# متاجر سوق كوم الافتراضية (*www.souq.com*)
# كمؤشر لنجاح التجارة الالكترونية في دولة الإمارات

**د.نوري منير – جامعة الشلف**

**أ. لجلط إبراهيم – جامعة الشلف**

**ملخص:**

في هذا العصر الرقمي بدأت معدلات نمو التجارة الالكترونية تتزايد في العالم وفي منطقة الشرق الأوسط، خاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة والتي عجلت بالدخول إلى العالم الرقمي الجديد. وسارعت في توفير البنية التحتية والإمكانيات اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية، وفي هذا العمل نحاول عرض تجربة متاجر سوق كوم الافتراضية والتي تعتبر تجربة رائدة في الوطن العربي، إذ توسعت وأصبحت تمس خمس دول عربية (الإمارات ، مصر، الأردن، الكويت، السعودية)، والتي تعتبر كمؤشر لنجاح التجارة الالكترونية في الإمارات العربية المتحدة.

**الكلمات الدالة:** شبكة المعلومات الدولية، البنية التحتية، مستخدمي الانترنت، التجارة الالكترونية، المتاجر الافتراضية، سوق كوم.

**Abstract** :

In this digital age, rates began increasing growth of electronic commerce in the world and the Middle East, especially in the United Arab Emirates, which accelerated to enter the new digital world. And rushed in to provide the infrastructure and capabilities necessary for the exercise of electronic commerce, and in this work we are trying to view the test stores market com default, which is considered a pioneering experiment in the Arab world, as it expanded and became a much-five Arab countries (UAE, Egypt, Jordan, Kuwait, Saudi Arabia), which is as an indicator of the success of electronic commerce in the United Arab Emirates.

Key words: international information network, infrastructure, users of the Internet, electronic commerce, virtual stores, souq com.



المنارة للاستشارات

www.manaraa.com

**مقدمة:**

لا يجد مستخدم الانترنت أي عناء في استظهار التطور الهائل والسريع لمواقع التجارة الالكترونية ، فإذا كان واقع شبكة الانترنت في بداية إطلاقها يعكس ميلاد مواقع النشر والأعمال الالكترونية التي تتضمن معلومات عامة وتعريفية وإعلامية فان السائد في بداية الألفية الجديدة، شيوع مواقع التجارة الالكترونية ، ولا يكاد يخلو موقع من نشاط استثماري ومالي، بشكل مباشر أو غير مباشر. كما أن معدلات الزيادة في مستخدمي الانترنت رافقها نماء وتطور محتوى المواقع العاملة على الانترنت.

تشير الدراسات الإحصائية الحديثة إلى أن اللغة العربية لا تمثل أكثر من 5%[i] من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت، وهذا يعد عائقا رئيسا أمام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في المنطقة العربية ، فمشكلة اللغة وتوافر البنية التحتية تمثل عاملا مهما يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية، كما أن عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديدا وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع الالكتروني وبطاقات الائتمان، وضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف شيوع هذا النمط المستحدث للأنشطة التجارية.

يلحظ الباحث في الواقع العربي تنامي الجهود بغية تحقيق متطلبات ومواجهة تحديات هذا المثلث، خاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة والتي وفرت البنية التحتية ووسائل الدفع الالكترونية بمختلف أشكالها، ودعمها بترسانة من القوانين والإجراءات الرامية لحماية وأمن هذه التعاملات وذلك لإنجاح نشاط التجارة الالكترونية، الأمر الذي ساهم في بروز وتعاظم نشاط المتاجر الالكترونية. وعليه نطرح التساؤل التالي: **كيف استطاعت الإمارات العربية المتحدة أن تصل إلى تطبيق وممارسة التجارة الالكترونية من خلال المتاجر الافتراضية؟**

بغية الإجابة على هذه التساؤل نعتمد على أسلوب دراسة الحالة من خلال عرض تجربة متاجر سوق كوم الافتراضية، وتكون مداخلتنا تتناول المحاور التالية:

- شبكة المعلومات الدولية.
- التجارة الالكترونية في البيئة العالمية.
- البنية التحتية اللازمة للتعاملات الالكترونية في دولة الإمارات.
- التجارة الالكترونية في دولة الإمارات.
- متاجر سوق كوم الافتراضية.
- مؤشرات فعالية ونجاح متاجر سوق كوم.

**أولا/شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):**



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تعد شبكة المعلومات أولى التطورات التاريخية الهامة في حياة الإنسانية بعد الثورة الصناعية، هذه الشبكة التي تمثل مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها وتربط بين العديد من الشبكات المحلية والعالمية وتسمح للعديد من الأشخاص بالتحدث أو تبادل المعلومات عن طريق أجهزة الكمبيوتر، وقد عمل هذا التواصل السريع على زيادة قيمة الإنترنت كأداة هامة من أدوات الحصول على المعلومات.

يشير أحد التعاريف للانترنت بأنها: "حاصل جمع إجمالي الأجهزة المترابطة باستخدام بروتوكول الإنترنت. والبروتوكول عبارة عن مجموعة من الاتفاقيات الفنية أو المواثيق التي تحدد القواعد التي يتم بمقتضاها تكوين الخدمات"[ii]. قد أتاح وجود بروتوكول الإنترنت (IP) الفرصة أمام المطورين لتجاهل بعض الجوانب التفصيلية ذات الصلة بعتاد الحاسوب، والتركيز بدلا من ذلك على قدرة هذا العتاد في تكوين خدمات ذات فائدة لمستخدمي الإنترنت. ومن الأمثلة على هذا النوع من الخدمات البريد الالكتروني (e-mail) ونظام الورد وايد ويب (www) ومجموعة الأخبار والمسارد البريدية (News groups and mailing lists) وبروتوكول نقل وتحويل الملفات (File Transfer Protocol / FTP) واليوزنت (Usenet) والتي تمثل خدمة إضافية يقدمها الإنترنت لمستخدميه عن طريق مناقشات بين مجموعة من المستخدمين حول موضوع معين.

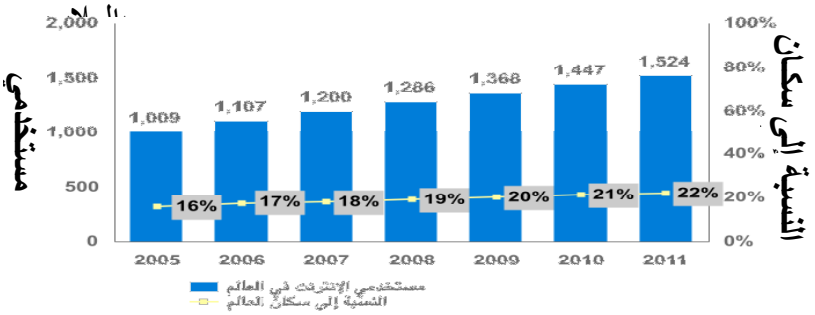
وأصبحت الإنترنت شبكة الشبكات التي تربط بين أكثر من 200 ألف شبكة في 150 بلداً حول العالم، وأخذ حجمها في التزايد مع الإقبال الشديد من المؤسسات التعليمية والأكاديمية ومراكز الأبحاث والشركات على هذه الشبكة ووفقاً للإحصائيات المنشورة يمكن القول بأن هناك 2 مليون مستخدم ينضمون إلى شبكة الإنترنت كل شهر أي بمعدل 46 مستخدم جديد كل دقيقة.

وأصبح استعمال الإنترنت يتوسع، ولو بوتيرة بطيئة .ففي عام2009 ، كان حوالي 26 % من سكان العالم أو 1.6 مليار نسمة ممن يستعملون الإنترنت. وتبقى النسبة في البلدان المتقدمة أعلى بكثير منها في العالم النامي حيث لا يزال أربعة من كل خمسة أشخاص مستبعدين من فوائد الدخول على خط الإنترنت . وتشكل الصين بمفردها ثلث عدد مستعملي الإنترنت في العالم النامي. وفيما بلغ معدل انتشار الإنترنت في البلدان المتقدمة 64 % في بداية عام 2009 ، فهو لم يصل إلا إلى نسبة 18% في البلدان النامية و 14 % فقط إذا ما استبعدت الصين[iii]. والشكل التالي يوضح تطور عدد مستخدمي الانترنت إلى نسبة سكان العالم خلال الفترة (2005-2011).



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

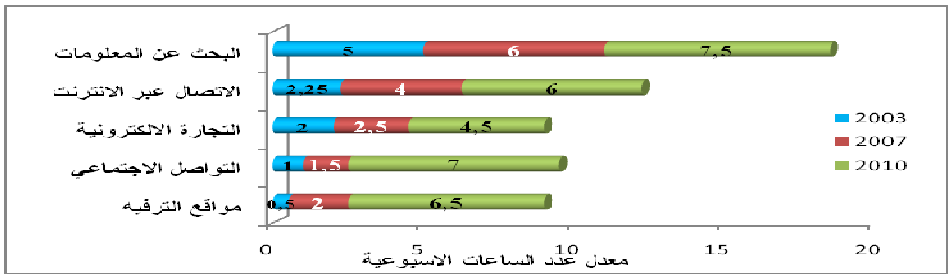
الشكل رقم (01): تطور عدد مستخدمي الانترنت إلى نسبة سكان العالم (2005-2011)




المصدر: وائل غنيم، توجهات الإنترنت في العالم والشرق الأوسط، دراسة مقدمة لمكتب غوغل في شمال إفريقيا والشرق الأوسط، 2009.

إن الانترنت والتكنولوجيات المتصلة بها حولت العالم إلى قرية صغيرة، فثورة الاتصالات التي أوجدت الانترنت في بداية عهدها والتي سوف تعمل على تغيير كل ما يمكن تغيره على مختلف الأصعدة، الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية...، وهذا التغيير يكون جزئيا في بعض الحالات ولكن في مجملها سيكون جذريا وغير مسبوق،" إن ثورة الانترنت سوف تخطو خطوات متسارعة حيث أن التقدم المذهل في التقنيات المرافقة لها لا تبدي مؤشرات على التباطؤ، ففي دراسة مقارنة أجريت حول الجوانب التي يتعاطها مستخدموا الانترنت في الساعات التي يقضونها على الشبكة بينت هذه الدراسة النتائج التالية:

الشكل رقم (02): معدل عدد الساعات الأسبوعية التي يقضيها المستخدم وفق مجالات الانترنت




المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على أرقام وإحصائيات مختلف التقارير السنوية لمحرك البحث غوغل.

**ثانيا/ التجارة الالكترونية في البيئة العالمية:**

نجد لدى غالب الكتاب والدارسين خلط في المفاهيم حول التجارة الالكترونية والتجارة عبر الانترنت، فالتجارة الالكترونية أشمل من التجارة عبر الانترنت، حيث تعتمد الأولى على كافة الوسائط الالكترونية في



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

دعم عملية البيع والشراء في حين تقتصر التجارة عبر الانترنت على المبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت فقط، ويعود ظهور التجارة الالكترونية إلى بداية السبعينات في مجال البنوك والعمليات المصرفية بهدف استخدامها في التحويل الإلكتروني للأموال Transfer Electronic Fund وفي بداية الثمانينات أصبح التبادل الإلكتروني للبيانات، هو وسيلة التبادل بين الشركات بهدف رفع كفاءة العمل من خلال تنظيم الأعمال إلكترونياً والتقليل من الأعمال اليدوية. وتعرف التجارة الالكترونية بأنها تبادل أشياء ذات قيمة بين طرفين أو أكثر من خلال وسائل إلكترونية غالبا ما تكون الانترنت، ويحدث هذا التبادل بين الأفراد والمنظمات والمؤسسات الحكومية حيث يتم تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات"[iv]

ويظهر من واقع سوق التقنية وتقارير المؤسسات البحثية التي تعنى بالأنشطة المالية على الانترنت، حصول زيادة كبيرة في ممارسة التجارة الإلكترونية، وتوفر شواهد كثيرة على ذلك، إذ يبلغ نصيب التجارة الإلكترونية أكثر من 7 %من حجم التجارة العالمية وهي في تزايد مستمر، وقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية العالمية في النصف الأول من عام 2009 حوالي 1823 بليون دولار أمريكي[v]، و تعتبر الولايات المتحدة أكبر دولة في العالم استخداماً للتجارة الإلكترونية، حيث تمثل هذه التجارة حوالي 34% من إجمالي تجارتها الخارجية.

**ثالثا/ البنية التحتية اللازمة للتعاملات الالكترونية في دولة الإمارات:**

الإمارات العربية المتحدة هي اتحاد لسبع إمارات ذات سيادة .تبلغ مساحتها 83600 كيلومتر مربع، وكان عدد سكانها7 مليون نسمة في عام 2004 . الحكومة الوطنية هي حكومة فيدرالية مع صلاحيات سلطات محددة للحكومة الاتحادية وهناك سلطات محصورة بالإمارات الأعضاء، وهو ما يفسر الفارق بين قبول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإمارات المختلفة .إمارة دبي هي الأكثر تقدمًا بين الإمارات.

قامت دولة الإمارات بوضع خطة عمل لبناء مجتمع المعلومات عام 2005 و الالتزام بتطوير قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بصورة واضحة ومستمرة، وفي الوقت الحالي بينت العديد من المؤشرات الدولية إنجازات دولة الإمارات بهذا الخصوص، أضف إلى ذلك اضطلاع الدولة بالعديد من المبادرات لدفع ونشر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في البلد[vi] ، وقد أسهمت بدرجة كبيرة مشاريع ضخمة تستند إلى التكنولوجيا، مثل" مدينة دبي للإعلام "و"مدينة دبي للإنترنت "و"قرية المعرفة"، في جعل الإمارات العربية المتحدة مركز الابتكار في المنطقة، وهو ما جذب إليها المزيد من الاستثمارات المحلية والدولية في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدام الانترنت، ولهذا فإن الإمارات العربية المتحدة تحتل الآن المرتبة الأولى بين البلدان العربية في عدد من المؤشرات الدولية والإقليمية كما هو مبيَّن أدناه.

**الجدول رقم (01) معدَّلات انتشار الإنترنت في منطقة الإسكوا في عام 2008**



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

| البلد وترتيبه | عدد السكان | عدد مستخدمي الإنترنت | معدَّل انتشار الإنترنت (نسبة مئوية) |
|---|---|---|---|
| 1. الإمارات العربية المتحدة | 6798491 | 3558000 | 52 |
| 2. قطر | 1553729 | 592200 | 38 |
| 3. البحرين | 1156114 | 453600 | 38 |
| 4. الكويت | 3441813 | 1272433 | 37 |
| 5. المملكة العربية السعودية | 25239067 | 7936000 | 31 |
| 6. لبنان | 4209000 | 1196800 | 28 |
| 7. الاردن | 5850000 | 1441000 | 25 |
| 8. سلطنة عمان | 3013184 | 540150 | 18 |
| 9. سوريا | 19880423 | 3432000 | 17 |
| 10. مصر | 76054000 | 12570000 | 17 |
| 11. فلسطين | 4212000 | 596700 | 14 |
| 12. العراق | 30581365 | 3084500 | 10 |
| 13. السودان | 41810000 | 3479000 | 8 |
| 14. اليمن | 23248500 | 1570800 | 7 |
| | 247587335 | 41500783 | 17 |

المصدر: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا –الإسكوا–، الملامح الإقليمية لمجتمع المعلومات في غربي آسيا، 2010، ص:36.

وبدأ عدد من البلدان الأعضاء في الإسكوا مبادرات تهدف إلى زيادة معدلات انتشار استخدام الإنترنت، وخاصة معدلات انتشار استخدام الحزمة العريضة. و تقود الإمارات العالم من حيث معدلات انتشار الهواتف المتحركة التي بلغت ما يزيد عن 200٪ بحلول نهاية عام 2009 ، فضلا عن جاهزية القطاع التنافسية والتنظيمية والتي تحتل المركز الأول عربياً حسب مؤشر الجاهزية العالمي.

وقد انتهت هيئة الاتصالات مع بداية عام 2010 [vii]من وضع اللمسات النهائية على أول دراسة استقصائية واسعة النطاق لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدولة، والتي توفر صورة شاملة ومتكاملة لجميع المؤشرات التي تحكم هذا القطاع الحيوي. وقد أجريت الدراسة الميدانية على أساس أفضل



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الممارسات العالمية في هذا المجال، وتم تطوير المؤشرات بما يتفق مع معايير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتعريفات المستخدمة من قبل المنظمات العالمية.

تؤكد عدد من الدراسات الدولية المنشورة مؤخراً الأداء الإيجابي للدولة على الصعيد الدولي عبر مختلف مؤشرات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.إذ تحتل الإمارات المركز الأول بين كافة الدول العربية في دراسة مؤشر الجاهزية الشبكية (NRI) للعامين 2009-2010 الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي. والمركز الـ 23 بين كافة الدول التي تم تقييمها والبالغ عددها 133.

يقيس مؤشر الجاهزية الشبكية قدرة اقتصاد معين على الانتفاع من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لزيادة المنافسة والتطور. وتستند دراسة مؤشر الجاهزية الشبكية المنشورة في التقرير العالمي لتكنولوجيا المعلومات 2009-2010 على البيانات التي جمعتها منظمات مثل الاتحاد الدولي للاتصالات والبنك الدولي والأمم المتحدة.

وبالنسبة للمؤشرات الفردية التي تم تحليلها؛ احتلت الإمارات المركز الأول من بين الدول العربية لكل من:

- معدلات مستخدمي الإنترنت.
- سعة عرض نطاق الإنترنت الدولي.
- أهمية تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في رؤية الحكومة للمستقبل.
- استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وفعالية الحكومة.
- مؤشر جاهزية الحكومة الإلكترونية.
- وجود تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في الجهات الحكومية.
- عدد خطوط الهاتف.

واحتلت الإمارات على الصعيد الدولي:

- المركز الأول في معدل انتشار الهاتف المتحرك.
- المركز الثاني في مؤشر جاهزية الحكومة الإلكترونية.
- المركز الثاني في أهمية تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في رؤية الحكومة للمستقبل.
- المركز الثاني في نجاح الحكومة في تعزيز تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
- المركز الثاني في استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وفعالية الحكومة.
- المركز الثاني في المشتريات الحكومية لمنتجات التكنولوجيا المتقدمة.

وفي دراسة أخرى، تدعى قياس مجتمع المعلومات، قام الاتحاد الدولي للاتصالات بوضع مؤشر تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (IDI) حيث يجمع 11 مؤشراً في مقياس واحد لتقييم مستوى تطور



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في دولة ما. وتشمل الدراسة 159 دولة مُمَكِنَةً بذلك المقارنة على الصعيدين العالمي والإقليمي. واحتلت الدولة المركز الـ 29 على مستوى العالم في مؤشر تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (IDI) (2008)، كما تصدرت مؤشر تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (IDI) متفوقة بذلك على كافة دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية، وسجلت الدولة أعلى نسبة نمو في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بين عامي 2007-2008 بحصولها على المركز الثالث بين جميع الدول التي تمت دراستها في التقرير والبالغ عددها 159.

وقد تم تجزئة المقياس الكلي إلى ثلاثة مؤشرات فرعية توفر نظرة أكثر دقة تتعلق بالبنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والنفاذ إليها واستخدامها ومهاراتها. وتشمل النتائج الرئيسية من المؤشرات الفرعية الآتي:

- تصدرت الإمارات كافة دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية في المؤشر الفرعي للبنية التحتية والنفاذ التابع لمؤشر تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
- كما تصدرت الإمارات كافة دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية في المؤشر الفرعي للاستخدام التابع لمؤشر تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

**رابعا/ التجارة الالكترونية في دولة الإمارات:**

مئات المواقع العربية ، استخدمت في تجاوز مشكلة اللغة اعتماد نظام لغة ثنائي وبرمجيات ترجمة وحلول خاصة بالبيئة العربية ، تمكنت من الدخول إلى سوق التجارة الالكترونية، وقد أعلنت العديد من البنوك وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الإمارات العربية المتحدة، البدء بتقديم خدماتهما المصرفية عبر الانترنت، كما شاع تأسيس متاجر افتراضية على الشبكة، وأبرز معالم بدايات التجارة الإلكترونية في الإمارات تمثلت في إنشاء شركة «كومترست» وحدة الأعمال الإلكترونية، كشركة تابعة لـ«مؤسسة الإمارات للاتصالات»، ولديها حلول شاملة لضمان التعاملات التجارية الإلكترونية الآمنة، وإطلاق موقع تجاري «دوت كوم» العام 2000، وهو أول موقع متكامل على الإنترنت للتجارة الإلكترونية في الإمارات، وإنشاء «سوق دوت كوم» بداية العام 2005، ليصبح الآن أكبر موقع عربي، فيما تتجاوز عدد السلع المتداولة عبره المليون سلعة، وبلغ عدد زواره في العام نفسه نحو 24 مليون زائر سنوياً.

1. **المتاجر الالكترونية:** هي مساحات افتراضية على شبكة الانترنت، تمثل حيز التقاء العرض والطلب بين المشترين والبائعين والوسطاء في الفضاء الإلكتروني، فهي متجر شبكي يحوي توليفة من الأقسام والمتاجر، فالمشاركين في الأسواق الإلكترونية من باعة ومشترين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون بعضهم البعض.



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

بغية إنجاح نشاط المتاجر الالكترونية قامت دولة الإمارات بتوجيه الجهود في المشروعات المميزة التالية:

❖ **كوم ترست Comtrust**: تعد كوم ترست سلطة التوثيق الوحيدة في الشرق الأوسط التي يتوفر لديها حلول شاملة لضمان التعاملات التجارية الاتصالية الآمنة، والتي تعد أعلى مستوى لضمان الأمان في التعاملات الإلكترونية حالياً بين العميل والمنتج، بالإضافة إلى ذلك توفر كوم ترست عدة أنواع من الخدمات الأمنية للأفراد والمؤسسات منها: توفير البرامج والأدوات اللازمة لإنشاء واجهة محل على الإنترنت وإعداد كتالوج إلكتروني بالمنتجات والخدمات المتوفرة لديه من خلال متجر منفرد أو من خلال مركز تسوق[viii].

❖ **تجاري دوت كوم Tejari.com**: سوق إلكترونية تقوم بتوفير فرص التبادل التجاري الإلكتروني بين الشركات بعضها البعض، وتهدف إلى توفير البنية الأساسية التي يستطيع من خلالها أصحاب الأعمال عرض بضائعهم ومنتجاتهم للشركات والمؤسسات الأخرى في منطقة الشرق الأوسط وبقية مناطق العالم من خلال الإنترنت.

❖ **سوق كوم**: أسس سوق كوم في 2005 بالإمارات العربية المتحدة وهو سوق افتراضي تحت إسم souq .com تتم فيه مبادلات البيع و الشراء لتشكيلة متنوعة من المنتجات ويعتبر هذا السوق أكبر موقع للتجارة الإلكترونية في ومزادات الإنترنت في العالم العربي.

❖ **مدينة دبي للإنترنت**: تستهدف مدينة دبي للإنترنت والتي دشنت في أكتوبر 2000 توفير بنية اتصالات تحتية فائقة التطور ذات سعة عالية للشركات العاملة فيها لدعم أي مستوى خدمة ترغب فيه وتحتاج إليه في عملياتها أو لتزويد عملائها به، بحيث تصبح مدينة دبي للإنترنت خياراً للشركات المحلية والعالمية الراغبة في تطوير التجارة الإلكترونية وقطاع الإنترنت كقاعدة لأعمالها.

**2. توفر ونوعية الأعمال المصرفية الإلكترونية**

❖ **CBD Direct Debit**: يقوم بنك دبي التجاري بتوفير هذه الخدمة بحيث يتمكن عملاءه من الدفع بعد فتح حساب في بنك دبي التجاري مع خدمات التجاري أونلاين. سيقوم البنك بتزويدك باسم مستخدم ورقم سري تقوم باستخدامهما على الموقع الإلكتروني لكي تقوم بالدفع من خلال CBD Direct Debit payment .

❖ **ون كارد onecard** : هو حل للسداد الإلكتروني عن طريق الإنترنت باستخدام بطاقات مدفوعة مسبقًا وبعد إضافة أرصدة للبطاقات تتيح البوابة للمستخدمين أن يشتروا مجموعة متنوعة من الخدمات باستخدام بطاقات– ون كارد– الخاصة بهم، وهذا النظام الذي بدأ تنفيذه في عام 2004، يعتبر الحل الأكثر شمولا للسداد عن طريق الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.



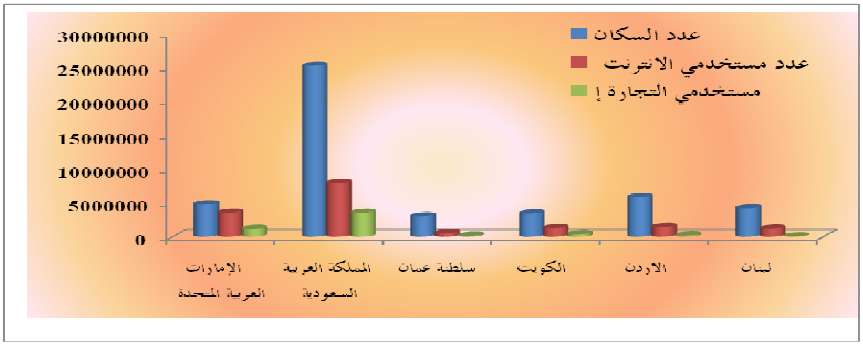
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

❖ **كاش يو cashu**: هو حل يتمثل في الدفع المسبق المعتمد على شبكة الإنترنت بدأ تنفيذه في عام ٢٠٠٢ ويقدِّم حلولا بديلة لخدمات السداد عن طريق بطاقات الائتمان التقليدية، وهذه الخدمة توفر مستوى أمن مرتفع ، وبمجرد تمويل حساب-كاش يو- باستخدام طرائق سداد متنوعة يصبح من الممكن استخدام الخدمة لشراء منتجات وخدمات من تجار مختارين من 28 بلدًا في جميع أنحاء العالم.

❖ **بطاقة الائتمان:** في دولة الامارات يمكن استخدام أي نوع من بطاقات الائتمان من أي بنك في العالم .مثل فيزا كارد وماستر كارد أو دينرز كلب وأمريكان إكسبريس إلخ...

3. **ممارسة التجارة الالكترونية في الإمارات:** من خلال العرض السابق تبين أن دولة الإمارات وفرت كل الأبعاد الثلاثة اللازمة لقيام ونمو التجارة الالكترونية والمتمثلة في البنية التحتية والموارد البشرية، المتاجر الالكترونية وتنظيمها القانوني بالإضافة إلى توفير وسائل الدفع الالكتروني، الأمر الذي ساعد في بروز نشاط التجارة الالكترونية بدولة الإمارات كتجربة رائدة في الوطن العربي، وهذا ما أشار إليه التقرير الإحصائي اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، حول مجتمع المعلومات في عام 2009 وممارسة التجارة الالكترونية وهو ما يوضحه الشكل التالي:

**الشكل رقم (03): يوضح عدد مستخدمي التجارة الالكترونية في دول الخليج مقارنة بحجم السكان ومستخدمي الانترنت.**




المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مستخدمي الانترنت و ممارسي التجارة الإلكترونية حسب تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا –الإسكوا-، الملامح الإقليمية لمجتمع المعلومات في غربي آسيا، 2010.

تحتل الإمارات المرتبة الأولى من حيث نسبة ممارسي التجارة الالكترونية إلى مستخدمي الانترنت وحجم السكان قبل السعودية والتي نلحظ فيها ارتفاع عدد ممارسي التجارة الالكترونية ومستخدمي الانترنت مقارنة



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

بعدد السكان، فمعيار التصنيف الذي اعتمدناه هو مقارنة النسبة بين عدد ممارسي التجارة الالكترونية و عدد مستخدمي الانترنت إلى حجم السكان.

رغم أن التجارة الإلكترونية في الإمارات حديثة العهد، فإن خدمات الاتصالات وتقنيات المعلومات في الإمارات تعتبر من ناحية الجودة والتغطية والاستخدام متطورة، فهي تحتل المرتبة 23 عالمياً في مؤشر جاهزية الشبكة الإلكترونية، والأولى عربياً، حسب تقرير 2009 - 2010، فيما يتجاوز حجم التجارة الإلكترونية في الإمارات 128 مليار درهم، و يشكل 35% من حجم التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي.[ix]

**خامسا/ متاجر سوق كوم الافتراضية:**

1. **مكتوب.كوم:**[x] طوقان (35 عام) درس في جامعة لندن الهندسة الكهرابئية، كان يعمل مع شركة أرثر أندرسون في مجال الاستشارات الادارية والتكنولوجية عام 1992 قبل أن يفكر مع صديقيه (فادي غندور وحسام خوري) بتأسيس شركة POC التي أطلقت لتدير أول موقع عربي لشركة عربية (أرامكس) عام 1995، بعد نجاح تجربة الموقع شعروا أن المحتوى العربي على الانترنت لا يمكن أن يصبح ناضجا من دون بريد إلكتروني، يقول طوقان "فهمنا أن العرب يريدون لغتهم".

في عام 1998 قام طوقان بإعداد مشروع تجريبي أسسه تقنيا المهندس حسام خوري إلى جانب طوقان وغندور، مختارين كلمة عامية دارجة تعني رسالة "مكتوب" بخط اليد. كأول موقع عربي يتيح للمستخدمين إرسال و استلام الرسائل البريدية الإلكترونية باللغتين العربية و الإنجليزية بغض النظر عن نظام التشغيل، المفاجأة وقعت في حصول مكتوب عند انطلاقته التجريبية على 5 ألاف مشترك في فترة وجيزة، الأمر الذي أقنع المستثمرين بتمويل هذا المشروع، وكانت شركة IFG Harmez أول ممول لمشروع مكتوب بقيمة 2.5 مليون دولار ، في عام 2000 وصل عدد مشتركي مكتوب إلى 100 ألف مستخدم ودخلت شركة أبراج كابيتال شريكا في مكتوب بقيمة 5 ملايين دولار حصلت خلالها الشركة على 40 % من مكتوب ، بعدها أصبح يتجاوز عدد مستخدمين موقع مكتوب الأربعة ملايين مستخدم من بلاد مختلفة و مهن و أعمار و ثقافات متباينة ، بمعدل مشاهدة للصفحات يتجاوز السبعين مليون شهريا، نتيجة لزيادة عدد المستخدمين أطلق موقع مكتوب مزاد مكتوب عام 2000 وهو أول موقع للمزايدة و التجارة الإلكترونية و الذي تحول في عام 2005 إلى سوق.كوم .

2. **متجر سوق كوم:** يعتبر سوق كوم مزاد الكتروني يلتقي فيه العرض والطلب على السلع والخدمات (عقارات، أثاث المنزل والحديقة ، فنون ومقتنيات، المجوهرات ، كتب مطبوعة وكتب إلكترونية، موسيقى وأفلام، سيارات وقطع غيارها، أجهزة خلوية وملحقاتها ملابس وأحذية، سياحة وسفر، عملات معدنية



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

وورقية، ساعات يد وحائط، كمبيوتر وبرامج لياقة ورياضة، أدوات إلكترونية، ألعاب وأنظمة التشغيل) أطلق من قبل شركة مكتوب بداية عام 2005 ليصبح الآن أكبر موقع عربي يقدم خدمات التجارة الإلكترونية للمستخدمين، سوق.كوم هو بوابة إلكترونية تتيح لآلاف من البائعين والمشترين في التواصل بشكل يومي لبيع و شراء سلع مختلفة ضمن بنية تحتية أمنة ومتطورة يستفيد منها الطرفان لإتمام تداولاتهم من خلال طرق دفع و شحن تتناسب مع منهجية المستخدم المحلي و متطلباته.

و منذ أول عملية تداول على الموقع، حرص سوق.كوم على أن يكون رائدا في عالم صناعة التجارة الإلكترونية في العالم العربي ليقدم طريقة أمنة، ميسرة، وممتعة بشكل دائم للمستخدمين لدعم تجارتهم عبر الإنترنت. حيث بدأ سوق.كوم كموقع متخصص بالمزادات عبر الإنترنت وما لبث أن تطور ليصبح موقعا متكاملا يشمل كافة أساسيات عالم التجارة الإلكترونية بتقديم خدمات عرض السلع بسعر ثابت و خاصية فتح الإلكترونية و آلية الدفع الآمن وغيرها من الخواص التي تواكب هذه الصناعة.

❖ **خطوات البيع في سوق كوم**: للقيام ببيع أي سلعة يجب اتباع الخطوات التالية:

-يجب التسجيل بالموقع قبل البدء بأي عملية بيع او شراء.

-اختيار الصنف الذي تندرج تحته السلعة.

-اختيار طريقة بيع السلعة:

- مزاد: مزاد مفتوح، يجب عليك بيع السلعة للمزايد صاحب السعر الأعلى
- مزاد وبيع فوري - قطعة واحد: عليك بيع السلعة للمزايد صاحب أعلى سعر، أو للشخص الذي يرغب بالشراء المباشر بالسعر الذي حددته مسبقا بدون مزايدة.
- بيع فوري : للأصناف الجديدة فقط عليك تحديد سعر السلعة وبيعها لمن يرغب بشرائها مباشرة.

-اضافة تفاصيل السلعة اسم السلعة ، وصف السلعة ، صورة السلعة، حالة السلعة ، الضمان والكفالات، اختيارالدولة والمدينة التي تتواجد بها السلعة و تحديد سعر الحد و هو أقل مبلغ يريد البائع أن يحصل عليه لقاء بيع سلعة ما. إن لم يريد أن يضع سعر حد عليه ترك الخانة فارغة. و اختيار وسيلة الدفع المفضلة لديه أو اختيار جميع طرق الدفع ليقوم المشتري بتحديد الطريقة التي تناسبه.

-متابعة المزاد و الإجابة على الأسئلة التي يقوم المشترين بسؤالها للبائع.

-بعد إغلاق المزاد و فوز احد المستخدمين بالسلعة سيقوم المشتري بتأكيد طلب السلعة و اختيار طريقة الدفع و الشحن التي يوافق عليها البائع.

-من مسؤولية البائع تغليف السلعة و إعدادها للشحن و كتابة اسم المشتري عليها بوضوح.



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

-بعد شحن السلعة يقوم المشتري بتقييم و ذلك لتبلغ المتسوقين الآخرين عن أسلوب التعامل مع هذا البائع و في المقابل على البائع أن يقوم بتقييم المشتري بعد إتمام الصفقة و يكون التقييم بطريقه منصفه و عادله دون ظلم أو تحيز و متناسب مع نتيجة الصفقة.

-دفع الرسوم و الفواتير المتعلقة بالبيع: يستطيع البائعون أن يقوموا بتحسين فرص مشاهدة سلعهم على سوق.كوم عن طريق خيارات تحسين العرض ودفع رسوم مقابل ذلك وفق الجدول التالي:

**الجدول رقم (02): جدول الرسوم والتكاليف التي يدفعها العارضين في متجر سوق كوم**

| | | | |
|---|---|---|---|
| كل المعروضات باستثناء المركبات | **العرض** | **العرض** | **المصاريف والعمولة** |
| | | جميع الأقسام(ما عدا السيارات) | مجاني |
| | **قائمة الرسوم الاختيارية** | **خيارات تحسين العرض** | **المصاريف** |
| | | - خط غليظ<br>- عرض على صفحة القسم الرئيسية<br>- عرض على صفحة سوق.كوم الرئيسية | 2درهم<br>10درهم<br>15درهم |
| | **عمولة البيع النهائى** | **حالة السلعة** | **نسبة العمولة** |
| | | - لم يتم بيع السلعة<br>- تم بيع السلعة | - لا يتم احتساب أي عمولة.<br>- إذا كان سعر البيع النهائي أقل من 100.000 درهم فإن نسبة عمولة سوق.كوم تكون 5% من سعر البيع النهائي.<br>- إذا كان سعر البيع. النهائي 100.000 درهم أو أكثر، فإن نسبة عمولة سوق.كوم تكون 2 % من سعر البيع النهائي. |
| المركبات | **العرض** | **العرض** | **المصاريف والعمولة** |
| | | أول 3 عروض خلال فترة 12 شهر<br>العرض الرابع و ما بعد | مجاني<br>50درهم إماراتي |
| | **قائمة الرسوم** | **خيارات تحسين العرض** | **المصاريف** |
| | | - خط غليظ<br>- عرض على صفحة | 5 درهم<br>15 درهم |



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **الاختيارية** | القسم الرئيسية<br>- عرض على صفحة سوق.كوم الرئيسية | 35 درهم |
| | **تكاليف القيمة النهائية** | **نوع العرض** | **التكاليف** |
| | | - زاود الآن / إشتري الآن<br>- العرض المفضل<br>- مبوب | % 2<br>% 2<br>مجاني |

**المصدر**: من إعداد الباحث بالاعتماد على موقع **www.souq.com**

❖ **خطوات الشراء على سوق. كوم** : للقيام بشراء أي سلعة يجب إتباع الخطوات التالية:

-عليك التسجيل بالموقع قبل البدء بأي عملية بيع أو شراء.

-البحث عن السلعة التي تنوي أن تشتريها أو تتصفح محتويات الموقع بشكل عام وعندما تجد السلعة التي تعجبك و تريد شرائها عليك قراءة تفاصيل السلعة بدقة.

-يجب ملاحظة شروط الدفع والشحن المحددة من قبل البائع و سؤال البائع عن أي معلومات تريد معرفتها عن السلعة.

-إذا رغبت فعلا في الشراء عليك بالمزايدة على السلعة في المكان المخصص لذلك بأكبر مبلغ تنوي أن تدفعه ثمناً للسلعة لتصبح المزايد الأعلى والانتظار.

-إذا كانت السلعة معروضة للشراء الفوري فلا يتوجب عليك الانتظار، فعليك تأكيد طلب السلعة و الدفع مباشرة عند اختيار عملية اشتري الآن.

-ستظهر لك شاشة تأكيد المزايدة و يتم الطلب منك لإدخال كلمة السر إذا كنت مستخدما مسجل بالموقع.

-و يتم تفعيل ميزة المزايدة الآلية إذا كانت مزايدتك أعلى من سعر الحد.

-بعد إغلاق المزاد و فوزك بالسلعة عليك تأكيد طلب السلعة و اختيار طريقة الدفع التي يوافق عليها البائع أو عليك الاتصال به للاتفاق فيما بينكم على طريقة الدفع والتسليم المناسبة.

-بعد استلام السلعة عليك أن تقوم بتقييم البائع بطريقه منصفة و عادلة دون ظلم أو تحيز و ذلك لتبلغ المتسوقين الآخرين عن كيفية التعامل مع هذا البائع.

❖ **طرق الشحن وأجور الشحن**: تستطيع الاستفادة من برنامجين للشحن و التوصيل على درجة عالية من الآمان و الضمان، و الأسعار المدفوعة مقصورة على زبائن هذا الموقع فقط، يقوم الباعة بتسليم السلعة



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

للجهة الشاحنة خلال 72 ساعة من انتهاء المزاد، وتحتاج عادة 48 ساعة من لحظة تسليم البضاعة للجهة الشاحنة.

تقوم إدارة متاجر سوق بتزويد كل من المشتري و البائع برقم بوليصة الشحن الذي يستطيع عن طريقه الدخول على موقع www.aramex.com و يتابع حركة السلعة من لحظة تسليمها لأرامكس و حتى لحظة تسليمها للمشتري.

-"الدفع عند التسليم" و هي خدمة يقوم فيها المشتري بدفع النقود مباشرة عند استلامه البضاعة، و سوف تقوم ارمكس – الشريك اللوجستي لسوق – بنقل البضاعة من البائع للمشتري و إيصال النقود لإدارة موقع سوق.

- يقوم البائع باختيار هذه الخدمة كوسيلة شحن ودفع لسلعته.
- عندما ينتهي المزاد بنجاح يتم إعلام المشتري بواسطة بريد إلكتروني يحتوي وصلة اختيار خدمة الدفع عند التسليم.
- يجب أن يقوم المشتري بالضغط على تلك الوصلة لبدء العملية.
- يقوم سوق.كوم بإرسال أرامكس لشحن السلعة من البائع للمشتري وقبض ثمنها وحفظه لدى الموقع.
- بعد مرور 15 يوماً أو بعد أن يقوم المشتري بتقييم البائع يقوم سوق.كوم بإيداع ثمن السلعة في حساب البائع البنكي.

❖ **التسديد عن طريق كاش يو:** بدأت كاش يو من قبل مكتوب في شهر جويلية من عام 2002. وقد ولدت بطاقة كاش يو كنتيجة لاستفتاء قام به مكتوب أظهرت نتائجه أن ما نسبته 13% فقط من مستخدمي شبكة الإنترنت كانوا يرغبون فعلاً باستخدام بطاقات الائتمان الخاصة بهم للشراء عبر شبكة الإنترنت. كان هناك حاجة واضحة لإيجاد وسيلة للدفع عبر شبكة الإنترنت، بحيث تمنع عمليات السرقة وتحد من القلق بشأن مدى أمان العمليات الشرائية؛ وبهذا ولدت كاش يو.

بطاقة كاش يو هي بطاقة دفع مسبقة على شبكة الإنترنت، تحتوي على رقم حساب كاش يو وكلمة سر. بإمكان صاحب الحساب استخدام البطاقة لشراء سلع وخدمات من اي مكان على شبكة الإنترنت بأمان ودون أي قلق، تتوفر كاش يو حالياً في 28 دولة حول العالم. وإن شبكة كاش يو التي تصل كلاً من حاملي بطاقات كاش يو والموزعين وتجار شبكة الإنترت تنمو وتتطور بشكل مستمر وسريع.

**سادسا/ مؤشرات فعالية ونجاح متاجر سوق كوم.**

1. **زيادة عدد المشتركين والمتصفحين:** تمكن "سوق.كوم" من احتلال مكانة رائدة في قطاع التجارة الإلكترونية منذ تأسيسه في عام 2005، إذ كان عدد الزوار 50000 زائر ومشترك في سنة التأسيس، و



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

140 ألف مشترك وأكثر من 270 ألف زائر شهري في عام 2007 أصبح يقدم في عام 2010خدماته المبتكرة لأكثر من 500 ألف مشتري وبائع في المنطقة. وعلاوة على ذلك، يعكف الموقع الذي تجاوز عدد زواره عتبة 1.5 مليون زائر و25 مليون زيارة لصفحاته شهرياً، على تعزيز قاعدة عملائه في أسواق جديدة ونجح "سوق.كوم" في التطور من منصة مزايدة عادية إلى بوابة رائدة وواسعة للتجارة الإلكترونية، حيث بات يزوره واحد من كل ثلاثة مستخدمين للإنترنت في العالم العربي، ويشهد عملية بيع لإحدى السلع كل ثلاثين ثانية.

2. **التوسع الجغرافي لسوق .كوم** :وسعت سوق كوم ممارسة نشاط التجارة الالكترونية ليشمل خمس دول عربية وهي: الإمارات، المملكة العربية السعودية، مصر، الكويت، الأردن. وفق نظرة مستقبلية، فتجربة "سوق. كوم" بدأت من حيث وصلت إليه الدول المتقدمة من تطور في مجال التجارة الإلكترونية، واستمرت على نسق متوازن بالنمو مع تطور كافة عناصر البنية التحتية في الوطن العربي من شبكة الاتصالات والإنترنت وانتشار أجهزة الحاسب الآلي، وتوسع الاعتماد على التقنية كمفهوم عصري أساسي في أسلوب الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات وقطاع الأعمال على اختلاف مكوناته، والاعتماد على التقنية في الدفع في مختلف بلدان الوطن العربي فرض واقع محتم على ضرورة توسع سوق كوم، كما استفاد "سوق.كوم" من زيادة الوعي بين كافة شرائح المستخدمين بالأدوات التقنية على وجه العموم وبمفهوم التجارة الإلكترونية بالتحديد، حيث ساهمت "سوق.كوم" في جهود خلق هذا الوعي وانتشار ثقافة التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.

3. **توسيع تشكيلة الخدمات وفتح المتاجر الفرعية**: عمل سوق كوم على التوسع ليشمل العديد من المزايا والفئات المتنوعة، ويوفر لعملائه في منطقة الشرق الأوسط تجربة مريحة وآمنة وغنية، بما في ذلك تقنية "سوق سيف باي" (Souq SafePay) وبرنامج حماية المشترين ( Buyer Protection Program) اللذين يضمنان الحماية الكاملة لمعاملات المشترين والبائعين على "سوق.كوم"، و"سوق .كوم السيارات"، و"سوق.كوم عقارات"، والتشكيلة الواسعة من المنتجات الاستهلاكية.

وقام توسيع نطاق خدماته الخاصة بالتداول عبر بوابته الإلكترونية من خلال إفتتاح خدمة" المتاجر الافتراضية www.souq.com/stores "والذي يتيح للجهات التجارية و الأفراد إنشاء متجر افتراضي يعنى بعرض وبيع العديد من المنتجات بأسعار ثابتة لجهات محددة، ومع إطلاق هذه الخدمة مطلع عام 2008، حظي سوق كوم باهتمام بالغ من جانب البائعين والموزعين من كبار الشركات و أشهر الماركات والأفراد من مختلف أرجاء دولة الإمارات العربية المتحدة. ليحظو بفرصة إنشاء "متاجر افتراضية "على الموقع بهدف الاستفادة من قاعدة العملاء الواسعة التي تستخدم التجارة الإلكترونية عبر موقع سوق.كوم إضافة إلى الفائدة التي عادت على الكثير من المشترين ضمن سهولة تدوال وشراء المنتجات المختلفة بسرعة وفاعلية، مما



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

كان له دور بتسريع الدورة المالية لرأس المال المشغل بشكل افتراضي و بالتالي تحقيق أفضل استثمار من وراء ذلك.

**خلاصة ;**

في الختام نجد أن التجارة الالكترونية في الوطن العربي لا تمثل الا جزءا قليلا من حجم التجارة الالكترونية العالمية وهذا يرجع لعدة عوائق تمنع من تحقيق ذلك، خاصة توافر البنية التحتية لقيام التجارة الالكترونية، رغم ذلك حاولت دولت الامارات جاهدة توفير الامكانيات اللازمة لقيام التجارة الالكترونية، وهو ما فتح المجال أمام الشركات لممارسة التجارة الالكترونية وكان سوق كوم كمتجر رائد في التجارة الالكترونية رغم حداثاته، من خلال العرض السابق توصلنا إلى عدة نتائج:

-لا توجد بالمنطقة العربية تجارة الكترونية حسب المعايير العالمية لأنها مقيدة بحدود معينة، والمواقع التجارية الموجودة حاليا لا تتيح كل السلع والمنتجات في السوق وما هي الا دليل موردين، حيث يتعرف المستثمر أو رجل الاعمال على المتاح لدى الموقع ثم يعود مرة أخرى للطرق التقليدية من خلال الهاتف أو الفاكس لاتمام الصفقة.

-لقيام التجارة الالكترونية في أي منطقة من العالم لابد من توافر ثلاث أبعاد رئيسية: البنية التحتية والموارد البشرية، وسائل الدفع الالكتروني، تنظيم وحماية التعاملات الالكترونية.

-عدم وجود الحلول الآمنة للدفع عبر الانترنت، الا ان هناك بعض العقبات التي تعترض انتشار هذه الحلول على رأسها عدم وجود تعاون مع الجهات المختصة في هذا المجال.

-المسرع والمحفز الاساسي لا نتشار التجارة الالكترونية هو عامل الثقة.

- يعتبر سوق كوم الاستثناء في الوطن العربي، من حيث ممارسة نشاط التجارة الالكترونية وذلك لتوفر الابعاد الثلاثة لقيام التجارة الالكترونية بالاضافة إلى اكتساب ثقة مستخدمي الانترنت في الوطن العربي، مع مرور الوقت الناتج عن نجاح العمليات التجارية الالكترونية الاولى.



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

i. وائل غنيم، توجهات الإنترنت في العالم والشرق الأوسط، دراسة مقدمة لمكتب غوغل في شمال إفريقيا والشرق الأوسط، 2009.

ii. بشير العلاق، التسويق في عصر الإنترنت والاقتصاد الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003. ص5.

iii .International Telecommunication Union. Measuring the Information Society. Geneva Switzerland. 2010. P01

iv jean brilman : "les meilleurs pratiques de managent au couer de la performance "edlition d' organisation
2001 Paris p: 146.

v http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/index.html تاريخ الاطلاع 2011/02/04.

vi. الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا(الإسكوا)، **الملامح الوطنية لمجتمع المعلومات في الإمارات العربية المتحدة**، 2007. ص2.

vii http://www.wsis.ae/About-UAE-ICT-A.php تاريخ الاطلاع 2011/02/04
**قطاع الاتصالات والمعلومات في الامارات**

viii http://www.arabiyat.com/magazine/publish/article_483.shtml تاريخ الاطلاع 2011/02/04

ix.http://www.arabstoday.net/index.php?option=com_content&view=article&id=56966&catid=83&Itemid=11

5 **ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية في الإمارات15/02/2011 تاريخ الاطلاع**

x حسيين الشويكي، اربح بالعربي، مقال على موقع www.Maktoob.com. تاريخ التواجد 25أوت 2005.

Outline of presentation For the Banking and Financial Services Roundtable. Dr. Bachir G. Affaki. ICC FORUM SEP 17-18,2002.



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com