



التجارة الإلكترونية وفلسطين

حملة-المركز العربيّ لتطوير الإعلام الاجتماعيّ
"التجارة الإلكترونيّة وفلسطين - ممنوع الوصول
الحقوق الرقميّة للفلسطينيين"

طاقم البحث: زين أبو دقة، سري طه
فريق الإعداد: أليسون كارمل، لينا حجازي، أليسا فيستشر
الترجمة للغة العربيّة: خالد السيد
تصميم: أمل شوفاني

تواصل معنا:

info@7amleh.org | www.7amleh.org

Tel: +972 (0)774020670



إصدار حملة-المركز العربيّ لتطوير الإعلام الاجتماعيّ
تم انجاز هذا البحث بدعم من جمعية الاتصالات التقدمية

ترخيص المشاع الإبداعيّ- غير تجاريّ- حصة مماثلة 4.0 (CC BY NC SA 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>

المحتوى

الملخص التنفيذي	04
الاقتصاد الرقمي في فلسطين	06
ازدهار التجارة الإلكترونية عالمياً	06
تجارب فلسطينية في الاقتصاد الرقمي	09
الشراء عبر الإنترنت: لمحة عن رحلات المستخدمين	09
البيع عبر الإنترنت: لمحة عن رحلات البائعين	11
العمل عبر الإنترنت: لمحة عن رحلات المهنيين المستقلين	17
هل فلسطين جاهزة للتجارة الرقمية؟	20
القوة الشرائية	20
الجهوزية الرقمية	22
الجهوزية المالية	24
الجهوزية اللوجيستية	27
البيئة القانونية والسياساتية	30
خلاصة وتوصيات	32
الوصول الرقمي	32
الوصول المالي	33
اللوجستيات المتكاملة	33
سياسة	34
عن مركز حملة	35

الملخص التنفيذي

يمثل الاقتصاد الرقمي أحد أسرع القطاعات الاقتصادية نموًا في مجمل النشاط الاقتصادي عالميًا. ومع ذلك، وكما يوضح هذا التقرير، لا زال الفلسطينيون يعانون من التمييز من قبل دول وشركات، عندما يتعلق الأمر بإمكانية وصولهم للاقتصاد الرقمي. ورغم أنّ مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة يؤكّد على أن "حقوق الإنسان يجب أن تكون محمية على الإنترنت أيضًا"¹، إلا أنّ الحكومة الإسرائيلية تواصل استغلالها غير القانوني للموارد الفلسطينية، المستمر منذ عقود طويلة، لمصلحة الاقتصاد الإسرائيلي، وتحاول ممارسة سياسة الإفقار التنموي ضد الاقتصاد الفلسطيني². كما أنّ هناك شركات قد استفادت أيضًا من غياب المساءلة حول مشاركتها في انتهاكات حقوق الإنسان، والتي تشمل السماح للمستوطنات الإسرائيلية والمشاريع الاستيطانية، الوصول إلى منصات التجارة الإلكترونية، في حين تحرم الفلسطينيين من الوصول إليها. لقد أضّر هذا التمييز الرقمي بتنمية الاقتصاد الفلسطيني، وحرّم ملايين الفلسطينيين، الذين يعانون من أصعب الظروف المعيشية في العالم، من فرص العمل.

ينص القانون الدولي لحقوق الإنسان على التزامات وواجبات يتحمّم على الدول احترامها، حيث من المفروض أن تقوم باحترام وحماية وتطبيق حقوق الإنسان بموجب هذا القانون الدولي. تُعدّ حماية حقوق الإنسان على الإنترنت، كما خارجه، أمرًا بالغ الأهمية لضمان الحصول العادل على الفرص الاقتصادية التي يوفّرها الاقتصاد الرقمي. وهذا صحيح بشكل خاص في حالة فلسطين، التي اعترفت بها المجتمع الدولي كمنطقة محتلة. لذا، وبموجب قانون الاحتلال، يتوجّب على إسرائيل أن تدير المنطقة بما يتماشى مع مصلحة المجتمع المحلي؛ ويتمثل ذلك، بشكل عام، في الحفاظ على الوضع الراهن في المنطقة المحتلة، وحماية واحترام، وتعزيز حقوق السكان المحتملين المحميين. وبالتالي، يجب على إسرائيل أن تتخذ إجراءات إيجابية لتسهيل التمتع بهذه الحقوق، للفلسطينيين، وحماية الأفراد والمجموعات من انتهاكات حقوق الإنسان، وإلا سيكون عليها مواجهة العواقب من قبل المجتمع الدولي.

ضمن هذا السياق، يعدّ تطوير وتطبيق السياسة الاقتصادية والسياسية الوقائية والإنتاجية أمرًا ضروريًا، وكذلك تحديد تمكينٍ للتنمية الاقتصادية داخل الضفة الغربية وغزة. رغم هذه القيود، تقوم جهات محلية فاعلة، بما في ذلك السلطة الوطنية الفلسطينية، باتباع أساليب مبتكرة من أجل المشاركة في التجارة الإلكترونية وتسخير إمكانياتها من أجل تنمية أعمالها التجارية، كما هو موضح في هذا التقرير.

يأتي هذا البحث ضمن سلسلة أبحاث حول حقوق الإنسان الفلسطيني في الفضاء الرقمي قمنا بها في مركز "حملة"، كمنظمة تعنى بالحقوق الرقمية الفلسطينية. في الأعوام الأخيرة، تضمّنت أبحاثنا المتعلقة في مجال الاقتصاد الرقمي تقريرًا أصدرناه تحت عنوان "اتصال متقطع" (2019)³، يفصّل السيطرة الإسرائيلية على البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفلسطينية، وتأثيرها على حقوق الفلسطينيين الرقمية. إضافة إلى ذلك، أجرينا بحثًا حول منالية "باي بال" (PayPal) للفلسطينيين، وأطلقنا حملة مناصرة من أجل هذه الغاية، وقمنا بإعداد تقرير بعنوان "فلسطين وباي بال"⁴.

ويستكشف هذا البحث، "التجارة الإلكترونية وفلسطين-ممنوع الوصول"، تجربة الفلسطينيين المنخرطين بالتجارة الإلكترونية، في الضفة الغربية وغزة. وبالاعتماد على مقابلات أجريت مع ربايين في

1. Szoszkiewicz, Łukasz (30 September 2018). "Internet Access as a New Human Right? State of the Art on the Threshold of 2020". 8: 50. doi:10.14746/ppuam.2018.8.03

2. De-develop: استخدم الباحثون مصطلح

3. 7amleh (2019). "Connection Interrupted" Accessed at: <https://bit.ly/2UQ3hG9>

4. 7amleh (2019). "Connection Interrupted" Accessed at: <https://bit.ly/2UQ3hG9>

مجالات التجارة الإلكترونية، ومختصين في الاقتصاد الرقمي، يتتبع هذا التقرير جولات عدد من الفلسطينيين في عالم التجارة الإلكترونية، ويحلل قدرتهم على الانخراط فيه، ويفحص الحواجز والتحديات التي تعترض طريقهم. ننظر في الفصل الأول، "الاقتصاد الرقمي في فلسطين"، بإيجاز، إلى انتشار ازدهار الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، على الصعيدين الإقليمي والعالمي، بما في ذلك المعاملات التجارية بين الشركات المختلفة، والمعاملات التجارية بين الشركات والمستهلكين. ونلخص التحديات العالمية التي تواجه التجارة الإلكترونية، بما في ذلك المصاعب اللوجستية للاستيراد والتصدير، والرسوم الجمركية والضرائب. وفي الفصل الثاني، "تجارب الفلسطينيين في الاقتصاد الرقمي"، نحلل المسارات التي يسلكها الفلسطينيون عندما يجرون عمليات شراء أو بيع على الإنترنت، ومحاولاتهم الوصول إلى منصات تجارة إلكترونية مختلفة. وأخيرًا، في الفصل الثالث، "الجهوية الفلسطينية"، نظهر مدى جهوية المؤسسات العامة والفلسطينية للتجارة الإلكترونية. وعلى الرغم من أن الفلسطينيين ومؤسساتهم مستعدون للانخراط في التجارة الإلكترونية، إلا أن هذا الفصل يوضح أن هناك غيابًا لبيئة تمكينية للتنمية الرقمية والتجارة الإلكترونية. وفي الختام نطرح توصيات للحكومات والشركات والأطراف الدولية المعنية.

ومع مرور فلسطين في عملية الرقمنة، فإنه من الضروري أن تطور الحكومات والشركات، سياسات وممارسات تتماشى مع معايير ومبادئ حقوق الإنسان. كما ينبغي وضع سياسات جديدة تستند إلى البحوث والأدلة والتشاورات مع مختلف الأطراف المعنية، بما في ذلك بعض الفئات الأكثر ضعفًا في المجتمع، وخاصة النساء والشباب. ويجب على الحكومات، والقطاع المصرفي، وشركات التجارة الإلكترونية، ضمان ألا تتسبب سياساتها وممارساتها بتمييز رقمي، وأن تطور مسارات فعالة للإدماج المالي للفلسطينيين في الاقتصاد الرقمي. كما أنه من الضروري تخفيض تكاليف حركة اليد العاملة، ورأس المال، والبضائع، بقدر الإمكان، لكي تكون شركات التجارة الإلكترونية قادرة على تحمّل نفقاتها، وهذا يتطلب من الحكومات إزالة الحواجز، والاستثمار في أنظمة لوجستية أكثر فعالية، وفي عمليات إدارية أكثر كفاءة.

في الختام، تبين سلسلة قيمة التجارة الإلكترونية، كيف يعيق الاحتلال تطور الاقتصاد الفلسطيني، وينتهك حقوق الإنسان الفلسطيني، عبر عدم الوفاء بالاتفاقيات السياسية، وممارسة التمييز الرقمي. علاوة على ذلك، تسلط الضوء أيضًا، على الدور الذي تلعبه الشركات التكنولوجية، التي تقدم الخدمات المالية الأساسية لتنجيع التجارة الإلكترونية، في حرمان الفلسطينيين من حقوقهم الإنسانية. أخيرًا، من المهم أن ندرك أنه على الرغم من هذه التحديات، تزداد أهمية التجارة الرقمية في تمكين الناس في فلسطين من الوصول إلى حقوقهم الإنسانية، ما يعزز مدى أهمية التجارة الإلكترونية لتنمية الأسواق الاقتصادية التي تخدم أولئك الذين يعيشون في السياقات غير المحصنة، كالخضوع للاحتلال، أو العيش في مناطق غير ساحلية ومحاصرة، مثل الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة.

الاقتصاد الرقمي في فلسطين

منذ أكثر من عقدين، يقوم الاحتلال الإسرائيلي بوضع قيود على الاقتصاد الفلسطيني في غزة والضفة الغربية، تتضمن تقييد حرية الحركة، والوصول، والتجارة، ما أبقى مستويات الاستثمار في انخفاض حاد، وأسفر عن إفقار تنموي، ومنع التصنيع. تستمر القيود المفروضة على الحركة والتجارة في الضفة الغربية، كما في قطاع غزة المحاصر منذ عقد من الزمن، في إفراغ القطاع الإنتاجي، ومنع الاقتصاد من تحقيق إمكاناته.

لقد ساعدت التحويلات المالية الضخمة، التي تأتي في معظمها على شكل معونات، بكسر حدة تأثير الاحتلال، جزئياً، عبر تغذية النمو المدفوع بالاستهلاك. إذ كان النمو الاقتصادي في الضفة الغربية وغزة، خلال العقد الماضي، مدفوعاً، بشكل أساسي، بالاستهلاك الممول عبر المساعدات والحوالات المالية، ومؤخراً عبر الائتمان أيضاً. ومع ذلك، فإن هذه التحويلات آخذة في الانخفاض منذ عام 2009، وقد شهدت انخفاضاً حاداً بين عامي 2017 و2018، وخاصة في غزة، مما أدى إلى انحدار مسار نمو الاقتصاد الكلي، وكشف هشاشة نموذج التنمية القائمة على المعونات.

في عام 2018، تباطأ النمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في غزة والضفة الغربية، إلى أقل من 1%، متأثراً بتراجع النشاط في غزة، الذي بلغ -5.9%⁵. وبقي النمو الحقيقي في الضفة الغربية، إيجابياً بنسبة 3.1% عام 2018، مدعوماً بنشاط أقوى في قطاعات التصنيع، والبناء، وتجارة الجملة والتجزئة.

وفي موازاة تباطؤ النمو الاقتصادي، ارتفع معدل البطالة في غزة والضفة الغربية باضطراد في الأعوام الأخيرة، متخطياً الـ 30.8% في عام 2018. وفي حين أنّ المشاركة منخفضة على مستوى الاقتصاد ككل، إلا أنّ معدلات البطالة أسوأ بكثير في غزة، حيث اقتربت من 52% في عام 2018، مقارنة بحوالي 15% في الضفة الغربية، كما أنّ البطالة تنتشر بشكل بين الشباب في قطاع غزة، حيث تشكل نسبة العاطلين عن العمل بين الشباب الثلثين.⁶

ومع استمرار فرض الاحتلال الإسرائيلي، قيود على الحركة والتجارة، فإن إتاحة الوصول إلى الاقتصاد الرقمي العالمي من خلال التجارة الإلكترونية، قد تكون بمثابة عامل تمكين مهم لاستمرار الصمود الفلسطيني. ويمكن أن تتيح التجارة الإلكترونية للمشتريين الفلسطينيين في غزة والضفة الغربية، إمكانية الحصول على مجموعة واسعة من المنتجات بأسعار أرخص. كما يمكنها أن تولد دخلاً للباعة والتجار الفلسطينيين، وتوفير فرص عمل للآلاف، عبر الإنترنت.

ازدهار التجارة الإلكترونية عالمياً

• ما هي التجارة الإلكترونية؟

في آب/ أغسطس عام 1994، باع رجل قرصاً مدمجاً لفرقة "ستينغ" Sting الموسيقية عبر موقعه الإلكتروني "نت ماركت" (NetMarket). كانت هذه المرة الأولى التي يقوم بها مستهلك ما بشراء طلبية عبر الإنترنت، أو ما نطلق عليه اليوم اسم "التجارة الإلكترونية". تتطرق التجارة الإلكترونية إلى

5. World Bank Group. (2019): Economic Monitoring Report to the Ad Hoc Liaison Committee. Retrieved from: <https://bit.ly/2YQc9LT>

6. World Bank Group. (2019): Economic Monitoring Report to the Ad Hoc Liaison Committee. Retrieved from: <https://bit.ly/2YQc9LT>

المعاملات التجارية التي يسهّلها الإنترنت.⁷ وهي تنطوي على بيع وشراء البضائع والخدمات عبر الإنترنت، وتشمل استخدام أنظمة وأدوات متنوعة، لتنفيذ هذه المعاملات التجارية. ويمكن اعتبار التجارة الإلكترونية، التي يمكن إجراؤها باستخدام أجهزة الحاسوب أو الأجهزة اللوحية أو الهواتف الذكية، بمثابة نسخة رقمية من نموذج التسوّق عبر البريد. وتتوفّر جميع المنتجات والخدمات التي يمكن تحيّلها تقريبًا من خلال معاملات التجارة الإلكترونية، بما في ذلك الكتب والموسيقى، وتذاكر الطائرات، والخدمات المالية، مثل الاستثمار في الأسهم والخدمات المصرفية عبر الإنترنت.

وتعمل التجارة الإلكترونية في جميع تفرّعات السوق الرئيسية الأربعة التالية:

1. المعاملات بين الشركات: وهو النموذج الأكثر شيوعًا للتجارة الإلكترونية، ويشير إلى المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات، حيث يكون الزبون شركة أخرى. ومن الأمثلة على ذلك "سيج" (Sage)، وهو برنامج لإدارة الحسابات والفواتير، مُخصّص للشركات الصغيرة، ويستند إلى الحوسبة السحابية.

2. المعاملات بين الشركة والمستهلك: وهي المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات والمستهلكين عبر الإنترنت. وغالبًا ما يعمل تجار التجزئة على الإنترنت، بهذا النموذج على سبيل المثال، تقدم شركات مثل "إيكيا" (IKEA) و"تيسكو" (Tesco) و"ولمارت" (Walmart)، لزيائنها في الضفة الغربية وقطاع غزّة إمكانية الشراء عبر الإنترنت.

3. المعاملات بين المستهلكين: تُعد المعاملات التجارية بين المستهلكين، أحد الأنواع السابقة لنماذج أعمال التجارة الإلكترونية. ويُجرى هذا النوع من المعاملات على الإنترنت، في سوق مثل "إيباي" (eBay).

4. المعاملات بين المستهلك والشركة: وهي المعاملات التي يتيح عبرها المستهلكون منتجاتهم أو خدماتهم للشركات، ويساهمون في القيمة النقدية للشركة. ومن الأمثلة على ذلك مشاريع التمويل الجماعي، ومواقع الصور الفوتوغرافية حيث يشتري الناس مباشرة من مصورين مختلفين.

• اتجاهات عالمية وإقليمية

خلال العام الحالي فقط، بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية بالتجزئة نحو 3.53 ترليون دولار أميركي عالميًا.⁸ وتشير التقديرات إلى أن مبيعات التجارة الإلكترونية ستصل إلى 4.9 ترليون دولار بحلول عام 2021. ويتوسع سوق التجارة الإلكترونية بمعدل نمو سنوي قدره 24%، أي بسرعة تعادل أربعة أضعاف النمو السنوي لقطاع التجزئة العالمي ككل.⁹ كما أصبحت التجارة الإلكترونية محرك النمو الرئيسي لتجارة التجزئة؛ وتشير الدراسات إلى أنه بحلول عام 2021، ستساهم مبيعات التجارة الإلكترونية بنسبة 17.5% من إجمالي مبيعات التجزئة العالمية.¹⁰

وبالإمكان عزو شعبية التجارة الإلكترونية المتزايدة في جميع أنحاء العالم إلى عدة عوامل؛ تمكن شركات التجارة الإلكترونية الرقمية المشتريين من بيع المنتجات على نطاق عالمي، دون عوائق القيود

7. Bloomenthal, A. (2019, September 17). Electronic Commerce (e-commerce). Retrieved from: <https://bit.ly/37td4ol>

8. Clement, J. (2019, August 30). Global retail e-commerce market size 2014-2023. Retrieved from: <https://bit.ly/2SoJl6d>

9. Fabre, C., Malauzat, A.L., Sarkis, C., Dhall, T. & Ghorra J. (2019, February 19). E-commerce in MENA: Opportunity

Beyond the Hype. Retrieved from: <https://bit.ly/39ENZZJ>

10. Fabre, C., Malauzat, A.L., Sarkis, C., Dhall, T. & Ghorra J. (2019, February 19). E-commerce in MENA: Opportunity

Beyond the Hype. Retrieved from: <https://bit.ly/39ENZZJ>

الجغرافية. وتعمل شركات التجارة الإلكترونية، عادةً، على مدار الساعة يوميًا وطوال السنة، على عكس المتاجر التقليدية (الفعلية)، ما يُمكّن زبائنها من الوصول إليها بشكل متواصل. وتعمل شركات التجارة الإلكترونية أيضًا بتكاليف عامّة أقلّ من المخازن الماديّة، ممّا يحسن من تنافسيّة الأسعار.¹¹

كانت الصين سوق التجارة الإلكترونية الأكبر خلال عام 2019، حيث بلغت نسبة حصّتها من مجمل سوق التجارة الإلكترونية عالميًا %54.7. تمنح مبيعات التجارة الإلكترونية في الصين، التي تعادل 1.935 تريليون دولار، لهذه الدولة، ثلاثة أضعاف حصة الولايات المتحدة، التي تأتي في المرتبة الثانية بنحو 586.92 مليار دولار. وفي الأسواق العشرة الأولى للتجارة الإلكترونية، تعدّ الهند الأسرع نموًا، حيث بلغت مبيعاتها 46.05 مليار دولار هذا العام.¹²

وإلى جانب النمو السريع لمبيعات التجارة الإلكترونية الصينيّة، بالإمكان ملاحظة عدّة اتجاهات أخرى في السوق. يبحث الزبائن بشكل متزايد عن منتجات عبر الإنترنت خارج بلدانهم. وتظهر إحدى الدراسات، أن أكثر من نصف المستجيبين عبر الإنترنت، الذين قاموا بعمليات شرائية على مدار الأشهر الستة الماضية، اقتنوا منتجاتهم من متاجر تجزئة موجودة خارج بلدانهم.¹³

وعند مقارنة التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، بالمعاملات التجارية بين الشركات فقط، فمن المتوقع أن تبلغ مبيعات الثانية ضعفي الأولى بحلول 2020. كما يولّد استخدام الأجهزة المحمولة في التجارة الإلكترونية، وتيسير التجارة الإلكترونية بواسطة منصّات وسائل التواصل الاجتماعيّ، واعتماد طرق دفع جديدة مثل العملات الرقمية، نموًا إضافيًا في سوق التجارة الإلكترونية العالميّ.

وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ارتفعت إيرادات المبيعات عبر الإنترنت بشكلٍ متسق مع توقعات بأن تبلغ إيراداتها 48.8 مليار دولار بحلول عام 2021 وبمعدل نمو يبلغ %16.9 خلال الأعوام من 2016 حتى 2021.¹⁴ وشكّلت التجارة الإلكترونية نحو %1.9 من إجماليّ مبيعات التجزئة في المنطقة عام 2017، مع تصدّر مجلس التعاون الخليجي بـ %3.3¹⁵ وبحسب ما توضحه دراسة أجرتها "بين" (Bain) و"جوجل" (Google)، هناك حاجة لتعزيز العناصر الأساسية لنظام التجارة الإلكترونية في المنطقة من أجل نمو السوق.¹⁶

لا يزال تفضيل نمط الدفع عند الاستلام، يمثل تحديًا رئيسيًا في المنطقة، خصوصًا مع ارتفاع معدلات إعادة البضائع وفشل التسليم، بينما لا تقدّم العديد من خدمات التوصيل السريع العالمية إمكانيّة الدفع عند الاستلام في الضفة الغربيّة وقطاع غرّة. ونحو %26 من المتسوّقين في المنطقة يفضلون الدفع عند الاستلام، كطريقة للدفع. وفي دول مثل الإمارات العربيّة المتحدة، حيث سجلت نسبة تغلغل الدفع بالائتمان %56، لا يزال أكثر من %40 من الزبائن يفضلون الدفع عند الاستلام. وفي حين أن انتشار الدفع عند الاستلام في سياق الضفة الغربيّة وقطاع غرّة، يرتبط بالقيود المفروضة على استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية، تُظهر الأرقام الواردة من بلدان أخرى في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أن نقص الثقة، بشكل عام، في طرق الدفع عبر الإنترنت، والمخاوف المتعلقة بالاحتيال

11. Willis, J.L. What Impact Will E-commerce have on the U.S. Economy. Retrieved from: <https://bit.ly/31YicQ7>

12. Nielsen Insights. (2016, January 20). Connected Commerce is Creating Buyers Without Borders. Retrieved from: <https://bit.ly/379TtJV>

13. Nielsen Insights. (2016, January 20). Connected Commerce is Creating Buyers Without Borders. Retrieved from: <https://bit.ly/379TtJV>

14. Nielsen Insights. (2016, January 20). Connected Commerce is Creating Buyers Without Borders. Retrieved from: <https://bit.ly/379TtJV>

15. Mehta, A., Bhandari, S.(2018, Spring). Going Digital, ME PoV issue 25. Retrieved from: <https://bit.ly/2SjqlJP>

16. Mehta, A., Bhandari, S.(2018, Spring). Going Digital, ME PoV issue 25. Retrieved from: <https://bit.ly/39Fpvz3>

عبر الإنترنت، تُساهم أيضًا في انتشار الدفع عند الاستلام.¹⁷ كما أن نقص الخدمات البريدية وأنظمة العناوين يزيد من احتمال فشل عمليات التسليم، بينما تخلق التعريفات الجمركية المرتفعة بين البلدان المجاورة، والعقبات اللوجستية في معالجة الشحن، حواجز إضافية.

تجارب فلسطينية في الاقتصاد الرقمي

يعاني الفلسطينيون في غزة والضفة الغربية من العديد من التحديات ذاتها التي تواجه سكان بلدان أخرى في المنطقة، بينما يُثقل كاهلهم بشكل إضافي، بسبب القيود العينية التي يفرضها الاحتلال الإسرائيلي. ولكي نتأمل في تجارب الفلسطينيين المشاركين في الاقتصاد الرقمي، قابلنا عددًا صغيرًا من رواد التجارة الإلكترونية وخبرائها. وسألناهم عن تجاربهم في الشراء، والبيع، والعمل في الاقتصاد الرقمي، مع التركيز على التجارة الإلكترونية.

الشراء عبر الإنترنت: لمحة عن رحلات المستخدمين

يعتمد الاقتصاد الفلسطيني في غزة والضفة الغربية على الواردات الإسرائيلية بشكل كبير. وفي عام 2018، بلغت قيمة إجمالي الواردات أكثر من 50% من الناتج المحلي الإجمالي، وكان 55% منها، مستورد من إسرائيل.¹⁸ أضف إلى ذلك أن القيود والعقبات التي تفرضها إسرائيل، تؤدي إلى ارتفاع تكاليف المعاملات التجارية عند الاستيراد والتصدير، وتنعكس هذه التكاليف في نهاية المطاف في ارتفاع أسعار المستهلكين.

ويمكن أن توفر التجارة الإلكترونية للفلسطينيين المتمركزين في الضفة الغربية وغزة، إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات بأسعار أقل. وتمنح منصات التجارة الإلكترونية للمستهلكين إمكانية الوصول إلى سلع وخدمات من أماكن أخرى داخل بلدهم، وخارجها. وعبر خفض الحواجز أمام دخول الفلسطينيين، تستطيع التجارة الإلكترونية مساعدة المزيد من الشركات المحلية في الوصول إلى الأسواق الوطنية والدولية، وزيادة المنافسة في السوق، ما يؤدي في نهاية المطاف، إلى انخفاض أسعار المستهلكين.

وبات المستهلكون في الضفة الغربية وقطاع غزة، يشترون المنتجات عبر الإنترنت بشكل متزايد. وفي تشرين الثاني/نوفمبر 2019، أعلنت دائرة البريد الفلسطينية أنها استلمت أكثر من نصف مليون غرض بريدي، منذ بداية العام، وجاء نحو 85% منها، من الصين.¹⁹ وهذا يشير إلى نمو سريع في مشتريات المنتجات الصينية عبر التجارة الإلكترونية. وتظهر إجابات المقابلات التي أجريناها، أن المستخدمين عادة ما يجدون المنتجات التي يحتاجون إليها على وسائل التواصل الاجتماعي، ويتفاوضون على السعر والاستلام من خلال التواصل المباشر مع البائع. وإذا كان لدى المستهلك حساب مصرفي، فقد يدفع ثمن المنتج سلفًا. ومع ذلك، في معظم الحالات، لا سيما عند الشراء من الباعة المحليين، يميل المستهلكون في الضفة الغربية وقطاع غزة للدفع عند الاستلام. وتبين إجابات المقابلات أيضًا أن المستهلكين الأكبر سنًا يفضلون فحص المنتجات قبل شرائها.

17. Mehta, A., Bhandari, S. (2018, Spring). Going Digital, ME PoV issue 25. Retrieved from: <https://bit.ly/2SoJiN8>

18. Palestinian Central Bureau of Statistics. (2019, October). Monitored Foreign Trade Statistics, Goods and Services 2018. Retrieved from: <https://bit.ly/321a01K>

19. amad.ps. (2019, November). Palestinian post receives over half a million postal items from abroad during 2019. Retrieved from: <https://bit.ly/3a6mwAq>

الشراء من الباعة المحليين

خلال العامين الماضيين، أصبح البائعون المحليون التقليديون أكثر وعيًا بقدرة التجارة الإلكترونية على تيسير نمو الأعمال. وقام العديد منهم بتعيين خبراء فنيين للمساعدة في تأسيس وجود رقمي لأعمالهم. واكتفى بعض الباعة بإنشاء حسابات على منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة "فيسبوك" (Facebook) و"إنستغرام" (Instagram)، والاستثمار في حملات تسويق رقمية. أما البعض الآخر في الضفة الغربية وغزة، فقد توجه لإنشاء منصات التجارة الإلكترونية الخاصة بهم على الإنترنت، وبرمجيات للمحاسبة ولنقاط البيع. ومع ذلك، فإن بعض هؤلاء الباعين الأكثر تطوراً من الناحية الرقمية، يستخدمون تكنولوجيا قديمة عند إجراء الأعمال التجارية عبر الإنترنت.

يتخذ البائعون المحليون عددًا من القرارات عند اختيار التكنولوجيا المناسبة لمتاجرهم على الإنترنت، وهذا يؤثر على حجم الاستثمار الذي يتطلبه ذلك. وغالبًا ما تتضمن الحلول مفتوحة المصدر التي يلجأ إليها الباعة في الضفة الغربية وقطاع غزة، بهدف الانخراط في التجارة الإلكترونية، قدرًا كبيرًا من الاستعدادات "المعتمدة على الذات"، والتي تتطلب تعيين فريق من المبرمجين لبضعة أشهر. بدلًا من ذلك، يختار العديد من الباعين منصات التجارة الإلكترونية التي تعتمد على واجهة متجر رقمية المستندة إلى الاشتراك، مما يؤدي إلى خفض الاستثمار الأولي المطلوب للبدء في البيع على الإنترنت، بشكل كبير، ولكنه يحد من مستوى التخصيص الذي يمكن تطبيقه.

يُعدُّ نمط الدفع عن الاستلام، الأكثر شيوعًا من بين طرق الدفع الأخرى عند الشراء من الباعة المحليين. وكما تشير الدراسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في المنطق، فإن هذا النمط يخلق مشاكل عديدة للتجار المحليين في الاقتصادات الناشئة، وذلك يشمل معدلات عوائد مرتفعة. الخبرة التسويقية الرقمية في السوق المحلية محدودة ويجب تطويرها حتى يتمكن البائعون المحليون من الوصول إلى المزيد من الزبائن عبر الإنترنت من خلال حملات تسويقية مصممة على منصات اجتماعية مختارة استراتيجيًا. ولا يُعدُّ تحسين محركات البحث في الضفة الغربية وقطاع غزة، أمرًا شائعًا، حيث يتعامل الزبائن عادة مع العلامات التجارية على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.

الشراء من الباعة الدوليين

تماشيًا مع الاتجاهات العالمية، يرغب الفلسطينيون المتمرّكون في الضفة الغربية وقطاع غزة بشكل متزايد، في شراء المنتجات من الباعين الدوليين ومواقع التجارة الإلكترونية المعروفة. ونظرًا لشحّ إمكانيات الوصول إلى الموارد المالية محليًا، لا تستطيع سوى نسبة صغيرة فقط من السكان شراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت. وتُعاق هذه المعاملات التجارية بشكل إضافي لعدم توفر أدوات دفع إلكتروني محددة في الضفة الغربية وقطاع غزة.

يواجه المستهلكون الفلسطينيون في الضفة الغربية وغزة عقبات لوجستية متعدّدة عند شراء المنتجات من الباعين الدوليين؛ فلا تشحن العديد من منصات وأسواق التجارة الإلكترونية، بضائعها، إلى الضفة الغربية وقطاع غزة مباشرة. وللتغلب على هذه العقبات، غالباً ما يستخدم المشترون صندوق بريد عنوانه في إسرائيل، لضمان تسليم منتجاتهم. ورغم أن بعض المواقع الإلكترونية، تقدم إمكانية الشحن إلى فلسطين، إلا أن عمليات التسليم تتأخر في أحيان كثيرة، بسبب السيطرة الإسرائيلية على البريد الوارد إلى غزة والضفة الغربية.²⁰ حيث يضطر المشترون في الكثير من الأحيان، إلى إعطاء

20. Holmes, O. (2018, August 16). You've got mail, finally: Israel allows 10 tonnes of post into West Bank. The Guardian. Retrieved from: <https://bit.ly/2Zil73H>

إشعار مسبق إلى مكتب البريد المحلي، وإبلاغه بوجود شحنة مرتقبة، وترك معلوماتهم الخاصة بالتواصل، لضمان استلامها. وهذا يؤدي إلى تأخيرات في العمليات التجارية ويزيد من مخاطرها، ما يعود على الفلسطينيين بالأضرار.

البيع عبر الإنترنت: لمحة عن رحلات البائعين

تقل الأعمال التجارية عبر الإنترنت من الحواجز التي تحول دون دخول أسواق جديدة وتمنح الشركات إمكانية الوصول إلى الأسواق الكبيرة، مما يخلق بيئة أعمال تشجع الشركات الأصغر على المنافسة ضد الشركات الكبيرة. اليوم، وفي أماكن عديدة على مستوى العالم، يستطيع التجار بناء متاجر ببضعة آلاف من الدولارات، يُمكنها أن تصل إلى ملايين المستهلكين حول العالم. وهناك عدّة خيارات متاحة للبائعين والتجار وأصحاب المشاريع الحرة والحرفيين المقيمين في غزة والضفة الغربية الذين يرغبون في البيع عبر الإنترنت.

وفقاً لتقرير حديث حول اتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي في الضفة الغربية وقطاع غزة، تم تشغيل أكثر من ألف صفحة للتجارة الإلكترونية الفلسطينية، على منصات التواصل الاجتماعي في عام 2019، مع ارتفاع النسبة المئوية لتلك التي تعمل من غزة.²¹ وبالاستناد إلى دراسة استقصائية لصفحات التجارة الإلكترونية النشطة، وجد التقرير أنّ شركات التجارة الإلكترونية الفلسطينية قد عالجت ما بين 20 إلى 40 ألف عملية تسليم في عام 2019، وأنّ كلّ شركة من بين شركات التسويق الرقمي، أنفقت ما يتراوح بين خمسة آلاف إلى عشرة آلاف دولار، في العام ذاته.

• واجهات المحلات الإلكترونية

يستطيع التجار المحليون إنشاء مواقع للتجارة الإلكترونية، قائمة بحد ذاتها، وخاصة بهم. ويُعد بناء واجهة متجر على الإنترنت أحد أكثر الطرق مباشرة للقيام بالتجارة الإلكترونية. وبحسب موقع com.BuiltWith، يوجد أكثر من 190 موقعاً مخصّصاً للتجارة الإلكترونية، في الضفة الغربية وقطاع غزة. ومع ذلك، هناك إمكانية ألا تكون جميعها نشطة، حيث قد يتم إدراجها في المصدر لأنها تستخدم البرامج المساعدة لتكنولوجيا التجارة الإلكترونية.²²

المجدول رقم 1: مواقع التجارة الإلكترونية الفلسطينية، 2019

الموقع	منصة التجارة الإلكترونية	المنتجات	المتابعون على فيسبوك	المتابعون على إنستغرام	محليّ / إقليميّ
Mart.ps	PrestaShop	متنوعة	257 ألف	27.4 ألف	محليّ
Matjarkom.com	Opencart	متنوعة	217 ألف	19 ألف	محليّ
Bazarcom.shop	Shopify	ملابس العلامات التجارية	30 ألف	2.2 مليون	محليّ
la2ta.com	Opencart	إلكترونيات	161 ألف	30.5 ألف	محليّ
Vatrin.com	Shopify	ملابس نسائية	66 ألف	14.2 ألف	محليّ

21. ipoke.co (2019, December). Social Media Report in Palestine 2019. Retrieved from: <https://bit.ly/2QTOMAJ>

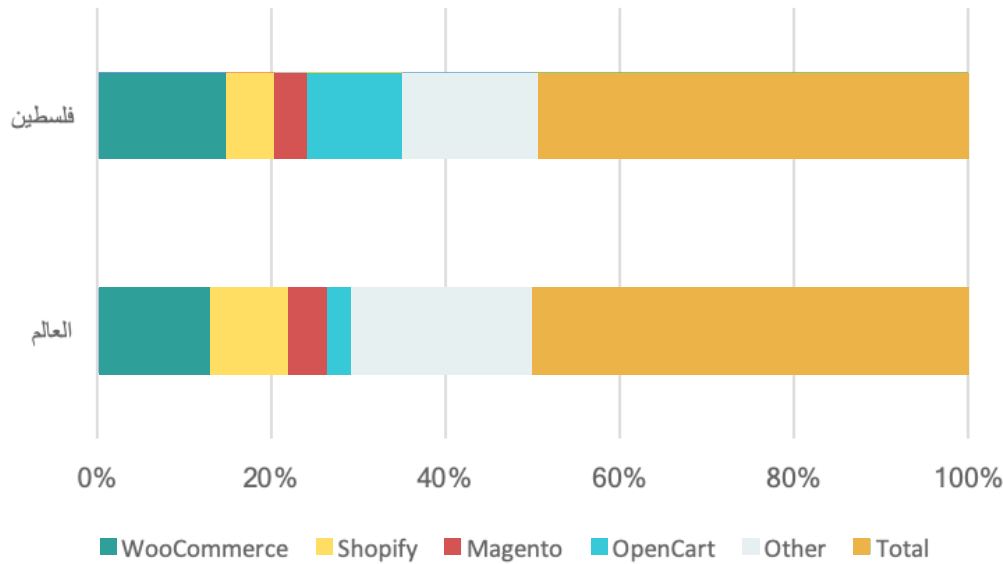
22. BuiltWith. (2019, December). eCommerce technologies Web Usage Distribution in Palestine. Retrieved from: <https://trends.builtwith.com/shop/country/Palestine>

kenzwoman.com	WooCommerce	ملابس داخلية نسائية	14.5 ألف	125 ألف	إقليمي
fiveten.ps	Magento	متنوعة	311 ألف	233 ألف	محلي

المصدر: فيسبوك، إنستغرام²³

ينشئ التجار المواقع الإلكترونية لبيع المنتجات والخدمات باستخدام عربات تسوق وبرمجيات التجارة الإلكترونية الأخرى. وتتعلق الأدوات "الملائمة" بالتاجر ومنتجاته.²⁴ ويميل التجار والبائعون الأكثر حنكة تكنولوجيا، في الضفة الغربية وقطاع غزة، للحصول على نماذج هجينة، وذلك باستخدام منصات التواصل الاجتماعي، والأسواق الإلكترونية، وواجهات المتاجر/ النطاقات المستقلة، لأعمالهم التجارية عبر الإنترنت. وتُعد "وو كوميرس" (WooCommerce)، برمجية المتجر الإلكتروني، الأكثر استخدامًا على مستوى العالم، رغم أن "شوبيفاي" (Shopify) تزيد حصتها في السوق العالمية.

الرسم رقم 1: استخدام منصات التجارة الإلكترونية في الضفة الغربية وقطاع غزة والعالم، 2019



المصدر: BuiltWith25

يُعد اختيار منصة التجارة الإلكترونية الصحيحة، قرارًا تجاريًا استراتيجيًا، ويتنوع وفقًا لحجم الأعمال، والإيرادات المتوقعة منها. ويجب أن يؤخذ في عين الاعتبار أيضًا، الاندماج الإجمالي لعمليات استيفاء المنتجات ولوجستيات التوصيل.

23. Data retrieved December 2019

24. Ecommerce Guide. (2019, July). What is ecommerce?. Retrieved from: <https://bit.ly/36peAbf>

25. BuiltWith. (2019, December). eCommerce technologies Web Usage Distribution in Palestine. Retrieved from: <https://trends.builtwith.com/shop/country/Palestine>

الجدول رقم 2: رحلات البائعين المتمركزين في الضفة الغربية وقطاع غزة في منصات التجارة الإلكترونية الرائدة، 2019

التجربة الفلسطينية	الوصف	
تعتبر "سترايب" (Stripe)، و"باي بال" (PayPal)، و"سكوير" (Square) و"أوتوريزد.نت" (Authorize.net) من بين بوابات الدفع الأكثر إدماجًا على صفحات "ووكومرس". وجميعها ليست متاحة للإدماج في السياق المحلي. يستفيد التجار الذين يبنون مواقعهم الإلكترونية على "ووردبريس"، ثم يقومون بتثبيت وتفعيل البرنامج المساعد "ووكومرس"، من ميزات الإدارة أثناء الاعتماد، على الدفع عند الاستلام كوسيلة للدفع. وكبديل لذلك، يسجل العديد من رواد التجارة الإلكترونية الذين يبيعون خارج فلسطين كيانًا في الخارج؛ الموقع الأكثر شيوعًا هو ولاية ديلاوير في الولايات المتحدة الأمريكية.	وهو برنامج مساعد للتجارة الإلكترونية مفتوح المصدر، ومُصمم للتجارة عبر الإنترنت الذين يستضيفون وينشؤون مواقعهم على "ووردبريس" (WordPress). وسرعان ما أصبح برنامج "ووكومرس" بعد إنشائه عام 2011، ذو شعبية كبيرة بسبب متوجهه الأساسي المجاني، وسهولة تركيبه/تخصيصه.	WooCommerce
تدرك "شوبيفاي" الحاجة إلى دعم التجارة الإلكترونية في الضفة الغربية وغزة. ومع ذلك، لا يزال رواد الأعمال الذين يختارون تأسيس أعمالهم على "شوبيفاي"، يواجهون مشاكل كبيرة تتعلق بدمج نظام دفع مقبول. في الهند، قدم "شوبيفاي"، حلاً متقدمًا لنمط الدفع عند الاستلام، والذي يتيح للبائعين مزيدًا من التحكم في كيفية استخدام الزبائن لطريقة الدفع عند الاستلام، ومتى يستخدمونها. ومثل هذه الميزات، سيكون من المفيد إتاحتها في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وخاصة الضفة الغربية وقطاع غزة. وتشمل الخيارات المتاحة الحالية "تشيك أوت 2" (2Checkout)، و"بيت باي" (BitPay)، و"كوينبيس كوميرس" (Coinbase Commerce)، و"جو كوين" (nioCoG)، و"سبليت مونثلي بيمنتس" (Split Payments Payments). و"بيت باي"، و"جو كوين"، و"كوينبيس كوميرس"، هي عبارة عن عملات رقمية قائمة على أساس سلسلة الكتل، ولا تخضع للتنظيم بموجب سلطة النقد الفلسطينية. وفي السياق المحلي، تُعد بوابة الدفع الصالحة الوحيدة المتاحة هي "تشيك أوت 2"، ومع ذلك، تظهر ردود المقابلات أن الاندماج فيها يتطلب عملية معقدة، تستغرق وقتًا طويلاً، إضافة إلى أن الطلبات تُرفض في كثير من الحالات. بالإضافة إلى ذلك، يجب إدراج المدن في الضفة الغربية وقطاع غزة على موقع "شوبيفاي". على سبيل المثال، يجب أن يحظى التجار الراغبين في البيع في الخليل والقدس وليس رام الله بالقدرة على فعل ذلك. وعلى الرغم من كون الاندماج بـ"شوبيفاي"، يخفض تكاليف الاستثمار الأولية بشكل كبير، لإنشاء تواجد عبر الإنترنت، إلا أن المنصة قد لا تلبى احتياجات بعض الشركات بسبب قيودها على التخصيصات نظرًا لقلة الوصول إلى واجهات برمجة التطبيقات (إيه بي آي).	وهي شركة متعددة الجنسيات للتجارة الإلكترونية تتخذ من أوتاوا في كندا، مقراً لها. وهو أيضاً اسم منصة التجارة الإلكترونية الخاصة بمتاجرها وأنظمة نقاط البيع بالتجزئة خاصتها، على الإنترنت. وتشغل "شوبيفاي" (Shopify) حاليًا أكثر من مليون شركة في نحو 175 دولة. وبمساعدة الاشتراك منخفض السعر الذي تقدمه، والذي يصل إلى 29 دولاراً شهرياً، تهدف "شوبيفاي" إلى تسهيل الطريق لرواد الأعمال في جميع أنحاء العالم الساعين إلى الاستقلال المالي. وأصبحت "شوبيفاي" خياراً شائعاً وموثوقاً بين التجار والبائعين، سواء كانوا كباراً أم صغاراً. وهي تمكن التجار من البيع عبر الإنترنت، بما في ذلك على وسائل التواصل الاجتماعي، وإدارة العملية بأكملها. وتتيح "شوبيفاي" للشركات بناء وتخصيص مواقع التجارة الإلكترونية الخاصة بها، من خلال واجهات وقوالب سهلة الاستخدام.	Shopify

<p>يتطلب تطوير واجهة متجر تستند إلى "ماغنيتو"، خبرة تقنيّة. وعلى الرغم من أن النظام مفتوح المصدر، إلا أن العديد من الميزات والمكونات الإضافيّة تضاف إلى التكلفة، إلى جانب الرسوم التي يجيها المطورون الذين يبنون الموقع. على الرغم من أن التكلفة والمعرفة التقنيّة المطلوبة قد تعيق رواد الأعمال من اختيار "ماغنيتو" واجهة للاستخدام، إلا أن المرونة الإضافية قد تشجّع التجار المتطورين تقنيًا، الذين يحتاجون إلى المزيد من التحكم في عملياتهم.</p>	<p>وهي منصّة التجارة الإلكترونيّة مفتوحة المصدر، التي يعتبرها الكثيرون الحل الأكثر مرونة في السوق. وتوفّر مجموعة واسعة من الميزات الجاهزة للتطبيق وتسمح للتجار بتخصيص كل جانب من جوانب متجرهم الافتراضي للتجارة الإلكترونيّة. وتحتوي "ماغنيتو" (Magento)، على مجتمع نشط من الخبراء والمطورين والوكالات المتخصصة.</p>	<p>Magento</p>
---	--	-----------------------

المصدر: WooComerce ، Shopify ، Magento، ومقابلات مع البائعين

بالإمكان اختيار العديد من منصات التجارة الإلكترونيّة الأخرى، ومن بينها مثلا، "بيغ كوميرس" (BigCommerce)، و"بريستا شوب" (PrestaShop)، و"أوبين كارت" (OpenCart)، و"ويكس إي كوميرس" (ecommerce Wix)، و"ويبيلي" (Weebly). وبعض هذه المنصات مفتوحة المصدر، بينما يعتمد بعضها الآخر على الاشتراك ويوفّر استضافة لمواقع الويب. في السياق الفلسطينيّ، وبالنظر إلى جميع المعوقات التي تمت مناقشتها حول سلسلة قيمة التجارة الإلكترونيّة، يبحث رواد الأعمال والتجار في الضفة الغربيّة وقطاع غزّة بشكل متزايد عن حلول بسيطة بدون تكاليف استثمار ضخمة مقدّمة، ونفقات تشغيلية منخفضة. وكما قال إيهاب سمارة، وهو خبير في التجارة الإلكترونيّة يعمل في "جو ستور" (GoStore)، في الضفة الغربيّة وقطاع غزّة: "لقد قرّنا العمل مع "شوبيفاي" فقط، إذ أنّه من الصعب للغاية إتقان الجهات الخلفية للبرامج، كما تحتاج إلى الكثير من المطورين".

• الأسواق عبر الإنترنت

يحظى التجار أيضًا بخيار إنشاء متجر في سوق شهير. واللاعبون الثلاثة الرئيسيون في هذا المجال هم: "أمازون" (Amazon)، و"إي باي" (eBay)، و"اتسي" (Etsy). سنستكشف هذه الخيارات بمزيد من التفاصيل أدناه.

الجدول رقم 3: رحلات الفلسطينيين على أسواق التجارة الإلكترونيّة الرائدة، 2019

التجربة الفلسطينية	الوصف	السوق
<p>تتكون شبكة "أمازون" العالميّة لإيفاء بالطلبات، من مرافق موجودة بأكثر من 22 دولة. وفي آب/ أغسطس 2019، أعلنت "أمازون" أنها ستطلق عملياتها في إسرائيل، وقدّمت بالفعل، موقعا إلكترونيًا لتسجيل الباعة والتجار، باللغة العبرية. تمتلك الشركة بالفعل عمليات بحث وتطوير البرمجيات في إسرائيل والتي توسعت بعد الاستحواذ على شركة "أنابورنا لابز" (Annapurna Labs)، وهي شركة إسرائيلية ناشئة، بقيمة 350 مليون دولار في عام 2015.</p> <p>وعلى الرغم من أن عملاق التجارة الإلكترونيّة يشحن إلى أكثر من 100 دولة حول العالم،</p>	<p>وهي شركة تكنولوجيا متعددة الجنسيات تعتبر واحدة من "الشركات الأربع الكبرى" التقنية، إلى جانب "جوجل" (Google)، و"آبل" (Apple)، و"فيسبوك" (Facebook). وأنشأ جيف بيزوس، الشركة عام 1994 على شكل سوق للكتب عبر الإنترنت. واليوم، تُعدّ "أمازون" أكبر تاجر تجزئة في مجال التجارة الإلكترونيّة برمتها، من حيث إيراداتها العالميّة. وتُباع المنتجات المتوفرة على المنصّة، إما بواسطة بائعين مستقلين من جهات خارجيّة (بائعو الطرف الثالث)، أو من بائعي التجزئة من الطرف الأول في "أمازون"، أي العاملين في الشركة. وشرح جيف بيزوس في رسالته للمساهمين، عام 2018، نمو مبيعات الطرف الثالث، على النحو التالي: "معدل النمو السنويّ المركب لأعمالنا التجاريّة الخارجيّة في تلك الفترة الزمنية</p>	<p>Amazon</p>

<p>إلا أن الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة ليسوا مدرجين في قائمة "أمازون غلوبال" (AmazonGlobal) الخاصة بها. ويستخدم الفلسطينيون في الضفة الغربية وغزة القادرين على الشراء من "أمازون" عادة، عناوين الأصدقاء والأقارب الذين يحملون بطاقة هوية إسرائيلية أو مقدسية.</p> <p>أما بالنسبة للتجار والبائعين المحليين الذين يرغبون في بيع المنتجات على موقع "أمازون"، فإن الشركة لا تقبل تسجيل البائعين من الضفة الغربية وقطاع غزة، على الرغم من أن هناك 103 دولة مدرجة في القائمة بما في ذلك الأردن وإسرائيل.</p>	<p>هو 25%. ولكن في نفس الوقت، نمت مبيعات الطرف الثالث من 0.1 مليار دولار إلى 160 مليار دولار، وهو معدل نمو سنوي مركب قدره 52%. لتوفير معيار خارجي، نما إجمالي مبيعات البضائع في "إي باي" في تلك الفترة بمعدل مركب قدره 20%، من 2.8 مليار دولار إلى 95 مليار دولار".</p>	
<p>وبخلاف "أمازون" التي تعتبر سوقا، وتغطي الخدمات اللوجستية لتوصيل البضائع، فإن "إي باي" هي سوق فقط. وعندما يتعلق الأمر بالشحن إلى الضفة الغربية وقطاع غزة، يعتمد موقع "إي باي" على الموردين الأفراد.</p> <p>ولا يمكن للتجار والبائعين من الضفة الغربية وقطاع غزة البيع على "إي باي"، لأن "باي بال" أصبح مزود الدفع الرئيسي لـ "إي باي" في عام 2003 بعد استحواذ "إي باي" على الشركة. وانقسمت الشركتان إلى كيانين عامين منفصلين في تموز/ يوليو 2015، حيث وقّعتا اتفاقية تشغيل مدتها خمسة أعوام للحفاظ على العلاقات الوثيقة حتى منتصف عام 2020.</p> <p>وأعلنت "إي باي" أنها ستتوقف عن العمل مع "باي بال"، كواجهة خلفية تقدم خدمات الدفع لها، في 2020، وستبدأ بنقل نسبة صغيرة من حجم مدفوعاتها إلى "آيدن" (Ayden)، وهي عبارة عن معالج مدفوعات عالمي. وتعتقد الشركة أن هذا الانتقال، سيتمكن البائعين من الوصول إلى المزيد من المشترين، وتحسين التحويل وتوسيع خيارات الدفع في مزيد من المناطق الجغرافية.</p>	<p>تُعد "إي باي" (eBay)، ثاني أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم، باستثناء الصين، وتجمع بين التجار والمشتريين، بينما تيسر عمليات تجارة إلكترونية بين الشركات، وبين الشركات والمستهلكين، وبين المستهلكين أنفسهم.</p> <p>ويستطيع التجار أن يقيموا مزايدات على منصة "إي باي"، وأن يتيحوا للمشتريين المزايدة على المنتجات. وفي 2018، نمت "إي باي" قاعدتها النشطة للمشتريين إلى 179 مليون شخص، مع مخزون يتضمن 1.2 مليار قائمة، مما يزيد على 95 مليار دولار في حجم البضائع الإجمالي.</p>	<p>eBay</p>

<p>يُعد عدد الدول المدرجة كموردين في "علي بابا"، محدود للغاية، وتُدرج ثلاث دول فقط في الشرق الأوسط، وهي: الإمارات العربية المتحدة وإسرائيل والمملكة العربية السعودية. بالإضافة إلى ذلك، لا يقبل "علي إكسبرس" فتح حسابات للتجار، سوى في ست دول، وهي: البر الرئيسي للصين وإسبانيا وإيطاليا وتركيا وفرنسا. وتخطط "علي إكسبرس" إلى توسيع هذه الخدمة في دول أخرى.</p> <p>بإمكان المستهلكين من الضفة الغربية وقطاع غزة الشراء من "علي إكسبرس"، وتقوم الشركة بشحن مشترياتهم إلى الضفة الغربية وقطاع غزة عبر مكتب البريد. يتوقع المستهلكون التعرض إلى تأخيرات في التسليم، وتعقيدات لوجستية أخرى محتملة.</p>	<p>"علي بابا" (Alibaba)، و"علي إكسبرس" (AliExpress)، هما سوقان على الإنترنت، يتبعان إلى "مجموعة علي بابا" (Alibaba Group). وتخدم "علي بابا" تجار الجملة، والمصنعين، والموردين، والمستوردين / المصدرين. فيما تقدم "علي إكسبرس"، منتجات بأسعار منافسة للبيع بالتجزئة دون أي متطلبات الحد الأدنى للشراء. في عام 2016، جنت "مجموعة علي بابا" 432.8 مليار دولار في حجم البضائع الإجمالي، والتي تم توليدها من 423 مليون مشتري نشط.</p>	<p>Alibaba/ AliExpress</p>
<p>ولا يستطيع الباعة من الضفة الغربية وقطاع غزة، الذين ينتجون سلعا فريدة، إنشاء متاجر على "إتسي" بسبب مشكلة بوابة الدفع. ومع ذلك، يلجأ بعضهم إلى فتح حسابات بنكية في الأردن، ويقومون بإنشاء حساب "باي بال"، مرتبط بالحساب الأردني، ومواصلة الشحن من فلسطين باستخدام شركات لوجستية باهظة التكلفة. وتُظهر ردود المقابلات أيضًا أن المشترين يشكون أحيانا، من أن المنتجات قد سُحنت من إسرائيل أو عبرها عندما يسعون عمدا لشراء سلع فلسطينية الصنع. ومن الأمثلة على ذلك، الفنانة الفلسطينية البالغة من العمر عشرين عامًا من غزة، ملك مطر، التي تباع المطبوعات الرقمية من لوحاتها على "إتسي". وكان بإمكانها إنشاء متجر لأنها تتابع دراستها في تركيا الآن.</p>	<p>"إتسي" (Etsy)، هي سوق على الإنترنت، مخصص للبضائع المميزة والإبداعية. عادة ما تُستخدم هذه المنصة من قبل بائعين مستقلين لعرض إبداعاتهم وبيعها. في عام 2018، حققت "إتسي" إجمالي مبيعات بضائع بقيمة 3.93 مليار دولار، شكّلت المبيعات الدولية من بينها نسبة 35%. وربطت المنصة 2.1 مليون بائع نشط بـ 39.4 مليون مشتري نشط.</p> <p>ومن الجدير إبراز مواصفات البائعين في سوق "إتسي"، حيث أن نحو 80% منهم، البائعين هم أفراد مستقلون. و87% من جميع البائعين على المنصة هم من النساء، فيما يعيش 28% منهم في المناطق الريفية، كما ويدير 97% منهم، متاجرهم، من المنزل؛ و53% باعوا سلعهم لأول مرة على "إتسي".</p>	<p>Etsy</p>

المصدر: Amazon، eBay، Etsy، Baba Ali، AliExpress والمقابلات مع البائعين

• وسائل التواصل الاجتماعي

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في اقتصاد التجارة الإلكترونية، إذ توجّه حسابات الشركات على وسائل التواصل الاجتماعي، المستهلكين لمواقع التجارة الإلكترونية التابعة للتجار. وفي حين أن ذلك لم يكن الدور الأولي لمنصات التواصل الاجتماعي، إلا أنها بدأت، وبشكل متزايد، بتقديم المزيد من المزايا المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والدفع، التي تتيح للمستخدمين بيع منتجاتهم بشكل مباشر.

وبحسب ما قاله إيهاب سمارة، وهو المدير التنفيذي لموقع GoStore.ps ولوكالة تجارة إلكترونية تعمل من فلسطين وتوفّر خدمات للتجار المحليين والعالميين، فإن الركائز الأساسية الثلاث للتجارة الإلكترونية، هي التكنولوجيا، والعمليات والتسويق الرقمي. وتتم معظم حملات التسويق الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي. وفي أسواق أخرى، يُعد تحسين محركات البحث ذا أهمية قصوى.

التسويق الرقمي مجال جديد لا يتمتع التجار في الضفة الغربية وقطاع غزة، بخبرة كبيرة فيه. وشهدت الآونة الأخيرة، ارتفاعاً في عدد الاستشاريين والخبراء الذين يدعمون هؤلاء التجار والشركات.

الجدول رقم 4: رحلات بائعي الضفة الغربية وقطاع غزة في منصات التواصل الاجتماعي الرائدة، 2019

التجربة الفلسطينية	الوصف	المنصة
لا يستفيد التجار في فلسطين من جميع مميزات الأعمال والمنتجات، التي تقدمها "فيسبوك". ف"سوق فيسبوك" (Facebook Marketplace) هي ميزة تتيح للمستخدمين شراء وبيع أغراض مثل الأثاث، والأدوات الإلكترونية، والمراكب، في مناطقهم المحلية. وتتوفر هذه الخاصية في 70 دولة، لكنها ليست متاحة بعد في الضفة الغربية وقطاع غزة. أما الأدوات الأخرى مثل "كوميرس مانيجر" (Commerce Manager)، فهي متاحة للبائعين المتمركزين في الولايات المتحدة فقط.	تعتبر "فيسبوك" واحدة من "الشركات التقنية الأربع الكبرى". منذ أيلول / سبتمبر 2019، ينشط على "فيسبوك" نحو 2.5 مليار مستخدم نشط، شهرياً. وحققت "فيسبوك" عائدات بلغت 55.8 مليار دولار خلال عام 2018، وشكلت الإعلانات حصة كبيراً من هذه الإيرادات. وتُجني إيرادات الإعلانات من خلال عرض المنتجات الإعلانية على "فيسبوك"، و"إنستغرام" و"ميسنجر"، ومواقع الويب أو تطبيقات الهواتف المحمولة التابعة لجهات خارجية. ويستخدم أكثر سبعة ملايين معن نشط، خدمات الشركة. وتواصل "فيسبوك" إنشاء أعمال متميزة، ومنتجات تجارية، ويمكن العثور على جميعها على موقع Facebook for Business، كما أنها طوّرت دليلاً مفصلاً وشاملاً لمسوّقي سلع التجزئة. وقدم "شوبيفاي" متاجر مدمجة على "فيسبوك"، بالإضافة إلى تمكين "ميسنجر" من البيع من خلال الدردشة.	Facebook
قدمت "إنستغرام" العديد من الميزات والأدوات اللازمة لتمكين الشركات والعلامات التجارية من البيع والإعلان. ورغم أن المنصة تسمح للشركات بالإشارة للمنتجات (Tag) في العديد من البلدان حول العالم، إلا أن هذه الميزة غير متوفرة في الضفة الغربية وقطاع غزة.	"إنستغرام" هي عبارة عن منصة تواصل اجتماعيّ مخصصة لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، مملوكة لـ"فيسبوك"، بعد استحواذ الأخيرة عليها لقاء مليار دولار في 2012. وينشط على المنصة أكثر من مليار حساب في جميع أنحاء العالم، شهرياً، وأكثر من 500 مليون حساب على أساس يومي، وتتابع 90% منها حسابات تجارية. وفي أيلول / سبتمبر 2017، ذكرت الشركة أن هناك مليوني معن شهرياً على المنصة. ومن المتوقع أن يقضي المستخدمين، بالمعدل، 28 دقيقة يوميًا على المنصة في عام 2020.	Instagram

المصدر: Facebook، Instagram، ومقابلات مع البائعين

العمل عبر الإنترنت: لحة عن رحلات المهنيين المستقلين

يتميز اقتصادا الضفة الغربية وقطاع غزة بارتفاع معدلات البطالة، ويرجع ذلك أساساً إلى الاضطرابات والقيود المختلفة التي يفرضها الاحتلال الإسرائيلي، وعجز القطاعات الإنتاجية عن توفير فرص عمل كافية. وفي عام 2018، بلغ معدل البطالة 30.8%، مع معدل أعلى بكثير في قطاع غزة (52%)، مقارنة بالضفة الغربية (17.6%). كما يؤثر نقص فرص العمل الملائمة، بشكل غير متكافئ، على أكثر شرائح المجتمع تهميشاً مثل النساء والشباب.

في أوروبا والولايات المتحدة، يعمل ما بين 20% إلى 30% من السكان البالغين لسنّ العمل في اقتصاد العمل الحر، أو أحد أشكال العمل المستقل.²⁶ ونظرًا لكون العمل عن بُعد، أصبح أكثر شيوعًا للزبائن، ومقدمي الخدمات على حدّ سواء، فيمكن أن يشكّل العمل المستقل، والوظائف عبر الإنترنت حلًا هامًا لمشكلة البطالة في الضفة الغربية وقطاع غزة. ومع ذلك، من الصعب حاليًا تقدير العدد الدقيق للمهنيين الفلسطينيين المستقلين، نظرًا لحقيقة أن بعضهم يعملون خارج منصات العمل المستقل وينتهي بهم الأمر إلى التعامل المباشر مع الزبائن الدوليين. ووفقًا لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، يتواجد نحو ثلاثة آلاف مهنيّ مستقل في الضفة الغربية وقطاع غزة، على الموقع com.freelancer، ونحو ألفين آخرين مسجلين في Upwork.com.²⁷ وتتضمّن ملفات تعريف هؤلاء المهنيين المستقلين، مبرمجين ومصمّمين ومحاسبين ومهندسين وغيرهم.

على الرغم ممّا يقدّمه العمل المستقل من إمكانيات مرتفعة، إلا أنه لا يمكن للفلسطينيين الاندماج به بسهولة في الضفة الغربية وقطاع غزة. وعلى سبيل المثال، تتطلب الإجراءات الحالية التي تطبقها البنوك العاملة في فلسطين، من المهنيين المستقلين، تقديم وثيقة هوية الموظف، وراتب موقع عليه من صاحب العمل، من أجل فتح حساب. فيما ترتبط العقبات الأخرى بمنصات العمل المستقل ذاتها.

الجدول رقم 5: رحلات بائعي الضفة الغربية وقطاع غزة في منصات العمل المستقل الرائدة، 2019

التجربة الفلسطينية	الوصف	المنصة
لا تملك المنصة مواقع إلكترونية في أيد دولة شرق أوسطية موقع على المنصة، كما أنها لا تدعم اللغة العربية. يستخدم موقع Freelancer.com شعار: "أي وظيفة، وأي دولة، وأي لغة، وأي عملة، (متوفرة) في أي وقت". لكن ولسوء الحظ، يواجه المصممون والمطورون والمهندسون المعماريون الفلسطينيون ومقدمو الخدمات الآخرون الصعوبة الشائعة المتمثلة في الاندماج ببوابات الدفع. ومن المحتمل أن يتجنب الأفراد أو الشركات، الذين يدرجون المشاريع على المنصة من توكيل مهمات لمهنيين مستقلين لا يملكون حسابات على "باي بال" ويطلبون تحويل الأموال عبر وسائل أخرى. وغالبًا ما يواجه المستقلون منافسة شرسة وعالمية على هذه المنصات، وفي مشاريع معينة، يكون اختيار المهنيين المستقلين غير الشرق أوسطيين، أمرًا أكثر جدوى واقتصاديًا.	"فرييلانسر" (Freelancer)، هي سوق أسترالية للتعددي الجماعي، تأسست عام 2009. وتُعد سوق الخدمات الأول عالميًا، ومنصة تربط أرباب العمل بالموظفين. في عام 2018، بلغ عدد مستخدمي المنصة 31.4 مليون مستخدم، مع 15.1 مليون وظيفة مدرجة. وتتوفر مواقعها المحليّة في 52 دولة، ويدعم نظامها 34 لغة و39 عملة.	Freelancer.com

26. McKinsey Global Institute. (2016, October). Independent work: Choice, necessity, and the gig economy. Retrieved from: <https://mck.co/2t2dPGd>

27. UNDP. (2018, July 1). Freelancing in the State of Palestine. Retrieved from: <https://bit.ly/34PGVG7>

<p>يمكن أن يمنح نموذج وكالة التوظيف المستقل إمكانات كبيرة في سياق الضفة الغربية وقطاع غزة، بالنظر إلى أن المهندسين المهرة أو مقدمي الخدمات ذوي المهارات الفنية يظهرون بعض الضعف في الاتصالات التجارية وغيرها من المهارات اللينة التي تكمل الخدمات الأساسية.</p> <p>يُسجل المهنيون المستقلون في "المناطق الفلسطينية"، في منصة "أب وورك"، تحت ثلاث فئات: الويب، والأجهزة المحمولة، و تطوير البرامج (وعدددهم 968 مهنيًا مستقلاً)، والتصميم والإبداع (وعدددهم 864)، وخدمة العملاء (وعدددهم 75).</p>	<p>"أب وورك" (Upwork)، هي منصة عالمية للمهنيين المستقلين مقرها في سان فرانسيسكو. وأصبحت الشركة عامة في 2018 وعدلت مهمتها لخلق فرص اقتصادية تمكّن الناس من عيش حياة أفضل. وبلغ إجمالي حجم الخدمات التابع للشركة، 1.8 مليار دولار في العام ذاته. ويتوزع مستخدموها في أكثر من 180 دولة، وتملك زبائن من الشركات الصغيرة وحتى شركات "فورتشن 500".</p> <p>وتوفر "أب وورك" وصولاً سريعاً وآمناً، وفعّالاً، إلى المواهب عالية الجودة، مع أكثر من خمسة آلاف عبر أكثر من 70 فئة، مثل تسويق المحتوى وخدمة العملاء وعلوم البيانات وتحليلات. وتشغل "أب وورك" نموذج وكالة، يسمح لعدد من الأشخاص ذوي المهارات المختلفة بالقيام بمشاريع، وهو اتجاه جديد في اقتصاد المهنيين المستقلين.</p>	<p>Upwork</p>
---	---	----------------------

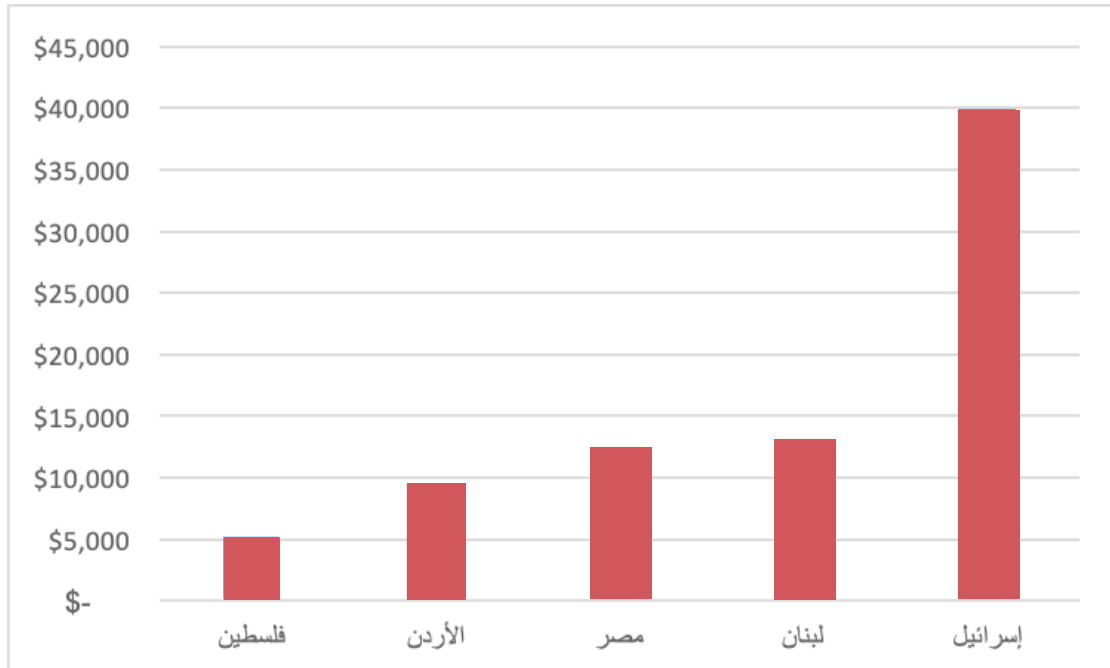
المصدر: Upwork، ، freelancer.com والمقابلات مع المهنيين المستقلين

هل فلسطين جاهزة للتجارة الإلكترونية؟

القوة الشرائية

يرتبط نمو التجارة الإلكترونية في دولة ما بالدخل القابل للتصريف والمتاح في أيدي مواطنيها، بالإضافة إلى إنفاق الشركات في هذه الدولة على البضائع والخدمات التي يُمكن شراؤها عبر الإنترنت. وفي حين أن التحليل المقارن للبيانات الإقليمية المتعلقة بالنفقات الثابتة للأسر والشركات ليس في نطاق هذه الدراسة، إلا أن مقارنة نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الضفة الغربية وقطاع غزة مع بلدان أخرى في المنطقة تظهر أن فلسطين متأخرة.

الرسم رقم 2: الناتج المحلي الإجمالي للفرد في المنطقة، 2018



المصدر: البنك الدولي

• إنفاق الأسرة

تشير الأبحاث إلى أن الأسر الأفقر تميل للإنفاق الأكثر على الطعام والضروريات الأخرى (بما يتناسب مع إجمالي إنفاقها)، مثل السكن، والرعاية الصحية، والتعليم، مقارنة مع الأسر الأكثر ثراء. فيمكن للأسر الأكثر ثراء، أن تغطي احتياجاتها الأساسية، لذا فإنها تمتلك منسوباً أكبر من الدخل القابل للصراف على النفقات غير الغذائية التي من المرجح أن يتم شراؤها عبر الإنترنت.²⁸

28. Banerjee, A., Duflo, E. (2007). The Economic Lives of the Poor. The journal of economic perspectives: a journal of the American Economic Association. 21(1). 141-167. Retrieved from: <https://bit.ly/2SuYitb>

الجدول رقم 6: الإنفاق الشهري لكل أسرة في الضفة الغربية وقطاع غزة، 2017

قطاع غزة	الضفة الغربية	الضفة الغربية وقطاع غزة	البند
2,885	5,938	4,840	متوسط إنفاق الأسرة بالشيكل
1,031 (35.7%)	1,726 (29.1%)	1,474 (30.5%)	الطعام
281 (9.8%)	504 (8.5%)	423.5 (8.7%)	السكن
238 (8.2%)	442 (7.4%)	368.5 (7.6%)	الرعاية الصحيّة والتعليم
348 (12.1%)	1,206 (20.3%)	896.5 (18.5%)	النقل والتواصل
398 (13.8%)	798.5 (13.4%)	658 (13.6%)	اللوازم المنزليّة والملابس والأحذية والترفيه والعناية الشخصية
113 (3.9%)	341.5 (5.8%)	260.5 (5.4%)	التبغ والسجائر
476 (16.5%)	920 (15.5%)	759 (15.7%)	أمور أخرى*

* تشمل النفقات الأخرى غير الغذائية والحماية الاجتماعيّة والتحويلات النقدية والضرائب ونفقات الاستهلاك

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني²⁹

بحسب البيانات الصادرة مؤخراً عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أنفقت الأسر الفلسطينية نحو 4840 شيكل شهرياً، خلال عام 2017، وإجمالي يُقدر بـ 58080 شيكل (16718 دولاراً) سنوياً. وبلغ إنفاق الأسرة الواحدة في الضفة الغربية 71256 شيكل (20511 دولاراً) في 2017، والذي كان أعلى بكثير من نظيرتها في قطاع غزة في الفترة ذاتها (2885 شيكل).

تماشياً مع التجارب الدوليّة، تدفع الأجور المنخفضة جداً في قطاع غزة الأسر الغزيّة إلى ضخ المزيد من نفقاتها في الاحتياجات الضرورية مثل الغذاء، والسكن، والرعاية الطبية، والتعليم (53.7%) مقارنة بنظيرتها في الضفة الغربية (45%). وخلال عام 2017، أنفق المنزل الفلسطيني العادي 7896 شيكل (2273 دولاراً) على اللوازم المنزليّة والملابس والأحذية والترفيه والعناية الشخصية، والتي يُرجح شراؤها على الإنترنت.

الجدول رقم 7: تقدير عدد الأسر المتصلة بالإنترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة، 2018-2019

قطاع غزة	الضفة الغربية	الضفة الغربية وقطاع غزة	المؤشر
2,018,970	3,019,948	5,035,918	عدد السكان
5.6	4.8	5.1	متوسط حجم الأسرة
359,710	627,725	987,435	عدد الأسر
51%	72%	65%	نسبة الأسر القادرة على الوصول إلى الإنترنت
185,305	456,528	641,833	عدد الأسر المتصلة بالإنترنت

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني^(2018³⁰, 2019³¹)

29. Palestinian Central Bureau of Statistics (2018). Main Findings of Living Standards in Palestine (Expenditure, Consumption and Poverty), 2017. Retrieved from: <https://bit.ly/35I1ZEL>

30. Palestinian Central Bureau of Statistics (2019). Press release on the eve of the International Day for Telecommunication and Information Society. Retrieved from: <https://bit.ly/2sCghUm>

31. Palestinian Central Bureau of Statistics (2019). Palestinians at the End of 2019. Retrieved from: <https://bit.ly/2Qme883>

كما يوضح الجدول رقم 7، يُقدَّر عدد الأسر التي تستخدم الإنترنت في الضفة الغربية وقطاع غزة بأكثر من 640 ألف في عام 2018. وعلى فرض أن نفقات الأسرة وحجمها بقيت ثابتة منذ عام 2017، بالإمكان تقدير إنفاق الأسر المتصلة بالإنترنت، على اللوازم المنزلية والملابس والأحذية والترفيه والعناية الشخصية بنحو 1.5 مليار دولار (5.1 مليار شيكل) سنويًا، بالتقريب.

• استهلاك الشركات

تغطي آخر البيانات المتاحة من قبل الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، إجمالي الاستهلاك الوسيط حتى عام 2016 فقط،³² ولكن يُمكننا أن نستقرئ من البيانات الصادرة بين العامين 2014 و2016، أن مستواه يتأرجح حول 65% من الناتج المحلي الإجمالي. وبتابع هذا النمط، يمكننا تقدير إجمالي إنفاق الشركات بحوالي 9 مليارات دولار.

الجهازية الرقمية

• استخدام الإنترنت

أتاحت القدرة الدائمة على الوصول إلى الإنترنت، نمو التجارة الإلكترونية على مستوى العالم. وازدهر استخدام الإنترنت في القرن الحالي، مع اعتماد النطاق العريض. ومع تزايد استخدام الهاتف الذكي والوسائط الاجتماعية في العقد الماضي، تستمر التجارة الإلكترونية بالترسخ في حياتنا اليومية.

اتسعت إمكانية استخدام الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، للإنترنت، بسرعة كبيرة خلال العقدين الماضيين. وبحسب بيانات صادرة عن البنك الدولي، فقد ارتفعت نسبة مستخدمي الإنترنت من إجمالي السكان، من 1.1% في عام 2000، إلى 64.4% في 2018، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 25.37%.³³ وتظهر بيانات مسح نشره الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، أن 64% من البالغين (18 عاما فما فوق) في الضفة الغربية وقطاع غزة، استخدموا الإنترنت في عام 2018، فيما سجلت الضفة الغربية ارتفاعًا أكبر بانتشار الإنترنت (69%) مقابل قطاع غزة (57%).³⁴ وبالمثل، فإن 65% من الأسر في الضفة الغربية وقطاع غزة، حظيت بإمكانية الوصول إلى الإنترنت في عام 2018 (72% في الضفة الغربية و51% في قطاع غزة). وكان متوسط سرعة الإنترنت 11.0 ميغابت في الثانية في نهاية عام 2018، مقارنة مع 0.5 ميغابت في الثانية فقط في نهاية عام 2010.

• استخدام الأجهزة الخليوية

انتشرت اشتراكات الهواتف المحمولة بشكل سريع بين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة على مدار العقدين الماضيين، حيث تجاوز عدد الاشتراكات أكثر من 4.3 مليون في نهاية عام 2018.³⁵ ووفقًا لبيانات البنك الدولي، فقد ارتفع عدد اشتراكات الهواتف المحمولة لكل 100 شخص من

32. Palestinian Central Bureau of Statistics (2018). Main Findings of Living Standards in Palestine (Expenditure, Consumption and Poverty), 2017. Retrieved from: <https://bit.ly/351ZEL>

33. The World Bank Group. (2019). Individuals using the internet (% of population) - West Bank and Gaza Data. Retrieved from: <https://bit.ly/2vwb0yz>

34. Palestinian Central Bureau of Statistics (2019). Press release on the eve of the International Day for Telecommunication and Information Society. Retrieved from: <https://bit.ly/2sCghUm>

35 Ibid.

0.2 فقط، في عام 2000، إلى 89.5 عام 2018، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 39.7%.

وتظهر بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في 2018، أن 89% من البالغين (18 عامًا فما فوق) في الضفة الغربية وقطاع غزة، يملكون جهازًا خلويًا أو جهازًا ذكيًا، فيما سجلت الضفة الغربية ارتفاعًا أكبر بانتشار الهواتف المحمولة (92%) من قطاع غزة (82%). وتملك 96% من الأسر، خط هاتف محمول واحد أو أكثر (96% في الضفة الغربية و97% في قطاع غزة). وأظهرت النتائج أيضًا أن نسبة الأسر التي تمتلك هاتفًا ذكيًا واحدًا أو أكثر بلغت 82% في الضفة الغربية وقطاع غزة (88% في الضفة الغربية و73% في قطاع غزة).

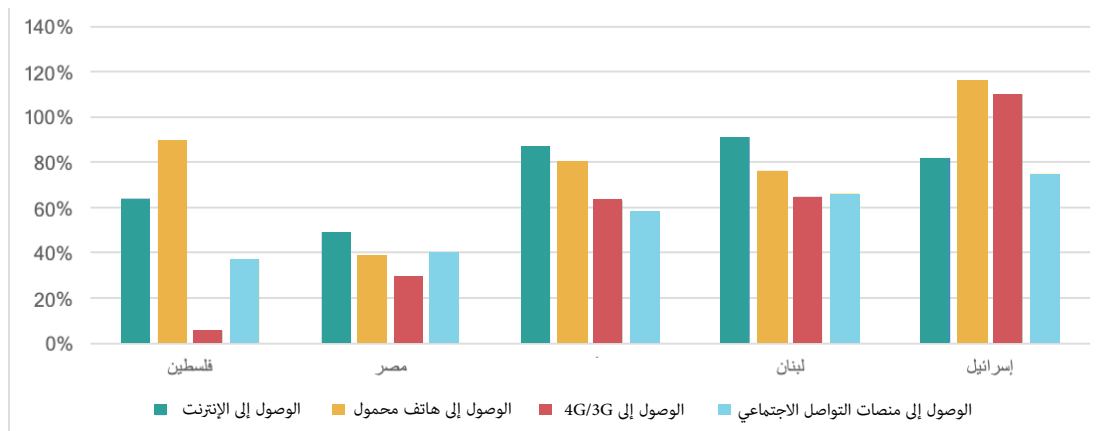
ووصل النطاق العريض المتنقل (الجيل الثالث، والجيل الرابع) إلى الضفة الغربية وقطاع غزة في عام 2018 فقط، بعد حظره على مدار سنوات طويلة من قبل إسرائيل.³⁶ ولا يزال الوصول إلى النطاق العريض للأجهزة المحمولة محدودًا، حيث منحت إسرائيل ترددات الجيل الثالث لمزودي الاتصالات الفلسطيني في الضفة الغربية فقط (الجيل الثاني في قطاع غزة)، بعد اتفاق وقعه السلطة الفلسطينية مع إسرائيل في نيسان/ أبريل 2017.

• وسائل التواصل الاجتماعي

يتأثر سلوك المشتري عبر الإنترنت بتقييمات المنتجات/العلامات التجارية، من منصات التواصل الاجتماعي. وارتفع عدد الفلسطينيين المتمركزين في الضفة الغربية وقطاع غزة، المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي، من 1.25 مليون شخص في 2015³⁷، إلى أكثر من 1.9 مليون شخص في نهاية عام 2018.³⁸ وتشير هذه الأرقام إلى معدل نمو سنوي مركب قدره 15%.

وبحسب تقرير أعدته "داتا ريبورتال" (DataReportal)، فإن 37% من الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي.³⁹ وتعد "فيسبوك" منصة التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا، حيث يستخدمه 53% من السكان البالغين (13 عامًا وما فوق)، ويزداد الاستخدام النشط بمعدل 20% على أساس فصلي. ويحتل "إنستغرام" المرتبة الثانية، حيث يستخدمه 26% من السكان البالغين (أكثر من 13 عامًا) بنشاط، ويزداد الاستخدام النشط بمعدل 29% على أساس فصلي.

الرسم رقم 3: مؤشرات التغلغل الرقمي في المنطقة، 2018



المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، DataReportal

36. Sawafta, A. (2018, January 24). Palestinians get 3G mobile services in West Bank. Reuters. Retrieved from: <https://reut.rs/2Zlgvqp>

37. Palestinian Central Bureau of Statistics, Ministry of Communications and Information Technology. (2017, July 15). Press Release: World Information Society Day. Retrieved from: <https://bit.ly/3966sOV>

38. Kemp, S. (2019, January 31). DIGITAL 2019: PALESTINE. Retrieved from: <https://bit.ly/35laf7U>

39. Ibid.

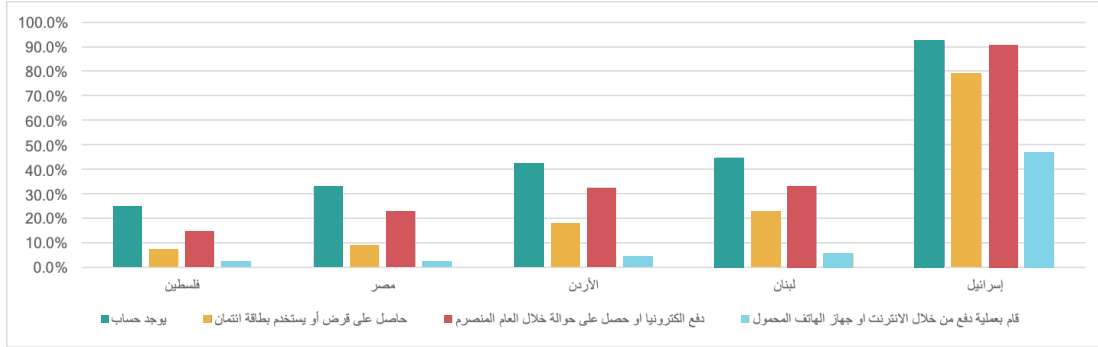
الجهوزية المالية

• الإشراف المالي

يعمل 14 بنكًا محليًا ودوليًا في الضفة الغربية وقطاع غزة، مع وجود 365 فرعًا موزعًا على الضفة الغربية وقطاع غزة.⁴⁰ وخلال العقد الماضي، نما النظام المصرفي الفلسطيني بشكل ملحوظ. في عام 2018، بلغ إجمالي أصول البنوك العاملة في الضفة الغربية وقطاع غزة، 16 مليار دولار، مرتفعة عن 7.6 مليار دولار في عام 2008.⁴¹ وخلال نفس الفترة، ارتفع إجمالي محفظة الائتمان من 1.8 مليار دولار إلى 8.5 مليار دولار.

ومع ذلك، رغم النمو السريع للقطاع المالي، تتخلف الضفة الغربية وقطاع غزة، على المستوى العالمي كما الإقليمي، بمعايير الإشراف المالي.⁴² وتعاني الضفة الغربية وقطاع غزة، من معدلات إشراك مالي منخفضة، حيث أن 36.4% من السكان البالغين فقط، استخدموا خدمة مالية رئيسية واحدة على الأقل في 2015.⁴³ وتُعد معدلات الإدماج المالي منخفضة بشكل خاص بين النساء (15.4% من النساء البالغات مندمجات ماليًا فقط، مقارنة بـ 42.1% من الرجال) والشباب (12.9% من الفئة العمرية 18-24 عامًا) والأسر ذات الدخل المنخفض (12% من بين أولئك الذين يحصلون على ما هو أقل من 2000 شيكل شهريًا). وتظهر أحدث البيانات التي نشرتها مجموعة البنك الدولي أن 25% فقط من البالغين امتلكوا حسابات مصرفية في عام 2017، وهو أقل بكثير من المتوسط العالمي البالغ 69%، ومتوسطات بلدان أخرى في المنطقة.⁴⁴

الرسم رقم 4: مؤشرات التغلغل المالي في المنطقة، 2017



المصدر: بيانات البنك الدولي، Findex Global

40. Palestine Monetary Authority. (2019, September). Banking System Fact Sheet. Retrieved from: <https://bit.ly/38qqtic>

41. Maan News. (2019, November 30). Economists call for a review of lending policies. Retrieved from: <https://bit.ly/3bAPwRH>

42. The WorldBank Group (2017). The Global Findex Database: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Retrieved from: <https://bit.ly/2stjB3m>

43. "Study of Financial Inclusion in Palestine" conducted by the Palestinian Economic Policy Research Institute (MAS) in cooperation with the PCBS. The study was commissioned by the Palestine Capital Market Authority (PCMA) and the Palestine Monetary Authority (PMA).

44. The 2017 Global Findex database defines account ownership as having an individual or jointly owned account either at a financial institution or through a mobile money provider. <https://globalfindex.worldbank.org/>

• أنظمة الدفع الإلكترونية

على الرغم من أن شركات معالجة المدفوعات مثل "فيزا" (Visa)، و"ماستر كارد" (Card Master)، و"سويفت" (SWIFT)، و"موني غرام" (Gram Money)، و"وسترن يونيون" (Union Western)، تتمتع بعلاقات تجارية طويلة الأمد مع البنوك الفلسطينية، إلا أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية، وخاصة تلك التي تتم عبر الإنترنت، لا يزال محدوداً للغاية في الضفة الغربية وقطاع غزة. وتظهر أحدث البيانات المتاحة التي نشرها البنك الدولي، أن عدد حاملي بطاقات الائتمان لم يتجاوز الـ 5% من السكان البالغين في عام 2017، وقال 2.3% فقط، إنهم استخدموا الهاتف المحمول أو الإنترنت لإجراء تحويل مالي، في العام الماضي.⁴⁵

وتدفع السلطة الفلسطينية مدعومة بالمجتمع المدني المحلي والعالمي، منذ سنوات طويلة، باتجاه توسيع استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية لمعالجة قضايا الإشراف المالي. وكثفت سلطة النقد الفلسطينية في الآونة الأخيرة، جهودها لإدخال أنظمة الدفع الإلكتروني رداً على تراكم تداول الشيكال الإسرائيلي في الضفة الغربية وقطاع غزة.⁴⁶ ويكبد تراكم النقد في الأسواق الفلسطينية، ومعظمه بعملة الشيكال، النظام المالي الفلسطيني تكاليف باهظة، بسبب الحد الأقصى لنقل الشيكال إلى إسرائيل، الذي تفرضه إسرائيل على البنوك الفلسطينية.

وفقاً لشروط بروتوكول باريس للعلاقات الاقتصادية التي وقعتها إسرائيل مع السلطة الفلسطينية كجزء من اتفاقيات أوسلو، يسمح بنك إسرائيل للبنوك الإسرائيلية المختارة بتلقي دفعة مقاصة شهرية بالشيكال من سلطة النقد الفلسطينية مقابل عملات أجنبية محددة حالياً بمليار شيكل فقط، على مدار شهري. وتضطر البنوك الفلسطينية إلى الاحتفاظ بأي مبالغ نقدية زائدة عن الحد الأقصى الذي تفرضه إسرائيل، ويتربّب على ذلك آثار كبيرة، بما في ذلك تكلفة التأمين الفعلي لكميات هائلة من النقد، وفقدان الفائدة المحتملة على النقد (فوق حدود النقل المسموح بها) الذي قد يتم إيداعها خلاف ذلك في البنوك الإسرائيلية، وإجبار البنوك الفلسطينية على الاحتفاظ بفائض في رأس المال يؤدي إلى كبح عائدها على حقوق المساهمين.

ودعمًا لجهود السلطة الفلسطينية، كان القطاع الخاص في الضفة الغربية وقطاع غزة، في طليعة حملة التحول لأنظمة الدفع الإلكتروني. وفي 2010، تشارك بنك فلسطين، وهو أكبر مصرف في الضفة الغربية وقطاع غزة، مع شركة التكنولوجيا "بي إن سي سولوشنيز" (Solutions PCNC)، المحلية، لتأسيس "بال باي" (PalPay)، وهو أول مزود فلسطيني، متعدد القنوات، لحلول الدفع الإلكتروني.⁴⁷ ويستفيد المشروع من شبكة نقاط البيع الواسعة، التابعة لبنك فلسطين، لتمكين العملاء من سداد فواتير الخدمات العامة أو أقساط القروض أو الرسوم الدراسية.⁴⁸

وفي تشرين الأول/أكتوبر من عام 2019، أعلنت شركة "جوال"، وهي أكبر مقدم لشبكة الهواتف المحمولة في الضفة الغربية وقطاع غزة، بالتشارك مع شركة "الدفع الإلكتروني الوطني"، تأسيس شركتهما الجديدة، Pay Jawwal، وهي عبارة عن حلّ محفظة رقمية متكامل. وتهدف الشركة إلى توفير خدمات مالية تكنولوجية مختلفة، لكن منتجها الأساسي، هو المحفظة الرقمية، الذي يتيح للأفراد تحويل الأموال بين بعضهم البعض، ودفع الفواتير، والشراء عبر الإنترنت.

45. The World Bank Group (2017). The Global Findex Database: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Retrieved from: <https://bit.ly/2stjB3m>

46. Palestine Monetary Authority. Press Release. (2019, March 30). Electronic Payment of Wages and Salaries. Retrieved from: <https://bit.ly/2QoWPDs>

47. PALPAY. (2019). Retrieved from: <https://bit.ly/2STJUEk>

48. Aliqtisadi.ps. (2019, November 4). "Jawwal Pay" is the first Palestinian multifunction electronic wallet via mobile. Retrieved from: <https://bit.ly/33zHy76>

على الرغم من أن حلول الدفع الإلكترونية المطورة محليًا مثل "بال باي"، و"جّوال باي" (Jawwal Pay)، تحظى بقدرة على توسيع استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية، في الضفة الغربية وغزة، إلا أنّ استخدامها محدود في الممارسة من الناحية العملية. ومن أجل أن تصبح هذه الحلول ملائمة للضفة الغربية وقطاع غزة، على نطاق أوسع، يجب أن تكون سهلة الاندماج في منصات التجارة الإلكترونية الدولية واسعة الاستخدام. على سبيل المثال، "شوبيفاي"، هي إحدى منصات التجارة الإلكترونية الأكثر استخدامًا على مستوى العالم، وتعمل في الضفة الغربية وقطاع غزة، وهي مستخدمة على نطاق واسع، لكنّها لا تدعم استخدام أي بوابات دفع فلسطينية (أنظر إلى القسم حول "شوبيفاي").

كما أن القدرة على الوصول إلى بوابات المدفوعات الدولية مقيّدة للغاية. فمثلا، لا تقدم "باي بال"، التي تُعد منصة التحويلات المالية الرقمية الأكثر شهرة على مستوى العالم، خدماتها للفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة. في عام 2016، قامت عدّة منظمات من المجتمع المدنيّ، بحملة لدفع "باي بال" إلى العمل في الضفة الغربية وقطاع غزة. وفي كانون الأول / ديسمبر 2018، نشر حملة، المركز العربيّ لتطوير الإعلام الاجتماعيّ، تقرير "فلسطين وباي بال"، والذي يوضح أنّ عدم القدرة على استخدام "باي بال" يعيق تطوّر اقتصاد الضفة الغربية وقطاع غزة.⁴⁹ ورغم من أنّ هذه الجهود قد جذبت انتباه وسائل الإعلام، ومئات الآلاف من التوقيعات والتقدير في جميع أنحاء العالم، إلا أنّ "باي بال" لم تصدر بيانًا عامًا لتوضيح أو اتخاذ أي إجراء لتغيير سياستها.

بدأ العديد من رواد الأعمال الفلسطينيين في إيجاد طرق مبتكرة للتغلب على تقييد قدرة استخدامهم لمنصات الدفع الإلكترونيّ. في الأعوام القليلة الماضية، قام مضيفو أماكن السكن المدرجة على منصة "إير بي إن بي" (AirBnB)، والباعة والمهنيون المستقلون، في فلسطين، بتميز تدير معيّن، يُمكنهم من إنشاء حساب على منصة "باي بال" باستخدام بطاقة البنك العربيّ للتسوّق باستخدام "حساب فيزا الافتراضي". وعند إنشاء الحساب، يجب عليهم اختيار إسرائيل كدولة إقامتهم ورمز الدولة الدوليّ الإسرائيليّ (+972) عند إدخال رقم هاتفهم.⁵⁰

وبدأ بعض الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، وخصوصا المهنيين المستقلين منهم، باستخدام "بايونير" (Payoneer)، وهي شركة توفر التحويل الماليّ عبر الإنترنت، وخدمات الدفع الإلكترونيّ.⁵¹ ويتمتع أصحاب الحسابات على "بايونير" بالقدرة على إرسال رصيد واستقباله في حساباتهم البنكية، أو المحفظة الإلكترونية الخاصة بـ "بايونير"، أو حتى في بطاقة "ماستر كارد" مدفوع ثمنها مسبقًا، وقابل لإعادة التعبئة، والتي يُمكن استخدامها على الإنترنت، وفي نقاط الدفع المختلفة. ومع أنّ الزبائن الفلسطينيين من الضفة الغربية وقطاع غزة، يضطرون إلى إدراج أنفسهم على أنهم يعيشون في إسرائيل، فإن الشركة تشحن البطاقة المدفوعة مسبقًا لزبائنهم في الضفة الغربية وقطاع غزة، والذين يمكنهم استخدامها لسحب الأموال من أي ماكينة صراف آلي. وبينما يستخدم المهنيون المستقلون "بايونير" على نطاق واسع، فإن رسومه تُعتبر مرتفعة، حيث تتراوح الرسوم من 4 إلى 10 دولارات لكلّ معاملة و30 دولار سنويًا للاشتراك.

49. Alaboudi, U. (2018, December). "Palestine and PayPal - Towards Economic Equality" New Report by 7amleh. Retrieved from: <https://bit.ly/371cKGF>

50. Abu Halawah, T. [Arresha]. (2016, July 5). حساب بي بال لفلسطين باستخدام فيزا كاردز الصادرة عن البنوك الفلسطينية ؟ - Paypal in Palestine [Video file]. Retrieved from: <https://bit.ly/2sPtKrl>

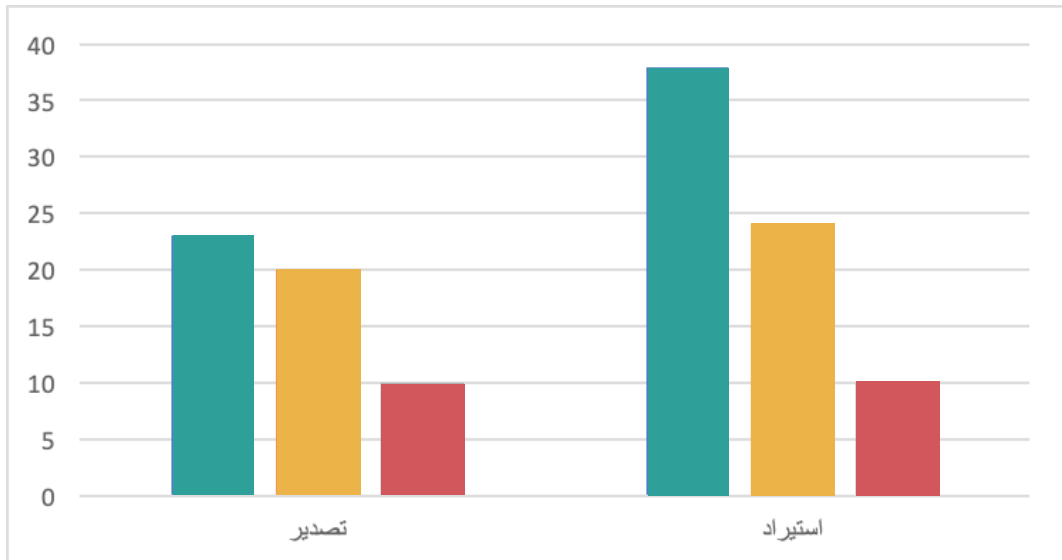
51. <https://www.payoneer.com/about/>

الجهوزية اللوجستية

• التجارة عبر الحدود

لا تسيطر الضفة الغربية وقطاع غزة على حدودها أو نقاط الدخول والخروج بسبب الاحتلال الإسرائيلي. لذلك، فإنه لا بلد لدخول الأشخاص، ورأس المال، والسلع، إلى الضفة الغربية وقطاع غزة والخروج منها، أن يمر عبر إسرائيل أو الأردن أو مصر. كما لا يوجد اتصال جوي مباشر بين الضفة الغربية وقطاع غزة، ومطار الملكة علياء الدولي، الواقع بالقرب من العاصمة الأردنية عمان، ومطار بن غوريون الدولي، الواقع بين القدس وتل أبيب، الذي يمثل نقطة الدخول الرئيسية جواً إلى الضفة الغربية وقطاع غزة. ونتيجة لهذه القيود، والعديد من العقبات الأخرى التي يفرضها الاحتلال الإسرائيلي، فإن تكاليف الاستيراد والتصدير من الضفة الغربية وقطاع غزة مرتفعة. كما أعاقت هذه التكاليف الباهظة تطوير التجارة الإلكترونية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

الرسم رقم 5: تكاليف التجارة ومقارنة مدة العملية، 2015



المصدر: البنك الدولي⁵²

• النظام البريدي

نتيجة التقييدات الإسرائيلية، وانعدام كفاءة الخدمات البريدية المحلية، فإن النظام البريدي في الضفة الغربية وقطاع غزة، ليس ناجحاً ولا رخيصاً، ولا يشجع الكثير من الفلسطينيين على البيع والشراء عبر الإنترنت.⁵³

وغالبا ما يتوقع التجار في مجال التجارة الإلكترونية الفلسطينيين، الذين يشترون من الخارج، تأخيرا يتراوح بين ثلاثة وأربعة أشهر في وصول بريدهم، ويمتد أحيانا إلى عدة أعوام. وكما هو الحال، فإن

52. World Bank Group (2017). Unlocking the Trade Potential of the Palestinian Economy: Immediate Measures and a Long-Term Vision to Improve Palestinian Trade and Economic Outcomes (Report No. ACS22471). Retrieved from: <https://bit.ly/34Rrptv>

53. Barakat, J. (2019, July 6). Emergency in Palestine Post. AlAraby.co.uk. retrieved from: <https://bit.ly/34Qg7W9>

البريد الدولي الذي يتم تسليمه إلى الضفة الغربية وقطاع غزة يجب أن يمر أولاً عبر الخدمات البريدية الإسرائيلية. وقامت السلطة الفلسطينية، ومنظمات دولية مثل الاتحاد البريدي العالمي،⁵⁴ بمحاولات متعددة لإقامة علاقة بريدية مباشرة مع بقية العالم، لكن إسرائيل تمنع باستمرار مثل هكذا الخطوة.

يتضمن الاتفاق المؤقت الذي وقّعه إسرائيل مع منظمة التحرير الفلسطينية، في عام 1995، كجزء من عملية أوصلو للسلام، بنوداً تتعلق بالخدمات البريدية. وتنص الاتفاقية على أن ترتيبات إرسال واستقبال جميع الرسائل البريدية سيتم ترتيبها عن طريق اتفاقيات تجارية بين السلطة الفلسطينية والسلطات البريدية في الأردن ومصر، بالإضافة إلى اتفاقية تجارية بين السلطة الفلسطينية وسلطة البريد الإسرائيلية.⁵⁵

في عام 2016، وقّعت السلطة الفلسطينية مذكرة تفاهم مع إسرائيل، من شأنها أن تسمح للأولى بتلقي بريدها مباشرة دون المرور أولاً بخدمة البريد الإسرائيلية.⁵⁶ وتهدف الاتفاقية إلى المساعدة في نقل البريد الدولي إلى السلطة الفلسطينية عبر الأردن، عبر معبر جسر الملك حسين. ومع ذلك، فإن توقيع الاتفاقية يعني تغييراً محدوداً على أرض الواقع. في الواقع، وقّعت إسرائيل والسلطة الفلسطينية اتفاقية مماثلة عام 2008، لكنها لم تُطبق مطلقاً. أوضحت المصادر الفلسطينية التي قابلناها من خلال هذا البحث، أنه على الرغم من أن جزءاً من الطرود البريدية يدخل عبر الأردن، إلى أنه يجب أن يمر أيضاً، بعمليات تفتيش أمنية إسرائيلية مضمّنة، حيث تتعرض الرسائل والطرود الفلسطينية للفتح وحتى المصادرة.⁵⁷ على هذا النحو، تواصل إسرائيل الاحتفاظ بالبريد الفلسطيني دون اتباع الإجراءات القانونية الواجبة، حيث يتم إصدار بعض الرسائل على دفعات كبيرة ومتقطعة تسبب اختناقات تشغيلية خطيرة للخدمات البريدية الفلسطينية.⁵⁸

بالإضافة إلى العقبات التي يفرضها الاحتلال، تعاني الخدمات البريدية الفلسطينية من نقص في الموارد بسبب الدعم الحكومي غير الكافي. وأدى الافتقار إلى الاستثمار المستمر في البنية التحتية البريدية إلى نقص في عدد الموظفين، وخاصة في مكاتب التوزيع الإقليمية.⁵⁹ علاوة على ذلك، على الرغم من أن السلطة الفلسطينية قد اتخذت خطوات فعّالة لدمج الضفة الغربية وقطاع غزة في نظام الرمز البريدي الدولي، إلا أن الرموز البريدية لا تُستخدم في الضفة الغربية وقطاع غزة، مما يخلق المزيد من التحديات للمشاركة في التجارة الإلكترونية في فلسطين.

• نظام النقل

يعتبر النقل البري نظام النقل الوحيد داخل الضفة الغربية وقطاع غزة. واستثمرت السلطة الفلسطينية جهداً كبيراً لتنفيذ مشاريع الطرق داخل الضفة الغربية وقطاع غزة، والتي وُجّهت معظمها نحو إصلاح أجزاء من شبكة الطرق الحالية. على الرغم من هذه الجهود، لا تزال البنية

54. Universal Postal Union. (2019, September 19). The State of Palestine has not been admitted to the Universal Postal Union (UPU) after a postal ballot of the organization's member countries. Retrieved from: <https://bit.ly/36TX278>

55. Israel Ministry for Foreign Affairs. (1995, September 28). THE ISRAELI-PALESTINIAN INTERIM AGREEMENT-Annex III. Retrieved from: <https://bit.ly/2POCMxR>

56 Times of Israel. (2016, September 4). Israel and Palestinians sign deal to improve postal service. Retrieved from: <https://bit.ly/2QoR5ty>

57. Sbaihat, A. (2017, February 26). The Palestinian Post is occupied as is the land. AlHadath. Retrieved from: <https://bit.ly/2sZRk4L>

58. The New Arab. (2018, August 16). Jericho post office swamped as Israel releases eight years worth of blocked mail. Retrieved from: <https://bit.ly/2PQUErS>

59. Barakat, J. (2019, July 6). Emergency in Palestine Post [Article]. AlAraby.co.uk. Retrieved from: <https://bit.ly/34Qg7W9>

التحتية للنقل تشكّل مشكلة في المنطقة "ج"، التي يُقيد فيها استخدام الفلسطينيين للطرق، بشكل كبير، ويمكن أن تكون أوقات السفر عبرها، غير منتظمة.⁶⁰

ولا تتمكن السلطة الفلسطينية أيضًا من تطوير الطرق، أو المطارات، أو السكك الحديدية في المنطقة "ج" أو عبرها.⁶¹ وقد أعاق القيود في المنطقة "ج" تطوير البنية التحتية المؤسسية مثل الخدمات المصرفية، والتي يعوقها عدم القدرة على فتح فروع خدمة، وعدم القدرة في الممارسة العملية في استخدام الأراضي في المنطقة "ج" كضمان. كما أن انعدام الأمن وصعوبة حراسة المنطقة "ج" تردع المستثمرين أيضًا. تخلق هذه العوائق مستويات مرتفعة من انعدام اليقين (التجاري)، وتقلل من العوائد المتوقعة للاستثمارات المحتملة.

يُعدّ تقييد الحركة إحدى الأدوات الرئيسية التي تستخدمها إسرائيل لفرض نظام الاحتلال على السكان الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة. بين كانون الثاني/يناير 2017 وتموز/يوليو 2018، حدّد مكتب الأمم المتحدة لتنسيق الشؤون الإنسانية (أوتشا) في الضفة الغربية وقطاع غزة، 705 نقطة تفتيش عسكرية دائمة، و4924 نقطة تفتيش وحواجز "طيارية"، داخل الضفة الغربية.⁶²

تؤثر القيود المفروضة على الحركة، وانعدام اليقين الذي تولّده، على الاقتصاد في الضفة الغربية وقطاع غزة وإمكانيات نموه. كما كشفت دراسة حديثة نشرها معهد الأبحاث التطبيقية – القدس، في أوائل عام 2019، عن تداعيات حرمان الفلسطينيين في الضفة الغربية، من حرية التنقل، ومدى الضرر الذي تلحقه نقاط التفتيش العسكرية، للاقتصاد الفلسطيني والبيئة الفلسطينية.⁶³ وأجرى المعهد دراسته بين كانون الثاني/يناير وتموز/يوليو 2018، من خلال مراقبة حركة المركبات الخاصة ووسائل النقل العام باستخدام أجهزة تتبع "جي بي إس" (GPS). وجمعت الدراسة بيانات من 15 نقطة تفتيش تم اختيارها مسبقًا داخل الضفة الغربية و11 نقطة عبور تربط بين الضفة الغربية والقدس.⁶⁴ ولاحظت الدراسة أن نقاط التفتيش العسكرية الإسرائيلية المنتشرة في جميع أنحاء الضفة الغربية تسببت في خسارة سنوية قدرها 60 مليون ساعة عمل أو 274 مليون دولار (19% من الناتج المحلي الإجمالي). بالإضافة إلى ذلك، تؤدّي نقاط التفتيش إلى استهلاك إضافي قدره 80 مليون لتر من الوقود، مما يعني ضمنا 135 مليون دولار في التكاليف الإضافية وزيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بمقدار 196 ألف طن.

60. Area C constitutes about 61% of the West Bank. It is defined by the 1995 Israeli-Palestinian Interim Agreement on the West Bank and the Gaza Strip as "areas of the West Bank outside Areas A and B, which, except for the issues that will be negotiated in the permanent status negotiations, will be gradually transferred to Palestinian jurisdiction in accordance with this Agreement."

61. Niksic, O., Nasser Eddin, N. & Cali, M. (2014). Area C and the Future of the Palestinian Economy (Report No. ACS22471). Retrieved from World Bank website: <https://bit.ly/35RsPW4>

62. United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs. (2018, October 8). Humanitarian Bulletin: Occupied Palestinian Territory | September 2018. Retrieved from <https://bit.ly/34kUw8d>

63. Applied Research Institute Jerusalem (ARIJ). (2019). Assessing the Impacts of Israeli Movement Restrictions on the Mobility of People and Goods in the West Bank. Retrieved from: <https://bit.ly/2ZRBpsa>

64. Arab48.com. (2019, July 15). 270 million dollars losses to the Palestinians due to military checkpoints in the West Bank. Retrieved from: <https://bit.ly/2ZJ9PWU>

البيئة القانونية والسياسية

• المنظمون الماليون

يُنظّم القطاع الماليّ في الضفة الغربيّة وقطاع غزّة من قبل سلطة النقد الفلسطينيّة، التي تعمل بشكل فعّال كبنك مركزيّ فلسطينيّ، وهيئة سوق رأس المال الفلسطينيّة (PCMA)، التي تنظّم بشكل أساسي المؤسسات الماليّة غير المصرفيّة.

الجدول رقم 8: نظرة عامة على الجهات التنظيمية للقطاع الماليّ في الضفة الغربية وقطاع غزّة

الدور	الوصف	المؤسسات
وضع وتنفيذ السياسة النقدية المصممة لضمان انخفاض التضخم وتحقيق استقرار الأسعار التنظيم والإشراف الفعال والشفاف للبنوك ومؤسسات الإقراض المتخصصة ومحلات الصرافة الإشراف على تطوير وتنفيذ وتشغيل أنظمة دفع حديثة وفعالة	وهي مؤسسة عامة مستقلة مسؤولة عن صياغة وتنفيذ السياسات النقدية والمصرفيّة للحفاظ على استقرار الأسعار وانخفاض التضخم، وتعزيز الاستقرار الماليّ، وحماية القطاع المصرفيّ وتعزيز النمو المستدام للاقتصاد.	سلطة النقد الفلسطينيّة
التنظيم والإشراف على قطاعات الأوراق الماليّة، والتأمين، والتأجير التمويلي، والتمويل العقاري، ومراقبتها، وكذلك التأكد من أن عملها يتوافق مع مبادئ الشفافية والإنصاف والنزاهة، تماشياً مع أفضل الممارسات الدوليّة.	أسست كهيئة مستقلة بموجب القانون رقم 13 لعام 2004. ويشمل اختصاصها قطاعات الأوراق الماليّة والتأمين والرهن الماليّ والتأجير، إلى جانب أي مؤسسات ماليّة غير مصرفيّة أخرى.	هيئة سوق المال الفلسطينيّة

المصدر: سلطة النقد الفلسطينيّة، هيئة سوق المال الفلسطينيّة

لقد اجتازت الضفة الغربية وقطاع غزّة العديد من المعالم الضرورية للوصول إلى أنظمة الدفع الإلكترونيّة، بما في ذلك تشريع "قانون المدفوعات الوطنيّة" في عام 2012، والذي يسهل المعاملات الإلكترونيّة ويضع تدابير لمكافحة غسل الأموال والاحتيال.⁶⁵

وفي 30 آذار/ مارس من عام 2019، أعلنت سلطة النقد الفلسطينيّة، إطلاق استراتيجية لزيادة استخدام الحوالات الإلكترونيّة، وتقليل الاعتماد على النقد في الاقتصاد الفلسطينيّ.⁶⁶ وأعدت الاستراتيجية من قبل سلطة النقد الفلسطينيّة بالتعاون مع القطاع المصرفيّ وأطراف معنية أخرى، ووافق عليها مجلس الوزراء الفلسطينيّ في عام 2018.

ومن أجل تطبيق هذه الاستراتيجية على مدار الأعوام الخمسة المقبلة، تسعى سلطة النقد الفلسطينيّة

65. Palestine Monetary Authority (PMA). Presidential Decree No. (17) of 2012 on National Payments Law. Retrieved from: <https://bit.ly/2LYinnX>

66. Abu Amer, A. (2018, June 15). Can PA's push for e-payments help ease its cash crunch? Al-Monitor. Retrieved from: <https://bit.ly/394M8x9>

إلى ترويج استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في التحويلات المحليّة، في القطاع الخاص كما العام. وهذا يشمل إطلاق نظام يتيح التحويل الإلكتروني التلقائي (الأوتوماتيكي)، لأجور العمال الفلسطينيين في إسرائيل، إلى حساباتهم المصرفية الخاصة شهريًا، وبأقل رسوم.⁶⁷ ستعمل سلطة النقد الفلسطينية أيضًا على السماح باستخدام بطاقات الدفع الإلكترونيّة الصادرة عن البنوك الإسرائيليّة لمشتريات الفلسطينيين من إسرائيل في الأسواق المحليّة.

في تشرين الثاني / نوفمبر 2019، أعلنت سلطة النقد الفلسطينية أيضًا عن اهتمام سلطة النقد الفلسطينية بتبني "فين تيك" (FinTech). وفقًا لحاكم سلطة النقد الفلسطينية، عزام الشوا، سيتم الإعلان عن رؤية مستقبلية لسلطة النقد الفلسطينية قبل نهاية عام 2019.⁶⁸ وسوف تشمل توفير حاضنة مناسبة لدعم المبادرات الناشئة في هذا المجال وإيجاد حلول تكنولوجية للقضايا التي تواجه العمليات الماليّة الحالية. كما أشار إلى أن سلطة النقد الفلسطينية تدرس احتياجات السوق الفلسطينية من حيث القدرة على الوصول للخدمات الماليّة، وأنّ التشريعات واللوائح لتنظيم طرق الدفع الإلكترونيّة جارية حاليًا.

67. Palestine Monetary Authority. Press Release. (2019, March 30). Electronic Payment of Wages and Salaries. Retrieved from: <https://bit.ly/2MPXCv5>

68. Expotech.ps. (2019, November). Expotech 2019 theme: The Rise of Fintech and Blockchain. Retrieved from: <https://bit.ly/38qrjvm>

خاتمة

في حالة فلسطين، يخضع حق الفلسطينيين في الوصول إلى الأسواق الاقتصادية لقيود صارمة بسبب الاحتلال الإسرائيلي، على شبكة الإنترنت كما خارجها. وتسلب سلسلة قيمة التجارة الإلكترونية الضوء على كيف أدت عقود من القيود المفروضة على الحركة إلى توقف تطوير الخدمات اللوجستية المتكاملة، وكيف تصعب سياسات الاستيراد والتصدير القاسية، الحفاظ على أن أعمال التجارة الإلكترونية قابلة للنمو في الضفة الغربية، والتي تكاد أن تكون مستحيلة أصلاً في غزة، التي لا تزال خاضعة للحصار منذ أكثر من عقد من الزمان. كما أنها توضح كيف أن الاتفاقيات السياسية التي كان ينبغي أن توفر للفلسطينيين إمكانية الوصول إلى شبكة إنترنت آمنة وموثوقة قد فشلت، وتبين استمرار إسرائيل حرمان الفلسطينيين من حقوقهم والوفاء بالتزاماتها بموجب القانون الدولي. علاوة على ذلك، فإنها تلقي الضوء أيضاً، على الدور الذي تلعبه شركات التكنولوجيا، التي تقدم الخدمات المالية الأساسية لتنجيح التجارة الإلكترونية، في حرمان الفلسطينيين من حقوقهم الإنسانية. أخيراً، من المهم أن ندرك أنه على الرغم من هذه التحديات، تبقى التجارة الرقمية مهمة بشكل متزايد في تمكين الناس في فلسطين من الوصول إلى حقوقهم الإنسانية. كما أنه من المهم أيضاً، تعزيز فكرة أن التجارة الإلكترونية هي نشاط اقتصادي أساسي لتطوير الأسواق الاقتصادية التي تخدم أولئك الذين يعيشون في السياقات غير المحصنة، أي المحتلة وغير الساحلية والمحاصرة، مثل الفلسطينيين في الضفة الغربية وغزة.

توصيات

تزداد أهمية التبادل التجاري الرقمي في تمكين الناس من نيل حقوقهم الإنسانية. وخصوصاً أن التجارة الإلكترونية تُعد نشاطاً اقتصادياً أساسياً لتطوير الأسواق الاقتصادية التي تخدم أولئك الذين يعيشون في سياقات غير محصنة، محتلة، وغير ساحلية، ومحاصرة، مثل الفلسطينيين في الضفة الغربية وغزة.

الوصول الرقمي

- يقع الوصول الرقمي تحت مسؤولية الدول بالتعاون مع القطاع الخاص وشركات الاتصالات.
- يجب على إسرائيل أن تسمح باستقلالية قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الفلسطيني، وتمكين الوصول المجاني إلى تقنيات جديدة، بما في ذلك ترقية البنية التحتية للنطاق العريض المتنقل، للجيل الثالث والرابع في الضفة الغربية وقطاع غزة.
- يجب على السلطة الفلسطينية وحماس العمل على خفض تكاليف الاتصال بالإنترنت، من أجل توسيع نطاق الوصول إلى الإنترنت بالإضافة إلى الاستثمار في تطوير البنية التحتية للإنترنت مثل شبكات الألياف البصرية، في الضفة الغربية وقطاع غزة.
- يجب على شركات الاتصالات الفلسطينية تطوير عروض آمنة بأسعار معقولة للفلسطينيين، والتي تشمل حماية البيانات والخصوصية واحترام المادة 12 من إعلان الأمم المتحدة لحقوق الإنسان لعام 1948، الخاصة بالفلسطينيين.

- بموجب القانون الدولي العرفي، وهو ملزم لجميع الدول، من الواضح أنه يتعين على الدول مساءلة إسرائيل عن انتهاكها لحقوق الفلسطينيين في المجال الرقمي وتطبيق الضغط السياسي والاقتصادي الضروري لضمان دعم سيادة القانون.
- يجب أن يعمل المجتمع المدني ومنظمات حقوق الإنسان الفلسطينية لضمان وصول الناس بأمان إلى الإنترنت والدفاع عن حماية الحقوق الرقمية للفلسطينيين؛ ويجب عليها مراقبة وتقييم النفاذ الرقمي الفلسطيني والدعوة إلى توسيعه وحماية حقوق الإنسان والرقمية.

الوصول المالي

- تتطلب زيادة القدرة على الوصول الاقتصادي من القطاع المصرفي وشركات التكنولوجيا تقديم الخدمات والمنتجات التي ستخلق المزيد من الفرص للإشراك المالي.
- يجب على البنوك الفلسطينية وسلطة النقد الفلسطينية تمكين المهنيين المستقلين من فتح حساباتهم المصرفية بسهولة، وتقديم بطاقة ائتمان خاصة بـ "المستقل" / "متعهد أعمال"، للسماح لحاملها بتسجيل واستلام المدفوعات على منصات العمل المستقل الرائدة؛ وتمكين أصحاب المشاريع التجارية الإلكترونية من الوصول المالي، الذين عادةً ما تُمنع مشاريتهم من الحصول على القروض الودية، لأنها ليست تقليدية ولا تمتلك أصولاً مضمونة.
 - يجب أن تسمح منصات التجارة الإلكترونية (مثل "أمازون" و"شوبيفاي"، و"إي باي") بدمج بوابات الدفع الفلسطينية؛ وتقديم حلول للدفع عند الاستلام؛ ووضع قائمة للمدن الفلسطينية والسماح لتخصيص المبيعات على أساس الموقع.
 - يجب أن توفر منصات الدفع المالي فرصاً متساوية للوصول إلى الفلسطينيين والتأكد من أن عملياتها تتفق مع حقوق الإنسان، وأنها تحمي حق الفلسطينيين في تقرير المصير ومتابعة التنمية الاقتصادية بموجب المادة (1) من العهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ ومراجعة الآثار القانونية المترتبة على تقديم الخدمات للمستوطنين الإسرائيليين لأنها قد ترتكب جريمة نهب بموجب القانون الدولي.

اللوغستيات المتكاملة

- من الضروري خفض تكاليف حركة اليد العاملة، ورأس المال، والبضائع، بقدر ما يُمكن، لكي تتمكن شركات التجارة الإلكترونية على تحمل نفقاتها. وهذا يتطلب الاستثمار في أنظمة لوجستية أكثر كفاءة وإزالة الحواجز أمام قدرة الفلسطينيين على ممارسة حقهم في الحركة.
- يجب على إسرائيل إزالة القيود المفروضة على تنقل الأشخاص، ورأس المال، والسلع، من وإلى الضفة الغربية وقطاع غزة؛ وإزالة الحواجز ونقاط التفتيش وغيرها من العوائق داخل الضفة الغربية؛ والسماح للنظام البريدي الفلسطيني بالعمل بشكل مستقل عن النظام البريدي الإسرائيلي.
 - يجب على وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تطوير نظام العناوين (أسماء الشوارع، وأرقام المباني، والرموز البريديّة)، والتوسع لتشمل جميع المدن الفلسطينية الرئيسية خارج رام الله؛ والاستثمار في خدمات برديّة وحلول لوجستية أفضل؛ والتواصل مع المنصات العالمية الرئيسية

- واللاعبين للبدء في إدراج الضفة الغربية وقطاع غزة في قوائمهم وعروضهم.
- يجب أن تدمج منصات التجارة الإلكترونية الخدمات اللوجستية المحلية والإقليمية في المنصات.

سياسة

- مع مرور فلسطين في عملية الرقمنة، فإنّه من الضروري أن تطوّر الحكومات والشركات سياسات وممارسات تتماشى مع معايير ومبادئ حقوق الإنسان، كما ينبغي وضع سياسات جديدة تستند إلى البحوث والأدلة والتشاورات مع مختلف الأطراف المعنية، بما في ذلك بعض الفئات الأكثر ضعفًا في المجتمع، وخاصة النساء والشباب.
- يجب على السلطة الفلسطينية بذل الجهود لضمان أن تتم الإدارة الإلكترونية بطريقة آمنة، ويمكن الوصول إليها، وأن تزيد الخدمات الإدارية للعديد من الشركات والمستقلين. يجب تطوير جميع التشريعات مع الجهات المعنية المتعددة بطريقة تشمل المؤسسات والأفراد المتنوعين بمن فيهم النساء والشباب.
- يتعين على وزارة الاقتصاد الوطني وسلطة النقد الفلسطينية ووزارة الاتصالات وتقنية الإنترنت توسيع جهودها لتطوير تشريعات شاملة بشأن الخدمات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية تدعم نشاط التصدير بالتعاون مع الجهات المعنية المحلية والدولية.
- يجب على الأعضاء المحليين والدوليين في المجتمع المدني، وكذلك شبكة دعم التجارة والجهات المعنية الأخرى، أن يشاركوا في تطوير ومراقبة التشريعات واستراتيجيات التصدير الحكومية.

عن مركز "حملة"

"حملة" – المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي، مؤسسة أهلية غير ربحية تهدف إلى الدفاع عن حقوق الإنسان للفلسطينيين في فضاء الإنترنت. برامجنا تبني قدرات الفلسطينيين للوصول الآمن للإنترنت، وإدارة حملات رقمية فعّالة، والمناصرة من أجل الحقوق الرقمية. يعمل طاقم حملة في القدس وقطاع غزة والضفة الغربية والداخل، ويشارك بشكل منتظم في المنتديات الدولية بالتعاون مع شركاء محليين ودوليين. لملخص عن عملنا، يرجى مراجعة [التقرير السنوي](#).

التدريبات وورشات العمل: نعمل مع مؤسسات المجتمع المدني ومبادرات المؤسسات القاعدية (grassroots) وإعلاميين ومدافعي وناشطي حقوق الإنسان، من أجل تعزيز الأمان الرقمي والحملات والقدرات على بناء حملات رقمية. قام مركز "حملة" بتدريب المئات في فلسطين ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. في العام 2018، قام مركز "حملة" [بتدريب للمدربين حول الأمان الرقمي، وبتدريب 1500 شاب في الأمان الرقمي](#)، وبعض المؤسسات في بناء الحملات والتسويق الرقمي ورواية القصة الرقمية. كما أنتجنا مواد تدريبية تشمل [رزمة تدريب تعليمية حول مراعاة النوع الاجتماعي في الأمان الرقمي](#)، ودليل الأمان الرقمي الأول في اللغة العربية.

الحملات: تنسيق وإدارة حملات المناصرة والتوعية، استخدام الموارد الرقمية حول مختلف القضايا المتعلقة بالحقوق الفلسطينية. يختص مركز "حملة" في تطوير وإنتاج الحملات التي ترفع وعي الجمهور العام حول مجموعة من القضايا المتعددة التي تؤثر على المجتمعات المهمشة والمستضعفة. قام مركز "حملة" بإنتاج العديد من الحملات الرقمية والتي تشمل تقارير أبحاث ورسوم بيانية (انفوجرافيك) وفيديوهات ومواد أخرى. ويشمل ذلك [زراعة البذور في منطقة "ح"](#) (اتحاد لجان العمل الزراعي)، وحملة [توعية حول الأمن الرقمي](#) (أكاديمية دويتشه فيله)، [وأصواء على غزة](#) (أوكسفام) وغيرها. وعلى وجه الخصوص، لدينا خبرة في تصميم حملات حساسة للنوع الاجتماعي ومحتوى إعلامي للجمهور الفلسطيني. وشمل ذلك [حملة على الإنترنت](#) في العام 2018، مع حلقتين على شبكة الإنترنت والتي وصلت إلى حوالي 120,000 شخص، وساهمت في زيادة الوعي حول مسألة العنف المبني على النوع الاجتماعي على الإنترنت. كما أنتجنا سلسلة ويب تجريبية حول الأمن الرقمي تستهدف النساء.

الأبحاث والمناصرة: يقوم مركز "حملة" وشركاؤه ببحث وتوثيق كيفية تأثير الحقوق الرقمية للفلسطينيين من قبل الهيئات الحكومية والقطاع الخاص، والتي تُشكّل أساساً لعملنا في مجال المناصرة مع الشركاء المحليين والدوليين. نقوم سنويًا برصد ونشر هاشتاغ فلسطين (2017، 2018)، وتقدير عن الحقوق الرقمية الفلسطينية، و**مؤشر العنصرية** (2017-2019). في العام 2018، قمنا أيضًا بإجراء [بحث عن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفلسطينية الخاضعة للسيطرة الإسرائيلية، فلسطين وبالي بال، العنف المبني على النوع الاجتماعي ضد النساء الفلسطينيات في الفضاء الرقمي، مسح الفصل الذي يعرض حقوق الإنسان الفلسطينية للخطر](#) (2018). كما نعدّ بانتظام حملات صغيرة تتعلق بعملنا، مثل الحملة الأخيرة حول [خراطيم جوجل](#)، و**ملخص سياسات حول تقلص الحيز الفلسطيني** (2018)، **سياسات تعديل المحتوى** (2018) و**ملخص شركات التكنولوجيا والدبلوماسيين والصحفيين وأعضاء المجتمع المدني حول القضايا المتعلقة بعملنا**.

منتدى النشاط الرقمي الفلسطيني: منتدى النشاط الرقمي الفلسطيني هو حدث سنوي يستمر على مدار أسبوع، والذي يجمع سويًا ناشطين وصحافيين والمجتمع المدني وصانعي السياسات، مع شركات التكنولوجيا بهدف الانخراط في حوار متعدد الأطراف وتبادل المعرفة وبناء المهارات. و**باقتراب عامه الرابع**، يستقطب المنتدى جمهورًا من حوالي 700 شخص، بالإضافة إلى 40 خبيرًا محليًا ودوليًا، تحدّثوا في حلقات نقاش خلال الحدث الرئيس وقادوا 20 ورشة عمل على مدار الأسبوع. وشملت المواضيع على الحقوق الرقمية والأمن والحملات في فلسطين وتطورات الحقوق الرقمية العالمية. كما عُرضت مشاريع ملهمة ودراسة حالة عن النشاط الرقمي الناجح.

Contact 7amleh:

info@7amleh.org | www.7amleh.org

Find us on social media : **7amleh**

