية الصناعة الوطنية لا يسير على ما يرام لدى الجميع. في مجموعات على الشبكات الاجتماعية تجمع مئات الآلاف من العملاء المغاربة، يكون الغضب عاماً. هذه القنوات، التي عادة ما تتبادل النصائح العملية، أو تبيع المنتجات التي تم شراؤها بالفعل، أو حتى تطلب الطلبات من المشتريين الأكثر خبرة، تحولت إلى مساحة كبيرة للمناقشة الافتراضية. كانت بعض حجج هؤلاء المعترضين هي أن الإنتاج المحلي كان أكثر تكلفة وأقل جودة عامة وأن هذا خلق فرص عمل وفرص عمل للعديد من الشباب المغربي.

فيما يتعلق بالتنظيم والمواقف، تتأرجح الحكومة بين ضرورة تشجيع نمو قطاع التجارة الإلكترونية والاستفادة منه وأهمية حماية الصناعة المحلية. في السنوات الأخيرة، اعترفت الحكومة المغربية بالإمكانات الهائلة للتجارة الإلكترونية وجاذبية هذا القطاع تجاه الشباب. ومع ذلك، يجب بذل العديد من الجهود لضمان أن التجارة الإلكترونية هي ناقل للاندماج الاجتماعي والنمو الاقتصادي والقيمة المضافة. علاوة على ذلك، يجب أن تكون ضرورة ضمان حماية مستخدمي الإنترنت من الهجمات الإلكترونية وإنشاء مساحة آمنة على الإنترنت من أولويات الحكومة.

الاستنتاجات والتوصيات المتعلقة بالسياسة العامة

الاستنتاجات

التجارة الإلكترونية لديها القدرة على أن تكون أداة قوية لتعزيز الشمولية الاجتماعية. من خلال توفير الوصول إلى السلع والخدمات للأفراد الذين ربما تم استبعادهم سابقاً من الاقتصاد التقليدي، يمكن أن تساعد التجارة الإلكترونية في تكافؤ الفرص وتوفير فرص جديدة للفئات المهمشة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضاً تصميم منصات التجارة

الإلكترونية لتعزيز الشمولية من خلال توفير إمكانية الوصول للأفراد ذوي الإعاقة وتقديم مجموعة متنوعة من خيارات الدفع للأفراد الذين قد لا يتمكنون من الوصول إلى الأشكال التقليدية للخدمات المصرفية. ومع ذلك، من المهم أيضاً ملاحظة أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تعزز أيضاً عدم المساواة القائمة إذا لم يتم تنظيمها ورصدها بشكل صحيح. لذلك، من الأهمية بمكان أن يعمل صانعو السياسات العامة والشركات وأصحاب المصلحة الآخرون معاً لضمان أن التجارة الإلكترونية شاملة ومتاحة للجميع.

يشهد قطاع التجارة الإلكترونية نمواً سريعاً ولديه القدرة على إفادة المستهلكين والشركات على حدٍ سواء. ومع ذلك، بدون تنظيم مناسب، يمكن أن يؤدي قطاع التجارة الإلكترونية أيضاً إلى عواقب سلبية مثل الاحتيال، واستغلال المستهلك، واحتكار السوق. لذلك، من الأهمية بمكان أن تضع الحكومة والهيئات التنظيمية الأخرى ذات الصلة لوائح لحماية المستهلكين وتعزيز المنافسة العادلة في قطاع التجارة الإلكترونية. يمكن أن يشمل ذلك تدابير مثل إنفاذ قوانين حماية المستهلك، ومراقبة الأسواق عبر الإنترنت بحثاً عن نشاط احتيالي، وتنفيذ تدابير لمنع شركات التجارة الإلكترونية الكبيرة من استخدام هيمنتها على السوق لخنق المنافسة.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تكون اللوائح مرنة بما يكفي للتكيف مع الطبيعة المتغيرة باستمرار للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية. من خلال تنفيذ هذه اللوائح وإنفاذها، يمكن لقطاع التجارة الإلكترونية الاستمرار في الازدهار مع ضمان سلامة ورفاهية المستهلكين. مع التقدم المستمر في التكنولوجيا والعدد المتزايد من المستهلكين الذين يتحولون إلى منصات الإنترنت لتلبية احتياجات التسوق الخاصة بهم، من المتوقع أن تستمر التجارة الإلكترونية في النمو والتطور في السنوات القادمة. يمكننا أن نتوقع رؤية المزيد والمزيد من الشركات، بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم (SMEs)، تبني التجارة الإلكترونية للوصول إلى عملاء جدد وتوسيع أسواقها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي دمج التقنيات الجديدة، مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والمُعزز والبلوك تشين blockchain، إلى توفير فرص وفوائد جديدة للتجارة الإلكترونية، مثل تجارب التسوق الشخصية، وأتمتة الخدمات اللوجستية، وتعزيز الأمن. علاوة على ذلك، أدى نمو التجارة الإلكترونية أيضاً إلى ظهور نماذج أعمال جديدة، مثل التجارة الإلكترونية القائمة على الاشتراك، والتجارة الاجتماعية، والأسواق.

توصيات السياسة العامة

- استفد من إمكانات التجارة الإلكترونية لتعزيز الاندماج الاجتماعي من خلال توفير التدريب والقروض الصغيرة للفئات الضعيفة حتى يتمكنوا من بدء أنشطتهم عبر الإنترنت.
- شجع الشركات الصغيرة المحلية على الذهاب إلى جميع أنحاء العالم بمبيعاتها من خلال مساعدتها في التحول إلى الرقمنة.
- الاستثمار في المؤسسات المشرعة العامة المسؤولة عن الأمن السيبراني وسلامة الإنترنت لضمان بيئة آمنة على الإنترنت.
- الترويج لمواقع التجارة الإلكترونية المحلية عبر الإنترنت وتنفيذ هيكل ضريبي عادل ورشيق لتشغيل المؤسسات عبر الإنترنت.
- يجب الاهتمام بالتكوين الجامعي في مجالات البرمجيات والأمن السيبراني والتقنيات الجديدة لتغطية طلب السوق.

المصادر والمراجع

AfCFTA. (2022). Digital Trade. African Union. <https://au-afcfta.org/trade-areas/digital-trade/BAJNANE, I. Simo life, a success story. SNRT-news. Retrieved from https://snrtnews.com/article/50746>

BREQUEVILLE, B. (2022). Incident technique HPS : tout le système monétique national a été impacté. Medias24. Retrieved from <https://medias24.com/2022/04/25/incident-technique-hps-tout-le-systeme-monetique-national-a-ete-impacte/>

CENTRE MONÉTIQUE INTERBANCAIRE. (2022). Chiffres clés. Retrieved from <https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles/nos-publications?category=62>

CHANNAJE, A. (2021). Métier du digital et de l'offshoring : les mesures prioritaires que les professionnels recommandent au gouvernement. L'Opinion. Retrieved from https://www.lopinion.ma/Metiers-du-digital-et-de-l-Offshoring-Les-mesures-prioritaires-que-les-professionnels-recommandent-au-gouvernement_a12080.html#:~:text=L'Offshoring%20au%20Maroc%20conna%C3%AEt,%C3%A0%20l'export%20fin%202019.

HAUT-COMMISSARIAT AU PLAN. (2022). Employment data from the High Commission of Planning. Retrieved from https://www.hcp.ma/Emploi-chomage-activite_r123.html

KEENAN, M. Global E-commerce Explained: Stats and Trends to Watch. Shopify. <https://www.shopify.com/enterprise/global-e-commerce-statistics#:~:text=The%20global%20e-commerce%20market%20is,profitable%20option%20for%20online%20retailers.>

LESECO. (2021). Offshoring : un potentiel de 50.000 emplois à l'horizon 2023. Retrieved from <https://leseco.ma/maroc/offshoring-un-potentiel-de-50-000-emplois-a-lhorizon-2023.html>

M.E.O. (2022). E-commerce : Le Maroc peut et doit mieux faire. Medias24. Retrieved from <https://medias24.com/2022/05/26/e-commerce-le-maroc-peut-et-doit-mieux-faire/>

ROYAUME DU MAROC. (2021). Le nouveau modèle de développement. Libérer les énergies et restaurer la confiance pour accélérer la marche vers le progrès et la prospérité pour tous. Rapport general. Retrieved from https://www.csmd.ma/documents/Rapport_General.pdf

ROYAUME DU MAROC. (2022). Cour des comptes. Retrieved from <https://www.courdescomptes.ma/fr/Page-27/publications/rapport-particulier/evaluation-de-la-strategie-maroc-numeric-2013---synthese/3-86/>

SANWO, B. (2021). What will it take to build the future of e-commerce in Africa? Techcabal. Retrieved from <https://techcabal.com/2021/09/10/what-will-it-take-to-build-the-future-of-e-commerce-in-africa/#:~:text=In%202020%2C%20the%20African%20e,the%20global%20average%20of%2012%25.>

TULGAN, B. (2016). Why do so Many Gen Zers Seem to Lack that Old-Fashioned "Followership?". Huffington Post. Retrieved from https://www.huffpost.com/entry/gen-zers-lack-followership_b_7965876

