

## التجارة الالكترونية العربية... الآفاق والتحديات

الأستاذ المساعد الدكتور كريم سالم حسين  
جامعة القادسية/ كلية الإدارة والاقتصاد

### المقدمة

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماماً متزايداً بالتجارة الالكترونية Electronic Commerce كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنت دوراً رئيساً ومهماً كوسيط لاستكمال تنفيذ اعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر .

فقد حصل تحولاً كبيراً من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الالكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعاً ملموساً في ظل البيئة الحالية. وتوسع العديد من الدول الى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصاً في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الالكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والافراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

### أهمية البحث:-

تعد التجارة الالكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي يجب أن تهتم بها الدول العربية كي تواكب البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات مماثلة في أزيد الاهتمام بالتجارة الالكترونية.

ونتيجة لذلك فإن أهمية البحث تتجسد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الالكترونية وخصائصها وأمكانية الدول العربية من تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بنية تحتية قوية.

### هدف البحث:-

يتمثل الهدف العام للبحث في التعرف على مفهوم وطبيعة التجارة الالكترونية باعتبارها

أحد المستجدات الحديثة في عولمة الاقتصاد، والتعرف على واقع حجم التجارة الالكترونية العربية وأمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها .

### طبيعة المشكلة:-

في الوقت الذي نجد فيه الدول المتقدمة ومنها الولايات المتحدة والدول الاوربية قد قطعت شوطاً كبيراً في مجال التجارة الالكترونية، نرى من الجانب الاخر الدول العربية متأخرة في هذا المجال ولم تستطع استيعاب فكرة وأهمية المعلومات الا في الآونة الأخيرة. ولم تعر هذه الدول أي أهمية لصناعة المعلومات والتجارة الالكترونية، مما جعل منظمات الأعمال والشركات تعاني من تخوف وقلق من استخدام

على حقيقتين التجارة الالكترونية (Electronic Commerce) وتقنية المعلومات  
Information Technology (IT)

والتي باتت تؤثر بلا شك على مختلف الأنشطة الاقتصادية، نظراً لما تمثله من استثمار في الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري.

وقد تعددت وجهات نظر الباحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الالكترونية، فمنهم من يرى أنها عمليات بيع وشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>(1)</sup>.

كما يرى البعض أنها عمليات استخدام الشبكة الالكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد العديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل<sup>(2)</sup>.

وتعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت.

كما أشار البعض بأن التجارة الالكترونية تطلق على مجمل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الالكترونية كالتبادل الالكتروني للبيانات والتحويلات الالكترونية للاموال والبريد الالكتروني والنشرات الالكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات<sup>(3)</sup>.

ومن وجهة نظر عالم الاتصالات فأنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر الوسائل التقنية الحديثة، أما من وجهة نظر الاعمال التجارية فهي عملية تطبيق

التجارة الالكترونية وفي ظل عدم وجود وعي كامل لدى الافراد من حيث التعامل مع هذه الوسائل الحديثة فضلا عن هذا فإن الاهتمام بمجال التجارة الالكترونية يتطلب المزيد من التخطيط والتنظيم العلمي وبالطبع فإن تزايد التحديات يفتح المجال أمام العديد من الباحثين لمواصلة البحث حول هذا الموضوع الحيوي ومعرفة أبعاده ودراسته وتذليل الصعوبات والعمل على معالجتها.

### فرضية البحث:-

ينطلق البحث من فرضيه مفادها" وجود امكانيه كبيره متاحه للدول العربية للاستفادة من التجارة الالكترونية فيما لو توافرت المقومات الاساسيه اللازمه لاستخدامها".

### خطة البحث:-

حتى يمكن للبحث أن يكتسب منهجيته السليمة وجدنا من المناسب تضمين الدراسة المحاور الآتية:-

أولاً:- التجارة الالكترونية : المفهوم والاهمية.

ثانياً:- التجارة الالكترونية: الخصائص والمقومات.

ثالثاً:- آفاق التجارة الالكترونية العربية.

رابعاً:- التحديات الأساسية للتجارة الالكترونية العربية.  
الخاتمة

### أولاً- التجارة الالكترونية... المفهوم

#### والاهمية

تعد التجارة الالكترونية أحد ثمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم، كما تمثل واحداً من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي ( Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي

٢ تسهيل وتيسير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون مابين الشركات وما بين الاجزاء المختلفة لشركة واحدة.

٣ توفير خدمة الزبائن.

وعادة ما يتم التبادل التجاري الالكتروني بين ثلاثة أطراف هي الافراد وقطاع الاعمال (مؤسسه أو شركات) بمختلف أنواعها وأحجامها والاجهزة الحكومية.

أما التعامل ما بين هذه الاطراف فيما يأتي تقسيمه الى أربعة أنواع رئيسيه وهي:-

١ -تجارة الكترونية من الشركات الى الافراد (Business - Consumer) ويشار اليها اختصارا بالرمز B2C .

٢ -تجارة الكترونية من الشركات الى الشركات (Business - Business) ويشار اليها اختصارا بالرمز B2B .

٣ -تجارة الكترونية بين القطاعات الحكومية والافراد (Consumer to Government) .

٤ -تجارة الكترونية بين القطاعات الحكومية والشركات (Business to Government) . وتعتبر العلاقات التجارية بين قطاع الاعمال والافراد وبين مؤسسات الاعمال فيما بينها، أكثر الاطراف

تعاملاً بالتجارة الالكترونية ويتوقع التعامل التجاري الكترونياً ما بين الاطراف الاخرى سيزداد في المستقبل. هذا ويمكن التميز بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية اعتمادا على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العلمية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل، فأي أما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وكيل أما أن يكون ملموس أو رقمي وأي عملية أما أن ملموسة أو

التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة<sup>(4)</sup>.

وعلى ضوء ما سبق، يرى الباحث بأن

التجارة الالكترونية هي نوع من التعامل التجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل

الالكترونية المتقدمة بين الأطراف المعنية حيث أن حركات البيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن

التجارة الالكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو

شركات والوسطاء-السماسرة- والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنت فالمشاركين في الأسواق الالكترونية من باعه ومشتريه وسماسرة

ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادراً ما يعرفون البضائع والخدمات عبر الانترنت وأجراء البيع

بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء بعضهم البعض. وفي الواقع التطبيقي فإن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض عمليات

الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من وسائل الدفع، وأنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت، والقيام بأنشطة التوريد والتوزيع

والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنت<sup>(5)</sup>.

وتنقسم تطبيقات التجارة الالكترونية الى ثلاثة أجزاء:-

١ شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.

طوابير لشراء منتج معني. وذلك اختصاراً لوقتهم وجهدهم.

4- حرية الاختيار: توفر التجارة الالكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الانترنت وتزود العملاء بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ويتم ذلك بدون أي ضغوط من الباعة.

5 - خفض الاسعار: حيث يوجد على شبكة الانترنت العديد من الشركات التي تباع السلع بأسعار أقل مقارنة بأسواق التجزئة أو المتاجر التقليدية لان التسوق على الانترنت يوفر العديد من النفقات العامة والإدارية، حيث تصل نسبة الوفرة ما لا يقل عن 80%<sup>(7)</sup>، مما يصب في مصلحة الزبائن.

## ثانياً/ - التجارة الالكترونية....

### الخصائص والمقومات

#### 1) خصائص التجارة الالكترونية

- ابتداءً ينبغي التمييز بين التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية (E-Business) فالأخيرة هي أوسع نطاق وأشمل من التجارة الالكترونية، وتقوم على فكرة أتمتة الأداء وتحول أنماط العمل في مختلف الأنشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدماتية في المنشأة ويدخل ضمن هذا المفهوم المصنع الالكتروني المؤتمت والبنك الالكتروني وشركة التأمين الالكترونية والحكومة الالكترونية. في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري يتم خلالها بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

رقمية، وبناء على ذلك فالتجارة تنقسم إلى ثلاثة أقسام:-

- ١ - تجارة تقليدية بحته .
  - ٢ - تجارة الكترونية بحته .
  - ٣ - تجارة الكترونيه جزئيه .
- وعندما يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة والعملية ملموسة فأن نوع التجارة سيكون تجارة تقليدية بحته وعندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية فأن نوع التجارة سيكون تجارة الكترونية بحته، وإذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية ويطلق على هذا المزيج بالتجارة الالكترونية الجزئية<sup>(6)</sup>. هذا وتقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات نذكر منها مايلي:

- ١ - تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر كونها وسيلة فعالة للوصول الى أسواق العالم جميعها في وقت ودون أنقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنه وبأقل النفقات .
- 2- تخفيض مصاريف الشركات: تعد عملية أعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية عبر الانترنت (Web) أقل كلفة من أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، حيث توفر العديد من النفقات العامة والادارية.
- 3- تلبية احتياجات العملاء وتوفير الوقت والجهد، أن غالبية العملاء يفضلون إجراء معاملاتهم التجارية من منازلهم أو موقع عملهم، أي أنهم يفضلون الخدمة الذاتية من أي وقت ومن أي مكان وعبر أي اتصال ودون الوقوف في

التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الاسواق المتاحه أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمه من يساعد على تطوير القدرات التنافسية.

## 2- مقومات التجارة الالكترونية: كي

يمكن للتجارة الالكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة، وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوه منها. ومن تلك المقومات:-

أ-توافر بنيه تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لاوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسيه.

ب- نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأميه المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الأمر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.

ج- وجود بنيه تحتية كافيه للخدمات الماليه لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات ماليه مأمونه على الشبكة.

أن هذا التغير في نظام أعمال

المؤسسات كنتاج طبيعي للتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان السبب وراء نشوء وتطور التجارة الالكترونية. هذا وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:-

١)عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون،وأما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ماشابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية،وأن طرفي العملية التجارية نادراً ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجه حتى أن يرى أحدهم الآخر.

٢)أن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجه من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنه، كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات والمستندات كأرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتيه الأخرى<sup>(8)</sup>.

٣)أن التجارة الالكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.

٤)تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين.

٥) في وقت واحد وعلى مدار الساعه في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنه لكل من المنتجين أو المستهلكين.

٦) تشكل التجارة الالكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها

### ثالثاً/ - آفاق التجارة العربية الالكترونية

تحاول العديد من الدول العربية متابعة

المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات وما تعززه من متغيرات

جديده من خلال تطوير وتحديث اقتصادياتها

لتواكب التطورات السريعه والمتلاحقة من

تكنولوجيا المعلومات، وبدأت هذه الدول في

الاعتماد على الاعمال الالكترونية

(E\_Business) والتجارة الالكترونية كمنطق

للتعامل في الاسواق التي تتعامل فيها شركات هذه

الدول ومن بين هذه الدول دولة الامارات

والمملكة العربية السعودية ومصر والاردن.

وتواجه الدول العربية تحديات واسعه في

هذا المجال أهمها الفجوة الرقمية المتسعه في

اقتصادياتها، تلك الهوة الفاصلة التي خلقتها ثورة

المعلومات والاتصالات في مجال النفاذ الى

مصادر المعلومات والمعرفة والقدرة على

استغلالها وهي فجوه واسعه ومتعددة الجوانب

وباتت أمراً واقعاً وهي آخذة بالاتساع بينها وبين

الدول المتقدمة إضافة لوجودها بين الدول العربية

ذاتها وفي داخل كل دولة على حده.

ويشير تقرير البنك الدولي العام 2005

الى أن حجم صادرات الدول العربية التقانه

العالمية بلغت (2%) فقط في حين بلغت في

الدول المتقدمه (36%) ودول شرق آسيا

(29%) وأمريكا اللاتينية (2%)<sup>(9)</sup> أما من

حيث متوسط مستخدمي الانترنت مثلاً في الدول

المتقدمة لعام 2003 يبلغ (480) لكل ألف من

السكان ومتوسط مستخدمي الانترنت في الدول

العربية (49) لكل ألف من السكان للعام نفسه،

مما يوضح حجم الفجوة الرقمية<sup>(10)</sup>.

أن من أهم مؤشرات قياس الوصول

لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو مؤشر عدد

مستخدمي الانترنت والذي يعكس بشكل غير

مباشر واقع وآفاق التجارة الالكترونية، وتشير

أحدث الاحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنت

في العالم يبلغ نحو (1,2) مليار مستخدم من

تعداد سكان العالم لعام 2007، البائع عددهم

نحو (6.5) مليار نسمة أي بنسبة (17%) في

حين لم يكن عدد مستخدمي الانترنت يتجاوز في

عام 1997 أي (70) مليون مستخدم، أي

تضاعفوا نحو سبعة عشر مره على مدى عشر

سنوات وهي زيادة لم تشهدا أي وسيله أخرى

على مدار التاريخ الانساني، أما على المستوى

العربي، يبلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم

العربي لعام 2007 نحو (29) مليون نسمة

مستخدم من إجمالي سكان الوطن العربي البالغ

(330) مليون أي أن نسبة مستخدمي الانترنت

العربي لعدد السكان يبلغ نحو (8.7%)، في حين

لم يكن إجمالي عدد مستخدمي الانترنت العربي

في عام 1997 تجاوز 600 ألف مستخدم وهو ما

يعني زيادة تبلغ نحو (50) ضعف في مدى عشر

سنوات<sup>(11)</sup>. أي أن الزيادة التي يشهدها أنتشار

الانترنت في الوطن العربي تعد أعلى النسب في

العالم، وتنبأ هذه الزيادة الهائله في عدد

مستخدمي الانترنت عما يمكن أن يشهده

المستقبل من توسع في هذه الزيادة أستناداً على

التطور التكنولوجي الذي بدأ يأخذ اللغة العربية في

الاعتبار.

ويعتمد عدد مستخدمي الانترنت على

عوامل عديده تؤثر بشكل مباشر عليه وعلى

أنتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات منها

مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها وصيانتها

ومصر والجزائر وليبيا. فتتابع في التصنيف انطلاقاً من المرتبة الحادية عشر<sup>(12)</sup>.

وعلى الرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة الالكترونية عربياً، إلا أن بعض الدراسات البحثية والإحصائية أظهرت تواضع حجم وأمكانات التجارة الالكترونية في العالم العربي فقد حققت التجارة الالكترونية على المستوى العالمي معدلات نمو مرتفعة نسبياً منذ عام 1997 حيث بلغ نموها (200%) سنوياً وارتفعت عائداتها من (26) مليار دولار لعام 1997 الى (330) مليار دولار لعام 2001 وارتفعت لتصل (1000) مليار دولار لعام 2003<sup>(13)</sup>. ومن المتوقع أن تصل الى (5000) مليار دولار في عام 2005. في حين أن حجم التعاملات في التجارة الالكترونية العربية لم يتجاوز نسبة (0.3%) من حجم التعاملات على المستوى العالمي على صعيد تعاملات الشركات (b2b) أما الشراء الالكتروني عبر الانترنت فلم يتجاوز عربياً (0.6%) وتشير أكثر التوقعات تفاؤلاً للعام 2006 والصادرة عن (UNCTD) الى أن التعاملات الالكترونية في أفريقيا والدول العربية لن تتخطى (0.6%) من مجموع التعاملات العالمية في حين ستحقق الولايات المتحدة الامريكية مثلاً نسبة (58.1%)<sup>(14)</sup>.

أن تدني مساهمة التجارة الالكترونية العربية على المستوى العالمي يعود الى عدة أسباب منها أن المواقع التي تستخدم اللغة العربية لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت، وهذا يعد عائقاً رئيساً أمام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في الدول العربية، فمشكلة اللغة تمثل عاملاً مهماً يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية، كما أن عدم الوعي

وتعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية ورخص أسعار الهاتف والاشتراك في الانترنت وتوفر الهواتف والخطوط لتأمين سرعة انتقال المعلومات وتعريبها للاستفادة منها إضافة الى متوسط دخل الفرد ومستوى المعيشه (القدرة الشرائية العالية للفرد) .

أن النظر إلى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي يكشف وجود هوة رقمية بين بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات فيها واغلبها في منطقة الخليج العربي وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال ووفقاً لدراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات والإعلام في العالم العربي، تم تصنيف الدول العربية الى ثلاث مجموعات:-

- مجموعة التطور السريع وتشمل: الامارات - الكويت - البحرين.
- مجموعة الدول الصاعدة: مصر - الاردن - لبنان - السعودية.
- مجموعة الدول السائرة في طريق النمو: المغرب - عمان - سوريا.

هذا وتتصدر دولة الامارات العربية المتحدة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي الانترنت من إجمالي سكانها حيث بلغت (29.9%) ثم البحرين (18.17%) ثم قطر (12.8%) في الكويت (11.29%) على حين يقف السودان في آخر القائمة.

وعلى الرغم من ارتفاع مستوى المعيشة المملكة العربية السعودية نجد أنها تأتي في المرتبة التاسعة بعد تونس وقبل فلسطين حيث لا تتجاوز النسبة لديها 2.68% من مجموع السكان أما المغرب

أرساء بيئة قانونية وتشريعية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا النشاط. ومعرفة اللغة الاجنبية وتوافر قاعدة ثقافية جيدة والوعي والادراك لاهمية هذه الوسيلة ووجود حاسبات آلية ومستوى مرتفع من الدخل نسبياً<sup>(16)</sup>.

أن الباحث في الواقع العربي يلاحظ أن

الجهود متفاوت فيما بين المؤسسات العربية من حيث الاداء والانجاز والتميز. فالمئات من المواقع العربية تتجاوز مشكلة اللغة بأعتماد نظام لغة ثنائي وبرمجيات ترجمة وحلول خاصة بالبيئة العربية وبالتالي تمكنت من الدخول الى سوق التجارة الالكترونية وقد أعلنت العديد من المصارف العربية وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الامارات العربية المتحدة مجموعة بنك الإمارات الدولي - الشرق الاوسط وبنك دبي الوطني - بنك الاتحاد الوطني - وبنك الكويت الوطني على الموقع [www.nbk.com](http://www.nbk.com) وبنك عودة لبنان على الموقع [www.audi.com](http://www.audi.com) وبنك الاعتماد اللبناني وبنك فلسطين الدولي على الموقع [www.pibank.com](http://www.pibank.com) إضافة لبنك قطر الوطني على الموقع [www.qatarank.com](http://www.qatarank.com) البدء بتقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنت لتسهيل التجارة الالكترونية وتلك البنوك هي العاملة حالياً في ميدان التجارة الالكترونية العربية<sup>(17)</sup>. كما شاع تأسيس متاجر أفتراضية على الشبكة، أبرزها متاجر الملابس والحلويات والمكتبات، كما ظهرت مواقع خدماتية شاملة، إخبارية، إعلانية وتسويقية للعديد من السلع في مقدمتها المجالات ومنتجات التقنية من الاجهزة والبرمجيات، وتعد مشروعات الاسواق الالكترونية في دبي والسعودية والاردن أكثر مشروعات التجارة الالكترونية

بوسائل التجارة الالكترونية وتحديداً وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان وضعف الثقة بالجوانب الامنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف استخدام هذا النمط المستحدث للانشطة التجارية<sup>(15)</sup>.

هذا بالإضافة إلى المشاكل التقليدية التي

تعوق التجارة الالكترونية في العالم العربي مثل ضعف الموارد البشرية والمادية وغياب الخبرات التكنولوجية اللازمة نتيجة أنتشار الامية بنسب عالية ممثلة في الامية الأبجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية وضعف كفاءة قطاع الاتصالات الامر الذي يؤثر في أداء القطاعات الاقتصادية الأخرى وعدم توفير البنية التحتية الكافية التي تتيح الاتصال بالانترنت والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وأخيراً تأتي مشكلة غياب الاطار التشريعي والتنظيمي في بعض الدول العربية الذي ينظم المعاملات الالكترونية في ظل أنفتاح الاسواق والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية. وتتوقع بعض الدراسات أن يزداد حجم التعامل بالتجارة الالكترونية على المستوى العربي مع أزيد من اندماج اقتصاديات هذه البلدان في الاقتصاد العالمي مشيرة الى توجيهات حكومية لدى العديد من هذه البلدان لإيجاد الحكومة الالكترونية أذ يتم تعامل الحكومة إلكترونياً مع كثير من القطاعات الانتاجية والاستهلاكية كذلك في تقديمها لمختلف خدماتها.

وينبغي التأكيد على ضرورة توافر

مجموعة من الآليات تساعد على النهوض بواقع التجارة الالكترونية العربية، وتتخطى بعض العقبات وتحقق نسبة نجاح متزايدة ومن هذه المتطلبات وجود بنية متطورة للاتصال ونظم جيدة لادارتها مع

ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبديل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت، وهو عامل فعال في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية.

### البعد الثاني

وجود البيئة القانونية والتشريعية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في التجارة الالكترونية، فالدول العربية ومؤسساتها التشريعية معنية بأرساء الحلول الشاملة أمام أفرزات عصر المعلومات وأثاره على النظام القانوني، ووضع استراتيجيات واضحة للتعامل مع هذه الموضوعات، إذ كيف يكون تشريع التجارة الالكترونية مثلاً ذو فعالية وملائمة إذا لم يكن النظام القانوني المعني يعترف مثلاً بالحماية الجنائية للمعلومات من اخطار جرائم الكمبيوتر والانترنت أو كان النظام القانوني المعني

لا يقبل حجة الوسائل الالكترونية ولا يعترف بمستخرجات الحاسوب بيّنه في الاثبات أي لاتزال الكثير من القوانين والأنظمة والتشريعات في العالم العربي غير منسجمه مع متطلبات التجارة الالكترونية.

### البعد الثالث

تحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية :- وهو يتصل بمفهوم تطوير الاعمال Business development لضمان الاستمرارية والتنافسيه وعلى أتساع حجم سوق التجارة الالكترونية العربية، أن صغر حجم الاعمال الموجهه للمستهلك هو من المعوقات الاساسيه التي تحد من انتشار الأعمال الالكترونية عبر الشبكة، كذلك ينبغي أرساء البنيه المناسبة

طموحاً ويتوقع أن تحقق خطط تطويرها نماء جيد في سوق التجارة الالكترونية العربية.

ومع أتساع الاهتمام بأحداث مواقع عربية على الانترنت لمختلف المؤسسات والهيئات التجارية في العالم العربي بدأت المواقع التي تأسست في السنوات السابقة بأضافة خدمات التسوق الالكتروني وخدمات التجارة الالكترونية الاخرى وتظهر الدراسات أن نسبة تزايد أنشطة التجارة الالكترونية في البيئة العربية تزداد على نحو متسارع وتشير التنبؤات الى أن كل (7) من أصل (10) جهات عربية تستحدث موقعاً على الانترنت تضيف ضمن خدمات الموقع أنشطه تسويقية واعلاميه وخدماتيه تقع ضمن نطاق ومفهوم التجارة الالكترونية<sup>(18)</sup>.

### رابعاً/- التحديات الأساسية للتجارة

#### الالكترونية العربية

أن أسباب تعثر التجارة الالكترونية في العالم العربي متعددة، منها تحديات تقنية وتحديات غير تقنية.

وتتمثل هذه التحديات في حقل بناء تجارة الكترونية عربية في ثلاثة أبعاد أساسية<sup>(19)</sup>.

#### البعد الأول

متطلبات البنى التحتية، وهو تحدي ذو طبيعه تقنيه يتصل بها تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية المدربة على أستخدام تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الاجهزه والمواقع، وعدم وجود حيز حجمي band width كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية في غالبية الدول العربية كونها تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقل الاتصالات والحواسب، وما يتصل بهما من ادوات تطوير البرمجيات مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمه حالياً.

للخدمات المالية كونها إحدى القضايا المهمة في هذا المجال لاسيما بطاقات الائتمان والتي لايزال استخدامها محدود جداً في العالم العربي. ويمكن القول ان المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة لأن وجوداً دون قدرة تنافسية وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الاخير اقل كلفة ويوفر خسائر الوجود غير الفاعل على الشبكة.

كما أن هناك عقبات أو مشكلات أخرى تعوق التجارة الالكترونية في العالم العربي كالمعوقات الاجتماعية والتقنية مثل توفر الوعي الكافي بأهمية الاعمال الالكترونية وما يمكن أن تغتنمه من فرص جديدة وآفاق واسعة أمام منظمات الاعمال المنظمات غير الشرعية واللغة وعدم الثقة في التسديد عبر الوسائل الالكترونية ومقاومة التغير وغيرها<sup>(20)</sup>.

عقبات وتحديات تحول دون ازدهارها وتهيئة الظروف المناسبة.

أن تطبيق التجارة الالكترونية العربية وأستخدامها وتعزيز دورها والعمل على زيادة نموها وتطورها يتطلب تضافر كل الجهود على المستويين المحلي والعربي، مع ضرورة إيجاد بنية تحتية متطورة للاتصالات ونظم جوده لادائها مع أرساء بيئة قانونية وتشريعية مناسبة لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين فيها. ويبدو أن نجاح تجربة بعض دول الخليج العربي وفي مقدمتها دولة الامارات العربية المتحدة، أصبحت تحدث شبه عدوفاي باقي الدول العربية من حيث الاقبال على تطوير شبكة الانترنت. ووضع الخطط والبرامج الكفيلة للتحول نحو تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها وهي بذات الوقت دليل على وجود أمكانيه كبيرة متاحه للدول العربية فيما لو توفرت الارادة الوطنية المخلصة.

## الختامه

التجارة الالكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الاساسي له، وتمثل القطاع الأسرع نمواً في الاقتصاد العالمي. وقد أصبحت واقعا ملموساً في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثيرها الفعال على بيئة الاعمال . وتستخدم التجارة الالكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال والتبادل بين الشركات (b2b) ونمط الاتصال والتبادل بين الشركة والزبائن (b2c) أن الصفه العالمية للتجارة الالكترونية، ألغت الحدود والقيود أمام دخول الاسواق التجارية، وبعضها تحول العالم الى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع او المشتري.

وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية والزيادة في معدل مستخدمى الانترنت الى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين واحداث تطور في حجم التجارة الالكترونية على المستوى العالمي. أما بالنسبة لواقع التجارة الالكترونية العربية، فبالرغم من الزيادة المطلقة في عدد مستخدمى الانترنت في العالم العربي وما رافقها من نماء وتطور محتوى المواقع العاملة على الشبكة (الويب WWW)، لاتزال تحتل مستويات متواضعة على النطاق العالمي.

أن تدني حجم وأمكانات التجارة الالكترونية في الوطن العربي يعود الى وجود

- 16- النادي العربي للمعلومات ((التجارة الالكترونية في العالم العربي)) أو \ [www . middle – east – online. Com \ technologg](http://www.middle-east-online.com/technology)
- 17- د. نادر فرجاني/ تحدي اكتساب المعرفة في الوطن العربي/مركز المشكاة للبحث/مصر/ 2003 ص 35 .
- 18- غسان عبد الهادي ابراهيم، لاسوق عربية مشتركة. حتى على الانترنت، الحوارالمتمدن، العدد 31، ايلول 2005 [www.ahewar-](http://www.ahewar.org/debat/show.artasp)
- 19- لمزيد من التفاصيل انظر في [httpllden.atspace. com\waki](http://httpllden.atspace.com/waki)
- 20- شبكة الإعلام العراقي ، واقع التجارة الالكترونية العربية، [-www.opendiretorgsite.info\e-commerce0](http://www.opendiretorgsite.info/e-commerce0)

## الهوامش

1-David R.T, the Tmpact of the Tnernet on the Taxation of Tnernational Transaction, Bulletin for Tnernational of Faisal Documentation , vol. 50,No 11-12-1996 . pp526- 530.

- 2- د. أبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الالكترونية، بحث مقدم الى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري الذي عقدته كلية الاقتصاد للعلوم الادارية- جامعة اليرموك أربد- الاردن للمدة 29-31 تشرين 2002 ، ص 6 .
- 3- د. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية 0 المنظمة العربية للتنمية الادارية، بحوث ودراسات، 1999 ص 348 .
- 4- [www. C4arab . com\ showac. Php](http://www.C4arab.com/showac.Php) الموسوعه العربية للكمبيوتر والانترنت.

5- نفس المصدر

6- د. ذيب ناصيف، التجارة الالكترونية بين النظرية والتطبيق، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية / عمان/الاردن للمدة 26 - 2006/4/27 .

7- د. أبراهيم محمد درويش، مصدر سابق ص 9 .

8- د. رأفت رضوان، مصدر سابق ص 349 .

9- د. حسين المهدي/الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي(وثائق المؤتمر السنوي الثاني) أبو ظبي، الإمارات 2005 ص 34.

10- د. محمد الرميحي، صراع الفجوة الرقمية، جريدة العرب الدولية، العدد 9815, 2 أكتوبر 2005 ص 16 .

11- The Tnitiative for an open Arab g nternet, [www. Openarab.net](http://www.Openarab.net).

12- أذاعة سويسرا العالمية، جنيف.

13- أحصاء قامت به شركة (NUA) وهي مؤسسها بحثيه تعني بأستراتيجية الانترنت في (USA) للمزيد على الموقع [www. Nua – ie. Survegs](http://www.Nua-ie.Survegs)

14- أبراهيم الماجد، مقال حول التجارة الالكترونية العربية منشور في مجلة العالم الرقمي على الموقع [www. AI – Jazivah.com](http://www.AI-Jazivah.com).

15- واقع التجارة الالكترونية ومزاياها [http : lladen. Atspace . com \ waki](http://http : lladen. Atspace . com \ waki)