

E

الأمم المتحدة

Distr.
LIMITED

E/ESCWA/TECH/2002/WG.1/29
15 July 2002
ORIGINAL: ARABIC



اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

مؤتمر التكنولوجيا ومكافحة البطالة والفقر في الدول العربية
واللجنة الاستشارية للتطوير العلمي والتكنولوجي - الاجتماع الأول
بيروت ١٦-١٨ تموز/يوليو ٢٠٠٢

التجارة الإلكترونية في الوطن العربي: الوضع الراهن والآفاق المستقبلية (ورقة إضافية)

RECEIVED ESCWA COMMISSION
15 JUL 2002

15 JUL 2002

15 JUL 2002

ملاحظة: طبعت هذه الوثيقة بالشكل الذي قدمت به ودون تحرير رسمي.

02-0440

التجارة الإلكترونية في الوطن العربي: الوضع الراهن والآفاق المستقبلية (ورقة إضافية)

إعداد

قسم التكنولوجيا

شعبة القضايا والسياسات القطاعية

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

بيروت، لبنان

١ - مقدمة

إن التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤثر على جميع القطاعات الاقتصادية وبشكل خاص على القطاعات الإنتاجية والتسويقية. ويؤدي ذلك إلى طرح العديد من التساؤلات بشأن مستقبل التنمية الاقتصادية والتغيرات في العلاقات القائمة بين كثر المجتمع المختلفة. كما تفتح هذه التكنولوجيا المجال لفرص واسعة لزيادة النمو الاقتصادي والاجتماعي

مع دخول العديد من الدول في عصر مجتمع المعلومات حيث تتبدل الوسائل المستخدمة في العمل والبيت والمدرسة ومعظم نواحي الحياة اليومية، لم يبق مجال اقتصادي أو اجتماعي دون تغيير. والتجارة العالمية قد تأثرت بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات فتبدلت أساليبها مع نمو التطبيقات المعلوماتية والاتصالية التي تخدم التجارة بكل أشكالها. وأصبح استخدام شبكة الإنترنت العالمية في العمليات التجارية المختلفة ضروريا لزيادة القدرة التنافسية من تسويق أكثر فاعلية للمنتجات وتزويد المتعاملين بالمعلومات والخدمات الفورية إضافة إلى تيسير الأمور على المستهلك وتمكينه من الطلب الفوري للبضائع والحصول على المنتجات فوراً (إلكترونياً عبر الشبكات) إذا سمحت طبيعتها بذلك.

أطلق على مجمل التقنيات والأساليب التي تسهل وتسرع التبادل التجاري من خلال تطبيق الوسائط المعلوماتية والاتصالية الحديثة أسم "التجارة الإلكترونية" e-commerce، والتي نتج عن استخدامها تحسن في أداء مؤسسات الأعمال وفتح للأسواق العالمية أمامها.

بشكل موازي بدأ عصر العولمة بالتبلور متماشياً مع هذا التطور التكنولوجي. فقد تضاعفت العوائق التجارية بين الدول بانفتاح الأسواق ونشأ مناخ منافسة شديدة وتعاضمت أهمية أنظمة الملكية الفكرية وازدادت الضغوط لتطبيقها في الدول النامية. وقد لعبت منظمة التجارة العلمية دوراً رئيسياً في هذا التحول من خلال برامج عملها المختلفة في التسعينيات وخاصة تلك المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

وغدا ضرورياً تذليل العقبات التي تواجه استخدام وتطوير هذه التكنولوجيا في الوطن العربي، علماً أن أهم هذه العقبات هي: إنشاء البنى التحتية المعلوماتية والاتصالية الضرورية للتمكن من استخدام وسائل التجارة الإلكترونية، وتعديل القوانين والتشريعات وتبسيط الإجراءات بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية في هذا المجال، وتملك التكنولوجيا وتطويرها للاستخدامات المحلية.

سنتناول في هذه الورقة تلك المواضيع بعد تعريف التجارة الإلكترونية إذ سيعرض الوضع الراهن في الدول العربية وتستنجد بعض المتطلبات الضرورية للنجاح في تطوير التكنولوجيا محلياً واستخدامها بما يتلاءم مع التوقعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية على المستوى العالمي.

٢ - التجارة الإلكترونية

إن التعريف الأكثر شيوعاً وعمومية للتجارة الإلكترونية هو: القيام بالنشاطات والممارسات التجارية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، أي الحواسيب والشبكات المعلوماتية، وذلك اعتماداً على شبكات عالمية مفتوحة، مثل الإنترنت.

تتضمن التجارة الإلكترونية، حسب هذا التعريف وعلى سبيل المثال لا الحصر، النشاطات والممارسات التالية:

- وضع المعلومات عن المؤسسة أو الشركة في موقع وب (Web site) يسمح لأي كان الحصول على معلومات عنها (أهدافها، منتجاتها، خدماتها،... إلخ)؛
- القيام بالمراسلات باستخدام البريد الإلكتروني؛ وضع الإعلانات عن المنتجات والخدمات في مواقع وب أو في نشرات دعائية إلكترونية أو استخدام البريد الإلكتروني لإرسالها؛ التعامل مع الشركات والمؤسسات الأخرى إلكترونياً بما فيه طلب العروض والتعاقد؛ بيع المنتجات عبر الإنترنت والدفع إلكترونياً، مثلاً باستخدام بطاقات الائتمان؛ المطالبة بالدفع (الفوترة) وتسديد الفاتورة إلكترونياً؛ توزيع المنتجات القابلة للنقل إلكترونياً، مثل برامج الحاسوب والوثائق والموسيقى، عن طريق الشبكات؛ تقديم الخدمات للزبائن عن طريق الإنترنت؛ القيام بالمعاملات المصرفية عن بعد.

٢-١ الأطراف المعنية بالتجارة الإلكترونية:

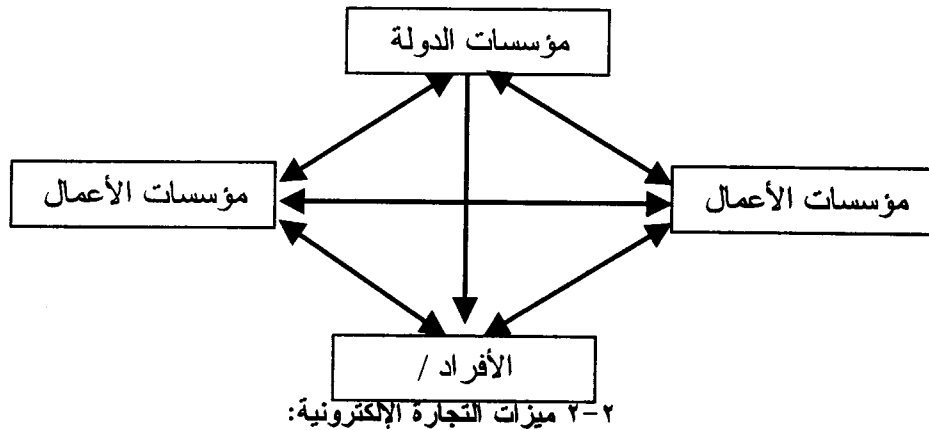
إن أي نموذج للتجارة الإلكترونية يشمل الأطراف الأساسية التالية المعنية مباشرة بالتعامل التجاري:

- مؤسسات الأعمال (Business enterprise): وتشمل على الشركات التجارية والصناعية التي تشكل محور العمل في المعاملات التجارية؛
- مؤسسات الدولة (Administration) التي تتعامل معها الشركات الوطنية والأجنبية والمواطنين؛
- الأفراد / المستهلكون (Consumer / individual) الذين يقومون بمشتريات عبر الإنترنت أو يحتاجون للتعامل مع بعض مؤسسات الدولة عن بعد.

يبين الشكل ١ العلاقات المختلفة بين هذه الجهات الأساسية. فالتعامل ما بين مؤسسات الأعمال (Business-to-Business, B-to-B) هو الأكبر حجماً، إذ كان نحو ٤٥ مليار دولار في عام ١٩٩٨، في الولايات المتحدة الأمريكية، ويتوقع أن يصل حجمه إلى ٣,٢ مليار دولار في عام ٢٠٠٣^١. كما أنه الأكثر قابلية للمعيرة، مثلاً باستخدام "التبادل الإلكتروني للمعلومات" (Electronic Data Interchange (EDI ومعياره العالمي EDIFACT.

أما التعامل المباشر بين مؤسسات الأعمال والأفراد أو المستهلكين (Business to Consumer, B-to-C)، فإن حجمه يبقى محدوداً، إذ كان يقارب ٢٠ مليار دولار أمريكي في عام ١٩٩٩ في الولايات المتحدة الأمريكية، ويتوقع أن يصل إلى حوالي ٢٠٠ مليار في عام ٢٠٠٤^٢، ولكنه ينمو باستمرار في جميع أنحاء العالم. ويمكن اعتبار التعامل ما بين مؤسسات الدولة من جهة ومؤسسات الأعمال والأفراد من جهة ثانية جزءاً من أساليب الحكومة الإلكترونية.

الشكل ١- نموذج التعامل بين الجهات الأساسية المعنية بالتجارة الإلكترونية



تسمح التجارة الإلكترونية من خلال استخدام الشبكات العالمية بالانفتاح على العالم بأسره وتوسيع السوق لمنتجات الشركة التي تستطيع من خلال موقع وب مصمم بشكل يعكس إمكانياتها وجودة منتجاتها أن تنافس الشركات العالمية. كما تستطيع الشركة أن تخفض الكلف بتسويق منتجاتها مباشرة ودون الحاجة إلى وسيط مما يؤدي إلى تخفيض الأسعار وجعلها أكثر تنافسية من شركات تستخدم الوسائل التقليدية.

كما أن تسهيل عمليات الشراء عن بعد وتحسين خدمات الزبائن يجعلها شبه فورية يؤدي بالتأكيد إلى زيادة في المبيعات. يضاف إلى ذلك أن التعامل بأساليب التجارة الإلكترونية يسرع التجاوب للمتغيرات في الأسواق ويسمح بالتكيف مع المتطلبات الجديدة بمرونة كبيرة.

^١ "Business and the Internet", The Economist, 26th June 1999.

^٢ "Shopping around the web", The Economist, 26th February 2000.

وتستطيع مؤسسات الأعمال أن تتحول إلى مؤسسة افتراضية (Virtual enterprise) بحيث يكون وجودها الفيزيائي محدود جداً بينما يكون تواجدتها على الإنترنت وخدماتها واسعة جداً. فبعض الشركات اختارت النموذج الافتراضي منذ تأسيسها ولا يمكن التعامل معها سوى إلكترونياً، مثل مكتبة Amazon.com التي تباع الكتب بواسطة الإنترنت حصراً.

تجدر الإشارة إلى أن حجم التبادل ما بين الشركات بوسائل التجارة الإلكترونية، في الولايات المتحدة الأمريكية، يتراوح بين 3.2 - 4 ترليون دولار في عام 2003³، وقد يصل إلى ما يقارب 6.9 ترليون دولار في عام 2004.

كما أن اتباع أساليب التجارة الإلكترونية يحسن من أداء مؤسسات الأعمال، إذ ترتبط الفروع ببعضها وتوتمت الدورات المستندية ويسرع نقل المعلومات وتعديلها. وإذا أدخلت هذه الأساليب في المناطق الريفية من خلال مراكز الاتصالات الجماعية Community telecenters التي تُنشأ في هذه المناطق لجعل وسائل الاتصال الحديثة في متناول سكان هذه المناطق، بما فيها استخدام الإنترنت، يصبح بإمكان المزارعين الذين تقام دورات خاصة بهم مثلاً الاطلاع على وضع الأسواق وبيع منتجاتهم بأفضل الأسعار الرائجة.

وأدى تطور التجارة الإلكترونية إلى تطور العمل عن بعد (teleworking) حيث يقوم عامل في شركة بالأعباء الموكلة إليه من أي موقع يتواجد فيه، والذي غالباً ما يكون المنزل، وفي أي وقت يناسبه. وهذا الأسلوب في العمل يمكن أن يساعد في تفعيل دور المرأة، خاصة في المنطقة العربية، إذ يسمح لها بالعمل من البيت ويجعل منها عنصراً فاعلاً في المجتمع. كذلك فإن التجارة الإلكترونية لا بد وأن تدفع مؤسسات الدولة إلى تطوير أساليب الإدارة فيها وتحسين الخدمات التي تقدمها للمواطنين وللمؤسسات الأعمال، وهذا ما يشكل خطوة نحو نموذج الحكومة الإلكترونية الذي يجعل الاستعلامات عن الإجراءات والمعاملات الحكومية وتنفيذها ممكن عبر الشبكات الحاسوبية.

٢-٣ أثر التجارة الإلكترونية على مؤسسات الأعمال:

نظراً لإمكانية القيام بالأعمال التجارية آلياً على مدار الساعة، خلال في كل أيام السنة، ومع معظم بلدان العالم فإن التجارة الإلكترونية ترفع من أداء المؤسسات بتخفيض النفقات وزيادة الواردات ورفع مستوى التنافسية. ولكن الوصول إلى مستوى أداء مرتفع لا بد أن يمر بعدة مستويات للتطور. يبدأ المستوى الأدنى بالتواصل إلكترونياً من خلال البريد الإلكتروني وصفحات موقع وب وبعض الخدمات الموجهة للزبائن. أما المستوى الثاني فهو مستوى التعاون حيث تحدث شبكة تربط جميع فروع الشركة وتسهل التواصل الداخلي مع اتخاذ الإجراءات الأمنية الضرورية، والشائع اليوم هو استخدام بروتوكول الإنترنت من خلال تشكيل ما يسمى intranet ووضع جدار حماية firewall. وقد يوسع التعاون عبر الربط الشبكي ليشمل الشركات والمؤسسات المتعاونة أو المورد للمواد والتجهيزات وأيضاً المؤسسات المستهلكة للمنتجات أو الخدمات، وهذا ما يدعى extranet. أما المستوى الثالث والأهم فهو الاتجار الإلكتروني الذي يعتمد على التعاملات التجارية الفعلية والمضمونة والذي يصل في ذروته إلى الأعمال الإلكترونية المتكاملة e-business، حيث يمكن إتمام جميع مراحل المعاملات التجارية إلكترونياً.

ولكن الوصول إلى المستوى الأعلى يتطلب إعادة النظر في العديد من الأمور، منها الإدارة والتنظيم الذين يجب أن يتميزا بالمرونة والتكيف السريع مع التغيرات السوقية، ويتطلب ذلك الإقلال من المستويات الهرمية. كما أن تحديث البنية التحتية يشكل إحدى المتطلبات الأساسية للتجارة الإلكترونية، إذ لا يمكن تصور أي توسع في التجارة الإلكترونية دون شبكات حاسوبية سريعة وموثوقة والاتصال مع الإنترنت بالإضافة إلى حماية المعلومات الحساسة. كما ينبغي إعادة النظر في التوجهات التجارية بحيث تتلاءم والأساليب الجديدة للعمل مثل استخدام التسويق الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني ومواقع الويب وإجراء التعديلات الملائمة في السلسلة التموينية للشركات الإنتاجية. وبالتالي يصبح ضرورياً الارتقاء بالموظفين إلى مستوى تكنولوجي أعلى بحيث تكون السيطرة على أحدث الأدوات التكنولوجية تامة.

٢-٤ تطبيق التجارة الإلكترونية في الموانئ العربية:

لقد بينت دراسة ميدانية قامت بها الإسكوا حديثاً في عدة بلدان عربية⁴ أن الأسلوب الورقي المستخدم لإدخال البضائع في موانئ أربع دول عربية هي مصر وسورية ولبنان والأردن يتطلب ما بين 3-10 أيام. كما يتطلب عمليات التصدير في تلك الموانئ 1

³ "Internet economics", The Economist, 1st April 2000.

٣- أيام. أما في الإمارات وبالتحديد في ميناء دبي حيث تستخدم تقنيات التبادل الإلكتروني للمعلومات (EDI) فيختصر الزمن في كلتا الحالتين إلى ما بين ٤-٦ ساعات. يسمح الأسلوب الإلكتروني بالتبادل الآلي للمعلومات بين الجهات المعنية مثل الميناء، والجمارك، والمصدر/المستورد، والمصارف، والسلطات الرقابية،... إلخ، وتوحيد المعايير للوثائق المتبادلة وبالتالي تسريع الإجراءات المختلفة.

٣- الوضع الراهن في الوطن العربي

إن معظم الدول العربية ما زالت تحاول ترويج فكرة التجارة الإلكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ولم تلق بعد الاهتمام اللازم من قبل الجهات المعنية. وتدل التقديرات المتوفرة أن حجم ممارسات التجارة الإلكترونية متواضع جداً، إذ لم يتعدى ١٠٠ مليون دولار خلال عام ١٩٩٩، علماً أن معظم عمليات التجارة الإلكترونية تمت في دول الخليج. وأسباب قلة ممارسة التجارة الإلكترونية في معظم الدول العربية متعددة، فما زالت البنى التحتية الضرورية غير مناسبة لاستخدام أساليب التجارة الإلكترونية، كما أن تكلفة الاتصالات والحاسيب مرتفعة بالنسبة لمستوى الدخل الفردي، والقوانين والأنظمة لا تتماشى مع احتياجات هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها. نقدم فيما يلي مؤشرات توضح هذا الوضع في البلدان العربية المختلفة.

٣-١ البنى التحتية:

تعتبر الخطوط الهاتفية (الثابتة والنقالة)، والإنترنت، والحاسيب الشخصية، والحاسيب المضيفة للإنترنت (Internet hosts) والنطاقات العليا للإنترنت (top level domain names) أساسية لتطور وانتشار التجارة الإلكترونية. وتبين الإحصاءات أن المؤشرات المرتبطة بهذه البنى التحتية جميعها ذات مستوى متدني في معظم الدول العربية وهي بعيدة في معدلاتها عن الوسطي العالمي.

يبين الجدول ١ أن هناك فروق كبيرة بين الدول العربية الخليجية والأخرى من حيث توفر خطوط الهاتف الثابت والنقال وكذلك عدد الحاسيب وعدد مستخدمي الإنترنت. وبينما تقترب معدلات الدول الخليجية من معدلات دول العالم في توفر الهاتف الثابت والنقال والحاسيب الشخصية، فهي مازالت بعيدة عن ما هو متوفر في إسرائيل أو في دول كانت في تعداد الدول النامية إلى عهد قريب مثل التشيلي وكوريا الجنوبية. وتتميز الإمارات عن باقي الدول الخليجية في هذا المضمار، كما يتميز لبنان عن باقي الدول العربية غير الخليجية.

^٤ للجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، "تسهيل نقل البضائع الدولية في منطقة الإسكوا"، المجلد الأول، الخلاصة والنتائج والتوصيات، آذار (مارس) ٢٠٠١.

الجدول ١- وسائل الاتصالات المتقدمة المتوفرة

البلد	عدد خطوط الهاتف الخليوي (لكل ١٠٠ شخص)	عدد خطوط الهاتف الثابت (لكل ١٠٠ شخص)	عدد الحواسيب الشخصية (لكل ١٠٠ شخص)	عدد أسماء النطاقات العليا للإنترنت (لكل ١٠٠,٠٠٠ شخص)	مستخدمو الإنترنت (لكل ١٠٠,٠٠٠ شخص)
	2000	2000	2000	كانون الثاني/يناير ٢٠٠١	2000
بلدان الإسكوا					
البحرين	20.1	24.9	14.0	16.49	61.8
الكويت	15.8	24.0	12.1	17.59	52.7
عمان	4.9	9.0	2.6	2.81	20.3
قطر	14.3	26.3	13.6	0.52	76.4
السعودية	4.0	13.0	5.7	2.52	14.4
الإمارات	34.7	40.7	12.5	140.73	166.9
متوسط دول الخليج العربي	7.9	16.1	6.8	15.11	32.3
مصر	2.1	8.1	1.2	0.86	6.5
العراق	-	3.0	-	0.00	-
الأردن	1.8	9.2	1.4	1.36	13.5
لبنان	19.4	20.1	4.6	16.03	70.3
سورية	0.0	9.9	1.4	0.00	1.3
اليمن	0.2	1.7	0.2	0.03	0.7
متوسط دول الإسكوا غير الخليجية	1.6	6.9	1.0	0.90	7.1
البلدان العربية الأخرى					
الجزائر	0.2	5.2	0.6	0.01	0.65
جيبوتي	0.0	1.4	1.0	0.02	1.19
إريتريا	-	0.7	-	0.05	0.24
ليبيا	0.4	10.1	-	0.05	1.37
موريتانيا	-	0.6	2.7	0.45	4.86
المغرب	1.3	5.3	1.1	0.12	1.88
الصومال	-	0.2	-	0.00	0.02
السودان	0.1	0.9	0.3	0.00	0.35
تونس	0.6	9.0	1.5	0.09	11.63
وسطى تكتلات إقليمية ودول أخرى					
العالم	10.3	15.2	7.7	179.97	54.7
بلدان الإسكوا	2.8	8.6	2.0	3.41	12.4
البلدان العربية	1.8	6.6	1.4	1.99	7.5
التشيلي	150.5	20.7	85.5	49.12	52.6
كوريا	566.9	46.4	190.3	85.79	402.5
إسرائيل	471.8	47.1	253.6	38.25	175.5

ITU 2001

ISC 2001

ITU 2001

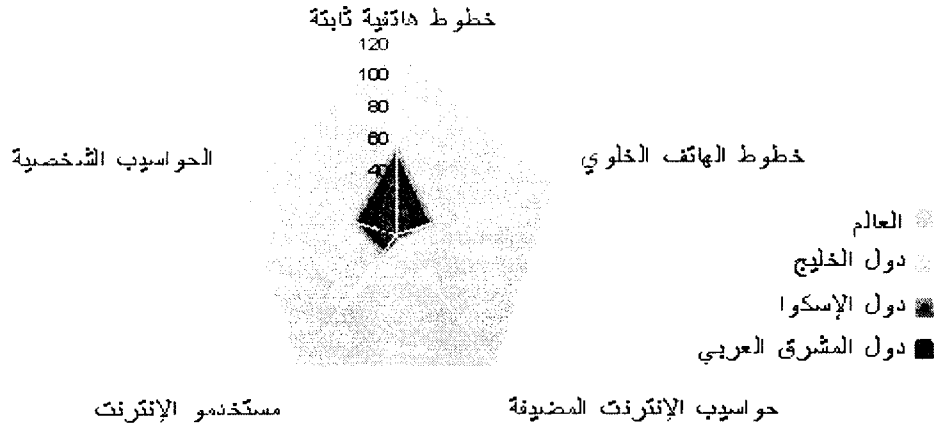
ITU 2001

ITU 2001

المصادر:

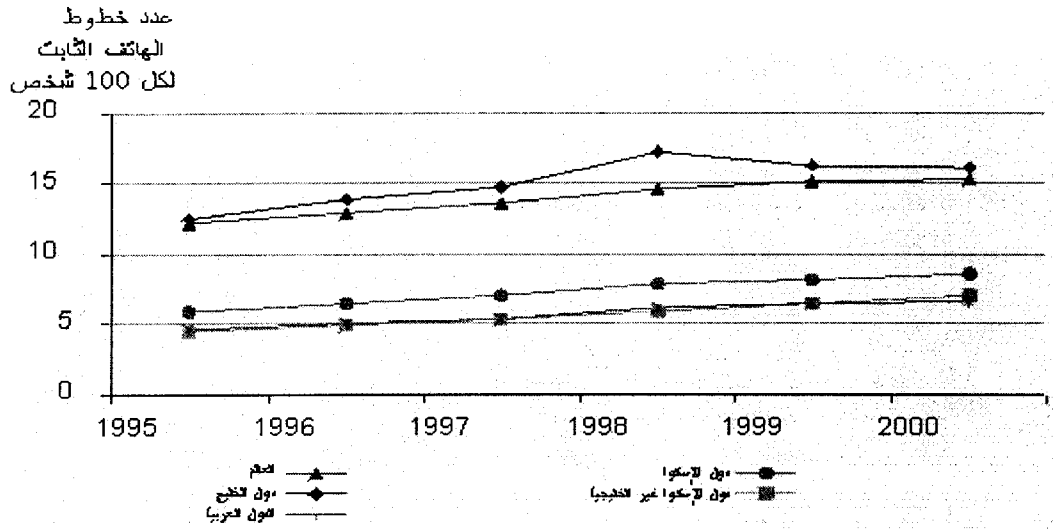
وفي مقارنة إجمالية يظهر الشكل ٢ بياناً مدى ابتعاد الدول العربية غير الخليجية عن المعدلات العالمية وحتى ابتعاد الدول الخليجية عن معدلات استخدام الإنترنت عالمياً وعن توفر الحواسيب المضيفة للإنترنت.

الشكل ٢ - مقارنة إجمالية لانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (١٩٩٨-١٩٩٩)



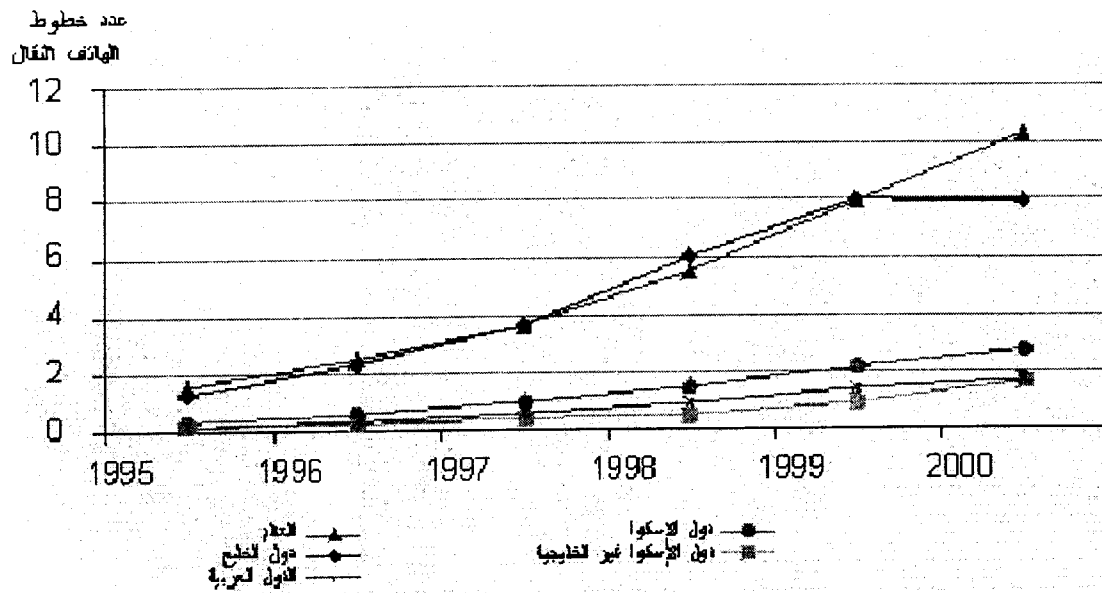
وإذا نظرنا إلى التطور منذ عام ١٩٩٥ في مجالات البنية التحتية المذكورة أعلاه حسب الخطوط البيانية في الأشكال ٣ إلى ٦ نجد أنه بالرغم من التحسن الملحوظ خلال السنوات الثلاث الأخيرة، إلا أن الفارق بين وسطي الدول العربية ووسطي دول العالم والدول الخليجية بالنسبة لجميع المؤشرات ما عدا الهاتف الثابت يتزايد مستمر. وهذا يعني أن الوضع يتدهور مع مرور الزمن والفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة ستزداد إذا لم تتخذ إجراءات سريعة لإعطاء موضوع البنية التحتية التكنولوجية الحديثة ما يستحقه من اهتمام.

الشكل ٣ - تطور عدد خطوط الهاتف الثابت



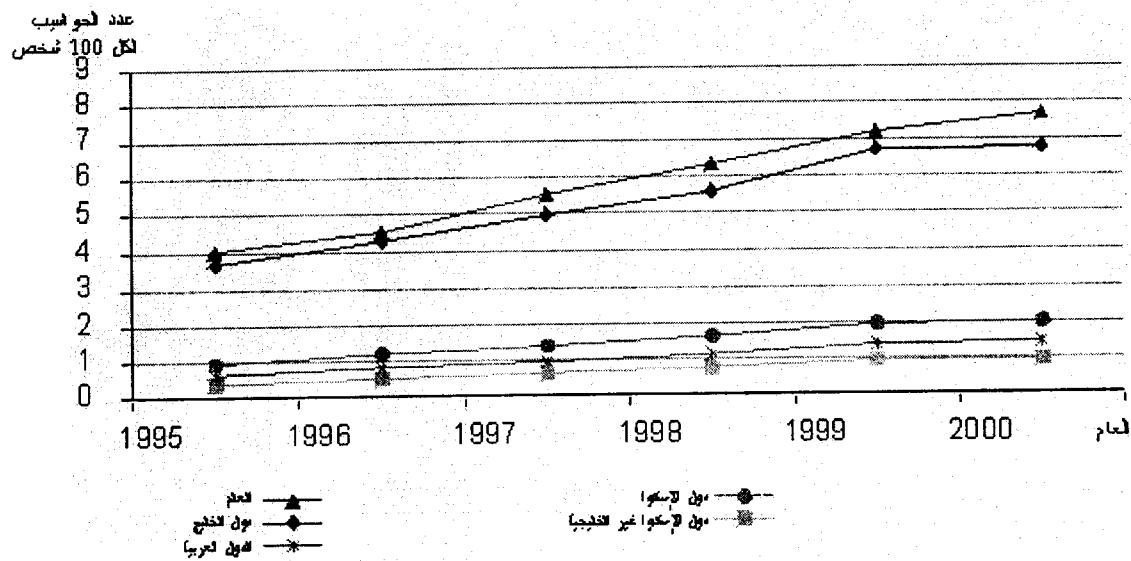
المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات - مؤشرات الاتصالات في الدول العربية لعامي ٢٠٠٠ و ٢٠٠١

الشكل ٤ - تطور عدد خطوط الهاتف النقال



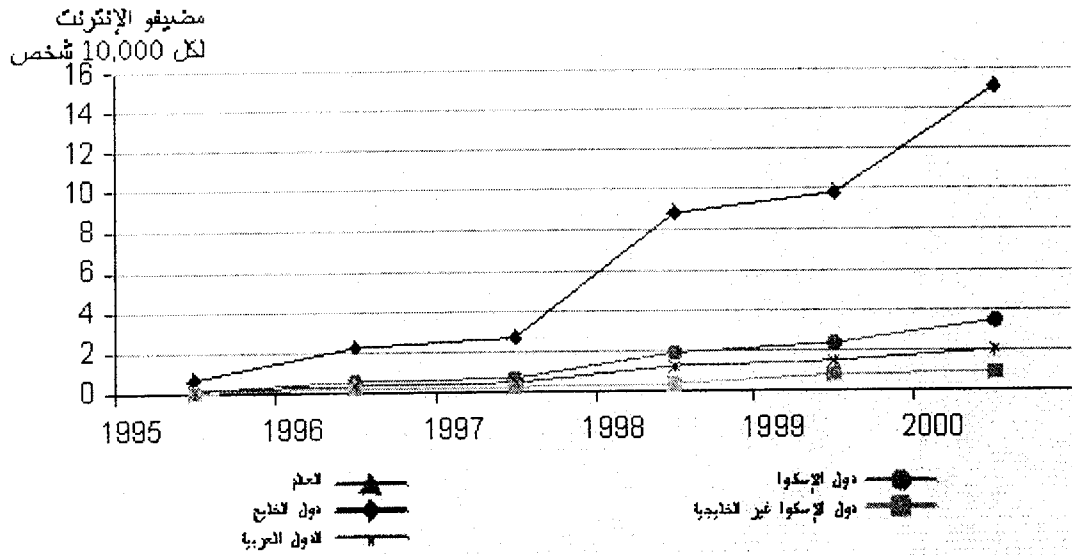
المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات - مؤشرات الاتصالات في الدول العربية لعامي ٢٠٠٠ و ٢٠٠١

الشكل ٥ - تطور عدد الحواسيب الشخصية



المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات - مؤشرات الاتصالات في الدول العربية لعامي ٢٠٠٠ و ٢٠٠١

الشكل ٦ - تطور عدد مضيقي الإنترنت



٢-٣ تكلفة الحواسيب والاتصالات

إن اقتناء الحواسيب ما زال مكلفاً بالنسبة لمعظم الشركات الصغيرة في الوطن العربي بالرغم من انخفاض أسعار التجهيزات الحاسوبية عالمياً، خاصة إذا أضفنا تكلفة البرمجيات التطبيقية التي تصمم في غالب الأحيان خصيصاً للشركة المستثمرة. ويتطلب تأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات تكاليفاً إضافية تثقل كاهل هذه الشركات فتحاول الاستغناء عن الحاسوب.

كما أن الدخل الفردي في معظم الدول العربية لا يسمح باقتناء الحواسيب الشخصية بسهولة، وكلفة الإنترنت مرتفعة نسبياً. يعطي الجدول ٢ تكاليف بعض الأساسيات للدخول في عالم التجارة الإلكترونية في مصر ويبين أنه لا يمكن أن يكون في متناول الفرد العادي. وبالتالي ليس من المستغرب أن يبقى استخدام شبكة الإنترنت وتطبيقات التجارة الإلكترونية محصورة بفئة صغيرة في مصر وفي الدول العربية الأخرى ذات وضع مماثل.

يضاف إلى ذلك أن تكلفة الاتصالات الداخلية للإنترنت ما زالت مرتفعة في العديد من الدول العربية غير الخليجية كما يبين الجدول ٣، وهذا ما لا يشجع على الإطلاق استخدام الإنترنت من قبل الأفراد والشركات الصغيرة التي قد لا تتحمل مصاريف إضافية. وكما يبين هذا الجدول تزيد تكلفة الاتصال الهاتفي الداخلي عند استخدام الإنترنت عن التعرفة العادية للاتصال في بعض البلدان العربية.

الجدول ٢ - تكلفة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في مصر

العنصر	التكلفة
المصرف الفردي على تكنولوجيا المعلومات	ينفق المصريون وسطياً خمس دولارات أمريكية في السنة على تكنولوجيا المعلومات (يشكل ذلك ٠,٥% من الدخل)، بينما يصرف السويسريون ٩٩٥ دولار (٥% من الدخل).
تكاليف الاستضافة ونسبة السعر للأداء	في مصر ٦٠ دولار؛ في الولايات المتحدة ٢٥ دولار وهي تكلفة عالية للمصريين إذا أخذ متوسط الدخل بالاعتبار. يضاف إلى ذلك أن الأداء ضعيف مما يجعل نسبة السعر للأداء غير مقبولة
تصميم وإنشاء موقع ويب	تتراوح التكاليف بين ٥٠٠ و ٣٥,٠٠٠ دولار، والحد الأدنى مرتفع جداً.
الاشتراك في الإنترنت	١٥ دولار بالشهر في مصر و ١٠ دولار في الولايات المتحدة الأمريكية رسم وصلة من نمط T1 هو ١٨,٠٠٠ دولار وبالمقابل ١٤,٠٠٠ دولار لهذه الوصلة في الولايات المتحدة.
الحواسيب	إذا أخذ بعين الاعتبار مستوى الرواتب البلدان النامية (مثل مصر) يكلف الحاسوب من خمس إلى عشر مرات تكلفته في الولايات المتحدة.

المصدر: El-Nawawy, M. and Ismail, M., "Overcoming Deterrents and Impediments to Electronic Commerce in Light of Globalization: The Case of Egypt", INET 99 Conference Proceedings.

الجدول ٣ - بعض تسعيرات الاتصال الهاتفي بالإنترنت

الدولة	تكلفة الساعة ضمن المدينة (بالدولار الأمريكي)
الإمارات العربية المتحدة	مجاناً
الكويت	مجاناً
مصر	0.58
عمان	مجاناً
البحرين	مجاناً
قطر	مجاناً
لبنان	1.78
الأردن	0.84
المملكة العربية السعودية	1.2*
سورية	٢,٤**

* تعرفه خاصة لمستخدمي الإنترنت

** التعرفة لمستخدم الإنترنت هي ليرتين سوريتين في الدقيقة أو ١٢٠ ليرة في الساعة

المصدر: DIT.net

٣-٣ الأنظمة والقوانين

إن القوانين والتشريعات في الدول العربية لم تطور لتأخذ بالاعتبار تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من تطبيقات جديدة مثل التجارة الإلكترونية. :ما أنها لا تغطي نواحي هامة مرتبطة بالتطور التكنولوجي المذكور وبالأخص فإن قوانين الملكية الفكرية قاصرة في معظم الأحيان فلا تحمي مؤلف المنشورات الإلكترونية أو البرمجيات. وحتى عندما تسن هذه القوانين لا تتوفر أدوات تنفيذها ولا تتخذ الإجراءات الضرورية لوضعها قيد التطبيق.

يضاف إلى ذلك أن التعامل الإلكتروني ما بين مؤسسات مختلفة أو بين مؤسسات وأفراد يحتاج إلى تعديل الأنظمة والقوانين للتماشي مع الممارسات الحديثة مثل:

- إجراءات الأمان في التعامل الإلكتروني؛
- التوقيع الإلكتروني؛
- خصوصية المعلومات (السرية التجارية والمصرفية)؛
- التعامل المصرفي عن بعد والنقل الإلكتروني للأموال؛
- الاتجار الإلكتروني والنظام الضريبي؛
- حقوق النسخ والنشر والملكية الفكرية في ممارسات التجارة الإلكترونية (ومنها النشر الإلكتروني)؛
- وضع القوانين للانتقال إلى اقتصاد المعرفة.

وما زالت معظم الدول العربية بعيدة عن سن القوانين المناسبة وتعديل القوانين والأنظمة المعمول بها بما يتماشى مع التطور الإلكتروني المذكور.

٣-٤: تنشيط بعض الدول العربية للتجارة الإلكترونية

تتحرك بعض الدول العربية بجدية نحو إرساء البنى التحتية والتشريعات اللازمة لتنشيط وتفعيل التجارة الإلكترونية من خلال مبادرات وطنية رائدة، نذكر منها:

- مبادرة مدينة الإنترنت بدبي⁵ التي تهدف إلى إنشاء تجمع رئيسي للتجارة الإلكترونية في المنطقة مزود ببنية تحتية حديثة تشمل الاتصال السريع بالإنترنت. وقد استقطب المشروع شركات عالمية زاد عددها عن ٢٠٠ شركة اتخذت من مدينة الإنترنت بدبي مركزاً إقليمياً لتوسيع نشاطها في المنطقة، إذ تتوفر في هذه المدينة التسهيلات التكنولوجية والمدنية اللازمة للعمل بفعالية. تقدم الحكومة العديد من التسهيلات والإعفاءات الضريبية لتشجيع الشركات الأجنبية على الانتقال إلى هذا المجمع التكنولوجي الحديث.
- تطبيق الحكومة الإلكترونية في إمارة دبي، وهو مشروع رائد في المنطقة يسمح للمواطنين والشركات بالتعامل مع الدوائر الحكومية إلكترونياً مما يوفر الجهد الوقت ويسمح بتسهيل المعاملات الحكومية وتسريعها.
- وضعت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر خطة وطنية لتطوير هذه التكنولوجيا تتضمن تنشيط التجارة الإلكترونية، كما أن الحكومة المصرية بصدد وضع قانون للتجارة الإلكترونية⁶ وبناء شبكة اتصالات حديثة وسريعة (تصل سرعتها إلى 210 Mb/s) في مصر⁷ تمكنها من أن تصبح بوابة التعامل مع الإنترنت في المنطقة بالإضافة إلى تحسين أداء شركات خدمات الإنترنت وتخفيض كلفتها.
- إصدار قانون التجارة الإلكترونية المرتقب في الأردن وإتمام دراسة تطبيق الحكومة الإلكترونية مؤشراً لجدية الحكومة الأردنية في دعم وتنشيط التجارة الإلكترونية في المملكة. يتوقع أن يؤدي ذلك إلى زيادة فرص العمل وتنمية قطاع تكنولوجيا المعلومات وبشكل خاص تطوير البرمجيات.⁸

٤- الآفاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الوطن العربي

يدل انتشار التجارة الإلكترونية السريع في الدول المتقدمة على أنها أصبحت أداة هامة للتعامل بين المؤسسات التجارية على النطاق الوطني وأيضاً على النطاق العلمي. كما أنها تمتد تدريجياً لتغطي العديد من احتياجات المستهلكين ولتحسن أداء الشركات وخدماتها. وتقوم المنظمات الدولية بتشجيع ودعم التجارة الإلكترونية لما لها من أثر إيجابي على تنشيط التبادل التجاري الدولي وتحريره.

نستعرض فيما يلي أهم الاتفاقات الداعمة للتجارة الإلكترونية التي ترسم معالم تطورها وانتشارها خلال العقد القادم، ونهني هذه الورقة بوضع أهم الطموحات العربية في عالم التجارة الإلكترونية ومستلزمات تحقيقها.

⁵ www.dubaiinternetcity.com

⁶ ITU, "Internet on the Nile: Egypt Case Study", March 2001

⁷ DITnet www.ditnet.co.ar/ltnews/newsaug2000/53.html

⁸ www.gulf-news.com/Articles/news.asp?ArticleID=27721

٤-١ الاتفاقات الدولية

يتجلى اهتمام منظمة التجارة العالمية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عامة وبالتجارة الإلكترونية خاصة من خلال الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وملحقاتها، إذ تشمل على ملحق خاص بالاتصالات وآخر خاص بالمفاوضات حول الاتصالات الأساسية لكونها ضرورية لتبادل المعلومات التجارية وغير التجارية. كما بدأ تطبيق اتفاقية "الجوانب التجارية ذات العلاقة بحقوق الملكية الفكرية" (TRIPS Agreement) مع بداية عام ١٩٩٥.

كذلك تكمل اتفاقية حقوق النسخ (WIPO Copyright Treaty) التي اعتمدت في نهاية ١٩٩٦ من قبل المنظمة العالمية للملكية الفكرية اتفاقية التجارة العالمية، وتشمل حماية للبرمجيات الحاسوبية باعتبارها ناتج فكري هام.

أعتمد المجلس العمومي لمنظمة التجارة العالمية برنامج عمل للتجارة الإلكترونية في أيلول/سبتمبر ١٩٩٨ وشمل "إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع أو توصيل أية سلع أو خدمات بالوسائل الإلكترونية". كان ذلك لاحقاً لإعلان جنيف الوزاري في أيار/مايو ١٩٩٨ بخصوص التجارة الإلكترونية، والذي أكد على أهمية للتجارة الإلكترونية في المستقبل وإمكانية خلق فرص جديدة من خلالها ومع توسع انتشارها.^٩

٤-٢ الطموحات المستقبلية ومتطلبات النجاح في الوطن العربي

تطمح معظم الدول العربية في الاستفادة من الفرص التي تؤمنها التجارة الإلكترونية إن كانت تحبذ المنحى الحالي للعلومة أو لم تحبذه. فتوسيع الأسواق لتصدير المنتجات الوطنية أمر مفيد للاقتصاد الوطني وكل ما يتبعه من زيادة الإنتاج وزيادة فرص العمل، والنمو الاقتصادي، والارتقاء الاجتماعي، الخ.

ويطلب تحقيق ذلك وضع استراتيجيات إقليمية ووطنية لاستخدام أساليب التجارة الإلكترونية وتطوير التكنولوجيا اللازمة محلياً. إذ لا يمكن مثلاً الاكتفاء باستخدام الأدوات البرمجية التي تتوفر في الأسواق العالمية، بل لا بد من السيطرة على التكنولوجيات الحديثة وتطوير الأدوات المناسبة باللغة العربية وحسب الاحتياجات المحلية التي قد تختلف عن احتياجات الدول المتقدمة. ويمكن حصر الاحتياجات الرئيسية لتطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي بالمجالات التالية:

٤-٢-١ تحسين وتوسيع البنى التحتية

يحتاج استخدام أساليب التجارة الإلكترونية على نطاق واسع يلبي الاحتياجات المتوقعة علمياً إلى بنية أساسية وطنية قابلة للتوسع والتفاعل مع التطورات التكنولوجية العلمية. ويشمل ذلك على:

- إنشاء شبكات رئيسية للإنترنت (Internet backbone) تخدم التطبيقات الإلكترونية المتوقعة مع الحمائيات التقنية الضرورية لأمان التطبيقات التجارية الإلكتروني؛
- التوسع في الشبكات الخلوية نظراً لبدء انتشار التجارة النقالة (Mobile commerce -- M-commerce) عبر الهاتف الخليوي مثلاً باستخدام بروتوكول التطبيقات اللاسلكية (WAP) وتطويراته؛
- تخفيض تكلفة الاتصالات الداخلية وإلغاءها إن أمكن ضمن المدن خاصة بالنسبة لاستخدام الإنترنت لوضعها في متناول الأفراد والشركات الصغيرة.

٤-٢-٢ تشجيع ودعم استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية

نظراً لما للإنترنت من فوائد على جميع المستويات الثقافية والتجارية والاجتماعية وغيرها، ولا يمكن انتشار التجارة الإلكترونية دون توسع في استخدام الإنترنت ليصبح أساسياً في كل بيت (كالتلفزيون اليوم في العلم العربي) فلا بد من تشجيع استخدامه من قبل كافة الفئات وذلك بـ:

- تسهيل الاشتراك بالإنترنت للشركات والأفراد؛

^٩ عبد الإله الديبوه جي، "التجارة الإلكترونية"، ورقة مقدمة من قبل لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية في مؤتمر منظمة التجارة العالمية في الدوحة في تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠١

- تشجيع مزودي خدمات الإنترنت (ISP) للتوسع في التطبيقات الإلكترونية والتحول إلى مزودي تطبيقات إلكترونية (ASP)؛
- نشر المعرفة حول التجارة الإلكترونية وميزاتها وأهميتها المستقبلية وإحداث مراكز تدريب ومراكز معلومات خاصة في المناطق الريفية والنائية (community telecenters)؛
- تنفيذ مشاريع رائدة في مجالات هامة مثل السياحة والنقل والعناية الصحية والتصدير لإبراز أهمية التجارة الإلكترونية في هذه القطاعات والترويج لاستخدامها على نطاق واسع.

ولا بد من التأكيد على ضرورة التعاون بين القطاع العام والخاص وغرف التجارة والصناعة في تحقيق الانتشار المنشود للتجارة الإلكترونية خاصة في جعلها في متناول جميع فئات المجتمع.

٤-٢-٣ القيام بالبحث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- إن التوسع في استخدام الإنترنت رهن انتشار المواقع باللغة العربية، والسيطرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوطينها. ويحتاج ذلك إلى تأهيل عالي المستوى وبحوث متخصصة في هذه التكنولوجيا مركزة على الاحتياجات الوطنية والإقليمية مثل:
- بحوث في مجالات مرتبطة باللغة العربية وخصوصياتها لتحسين أداء محركات البحث العربية؛
 - جهد أكبر في التأهيل والتعليم العالي في تكنولوجيا المعلومات وتطوير البرمجيات التطبيقية العربية؛
 - أقلمة التجهيزات والبرمجيات الأساسية مع المحيط المحلي خاصة فيما يتعلق بأمن الشبكات؛
 - التوسع في تطوير بعض التطبيقات الإلكترونية الأساسية مثل التعليم والتدريب عن بعد.

٤-٢-٤ تنشيط الصناعة المعلوماتية

- لا يمكن توطين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دون قيام صناعة محلية متقدمة. ويمكن للحكومات أن تقوم ببعض المبادرات التي أظهرت نجاحاً في العديد من البلدان في العلم مل:
- تشجيع الشركات الناشئة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودعمها؛
 - توفير المناخ الملائم للابتكار (innovation) من خلال إحداث حاضنات تكنولوجية وحدائق علم وتكنولوجيا (science and technology parks)؛
 - تخفيض الضرائب على الشركات الناشئة في التطوير والخدمات المعلوماتية والاتصالية.

٤-٢-٥ تحديث القوانين والتشريعات والإجراءات

- يتطلب الدخول في مجال التجارة الإلكترونية العديد من الإصلاحات على المستويات القانونية والإجرائية، أهمها:
- اعتماد قوانين الملكية الفكرية والنشر ووضع الآليات التنفيذية المناسبة والفعالة؛
 - تحرير الاتصالات وخلق مجال للتنافس لتحسين الخدمات وتخفيض الكلف وجعلها في متناول الجميع؛
 - سن التشريعات لترويج التجارة الإلكترونية من خلال قانون للتجارة الإلكترونية وآخر للتوقيع الإلكتروني؛
 - تعديل الإجراءات المعتمدة في الدوائر العامة لتسهيل عمليات التجارة الإلكترونية بحيث تتوافق مع روح التشريعات والقوانين الصادرة؛
 - توسيع تبادل المعلومات وتحريره قدر الإمكان.

٤-٢-٦ تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية

- لا يمكن القيام بالعمليات التجارية دون مصارف، وبالتالي تتطلب التجارة الإلكترونية خدمات مصرفية متطورة تستخدم تكنولوجيات مماثلة وذات مستوى أمان عالي. يحتاج تأمين ذلك إلى:
- وضع الضوابط الملائمة للخدمات المصرفية الحديثة؛
 - تسهيل التعامل المصرفي عن بعد؛
 - اعتماد التوقيع الإلكتروني؛
 - السماح بالتشفير (التعمية) للحفاظ على السرية المصرفية والتجارية؛
 - معايرة المستندات الإلكترونية المصرفية بالتوافق مع المعايير العالمية.